



งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7
7th NATIONAL CONFERENCE ON TOURISM

การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป Tourism Transforming to the Next Normal



จัดโดย

หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ
หลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและภาคีเครือข่าย



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2564
“การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)”
วันที่ 16-17 ตุลาคม พ.ศ.2564 ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (รูปแบบออนไลน์)
หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ หลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และภาคีเครือข่าย

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยหลายแห่งในประเทศไทยได้เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรทางด้านการท่องเที่ยวทั้งระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีกระบวนการทักษะทางด้านการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการวิจัยเกี่ยวกับประเด็นทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นการยกระดับการศึกษาที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาผลงานทางด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนางานวิจัยควบคู่ไปกับการจัดการความรู้ผ่านระบบการเรียนการสอนทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน เป็นรากฐานที่สำคัญของการนำองค์ความรู้ทางวิชาการไปสู่การประยุกต์ใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติและนานาชาติ นอกเหนือจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ได้มีการดำเนินการเรียนการสอนในสาขาวิชาการท่องเที่ยวแล้ว ยังได้มีมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทยที่ได้เปิดการเรียนการสอนทางด้านการท่องเที่ยวด้วยเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Bangkok University International สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ทางคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการจัดโครงการประชุมวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ โครงการประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)” ขึ้น ซึ่งเป็น theme งานที่สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่เกิดจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และเพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การในการดำเนินงานวิจัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐบาลและเอกชน รวมถึงนักวิจัย นักวิชาการและคณาจารย์ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ร่วมนำเสนอผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ความรู้สู่ส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ทางการท่องเที่ยวให้แก่นักศึกษาเพื่อพร้อมต่อกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นการร่วมมือทางด้านวิชาการระหว่างสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยอันจะนำไปสู่การพัฒนาผลงานด้านวิชาการทางการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

1. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษา/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้นำเสนอผลงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่ผลงานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ
2. เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษา/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับคุณภาพผลงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

3. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสนับสนุนการจัดการการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องรวมถึงฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ: เกิดบรรยากาศและแรงผลักดันแก่ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชนในการสร้างสรรค์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนที่จะนำไปสู่ประโยชน์ของการเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง

ด้านสังคม: เกิดการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการสร้างองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องแบบสร้างสรรค์และยั่งยืนในประเทศไทย

ด้านสิ่งแวดล้อม: มีแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ด้านอื่นๆ: ทางวิชาการ 1. นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้นำเสนอผลงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่ผลงานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ 2. นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับคุณภาพผลงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ 3. เกิดความร่วมมือทางวิชาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศและมีเครือข่ายนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาประเทศ 4. มีแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องที่สามารถสนับสนุนการจัดการการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องรวมถึงฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวในระดับประเทศ

กลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมกิจกรรม

1. อาจารย์ นักวิชาการทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง นักวิจัยอิสระ
2. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นของบทความทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยว
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยว
4. การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว
5. การจัดการผลกระทบทางการท่องเที่ยว
6. การจัดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
7. การจัดการธุรกิจไมซ์
8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
9. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
10. การจัดการวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
11. การจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ
12. การจัดการโรงแรม
13. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว
14. การออกแบบผลิตภัณฑ์
15. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
16. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

17. สาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บทความวิจัยด้านการบริหารธุรกิจ

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต ถิ่นวงศ์พิทักษ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย นวัตกรรมและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ คำคง คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
คณบดีคณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรังหัวหน้าสาขาวิชา
อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิภัทร ศรีจองแสง

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

อาจารย์เข็มจิรา หนองเป็ด

นายศุภชัย บุญเฉลียว

คณะกรรมการดำเนินโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิภัทร ศรีจองแสง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวีรบรรต สมนึก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี จิตต์โกศล

นางสาวเข็มจิรา หนองเป็ด

นางนวิทา สีหานาม

นางสาวกัญริชณี ศรีจันทร์

นางสาวพัชรี ธาณี

นายพรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ

นางสาวคำพา ยิ่งคง

นางสาวนันสุดา ขาววงษ์

นางสาวกมลวรรณ จันทป

นายชิตชัย เลิศศิริวัฒนวงศ์

นายวิมล แสงวงศ์



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

นายณัฐพล มารุตะพันธ์
นางสาวกรรณิการ์พร กุลบุญญา
นายปรีชาพล ภาวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม
นายภาคินัย บุญไฟโรจน์

ปกและรูปเล่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจงแสง
นายศุภชัย บุญเฉลียว

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Bangkok University International มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ประกอบด้วย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศักรินทร์ นนทพจน์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี จิตต์โกศล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีรรัต สมนึก
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจงแสง
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิปปนนท์ นवलละออง
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรอนงค์ เฉียบแหลม
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรไท ครุฑเวช
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชาลี
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล ศิริเวชพันธุ์
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ ชมผา
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน
14. อาจารย์ ดร.ดุสิตพร ฮกทา
15. อาจารย์ ดร.พิพัฒพงศ์ พิภพ
16. อาจารย์ ดร.อังคณา ณ สุนทร
17. อาจารย์ ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตมิกุล
18. อาจารย์ ดร.กฤษณา จิรทิวาวัช
19. อาจารย์ ดร.สาลินี ทิพย์เพ็ง
20. อาจารย์ ดร.มณฑล ศรีสุข
21. อาจารย์ ดร.กุลวดี ละม้ายจีน
22. อาจารย์เข็มจิรา หนองเป็ด



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

กำหนดการ

1. ส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ภายในวันที่ 5 กันยายน 2564
2. ประกาศผลการพิจารณาบทความที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมนำเสนอบทความในงานประชุมวิชาการ วันที่ 10 กันยายน 2564
3. นำเสนอบทความ วันที่ 16 ตุลาคม 2564 และ Field trip วันที่ 17 ตุลาคม 2564

ค่าลงทะเบียน

1. สำหรับผู้นำเสนอบทความแบบออนไลน์ท่านละ 500 บาท พร้อมรับ E-proceedings เกียรติบัตรและเอกสารประกอบการประชุม
2. สำหรับผู้เข้าร่วมงานประชุมวิชาการแบบออนไลน์ไม่ต้องชำระค่าลงทะเบียน

สถานที่

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ตำบลเมืองศรีโค อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้ประสานงานโครงการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจงแสง อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โทร. 086-6665904 อีเมล suwaphat.s@ubu.ac.th/ubutourismconference2021@gmail.com
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีรรัต สมนึก อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โทร.087-8792705 อีเมล pariwats7@gmail.com



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

สารบัญ (ต่อ)

	หน้าที่
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอองครักษ์ จังหวัดพิจิตร	214
<i>โดย นันทนา พงศ์ประยูร มูวดี เตียรธโรจน์ ฮารินทร์ มานีมาน และประภาพรรณ แก้วลียา</i>	
แนวทางการส่งเสริมการจัดกิจกรรมนันทนาการ ทัศนศึกษา สวนรุกขชาติ อุบลวนารมย์ จังหวัดอุบลราชธานี	230
<i>โดย ปริญ อุ้งวงศ์และกาญจนพร แผ่นคำลา</i>	
พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา	242
<i>โดย อัญชลี พุ่มด้วง ญัฐณิชา เจินรัตน์ และเศวตฉัตร นาคะชาติ</i>	
แนวทางพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด บริษัท นครชัยแอร์ เส้นทาง อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร	261
<i>โดย อัญชลี บุญมีและอภิญา ทองพันซัง</i>	
การเสริมสร้างนวัตกรรมสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล <i>โดย ศรายุทธ มณีรัตน์ และระชานนท์ ทวีผล</i>	272
แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ทัศนศึกษาผาโสก จังหวัดอุบลราชธานี	284
<i>โดย จิรพงษ์ บุชบงศ์ อรอนงค์ หลุ่มทอง และคำพา ยิ่งคง</i>	
การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนแหลมสัก อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่	298
<i>โดย เมธาวี อรุณี อรัญญา วิชัย และศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล</i>	
แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Take a break อำเภอเมือง	311
<i>จังหวัดอุบลราชธานี โดย วณัฐดา พลโยธาและวันัสดา เทศทอง</i>	
การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา	323
<i>โดย นิชากร วุ่นซิว กัญญาภักดิ์ แก้วบุญช่วย และคินีนาฏ พูลแก้ว</i>	
การศึกษากรณีศึกษาของแห่งเสาคอนกรีตบริเวณบ้านโคกมะค่าไทรน ต.สะเดา อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์	338
<i>เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยาที่ยั่งยืน</i>	
<i>โดย พัชรินทร์ ไคสุวรรณ จันทร์ดี กานตามณี วัชรโรจน์ธุ์ และบูรพา แพจุ้ย</i>	
การศึกษาขีดความสามารถการรองรับนันทนาการด้านกายภาพของวนอุทยานน้ำตกผาหลวง จังหวัดอุบลราชธานี	349
<i>โดย อนงค์นาฏ โอภาพ วรัญญา โสภี และคำพา ยิ่งคง</i>	
การลดยอดจำนวนบัญชีเงินฝากที่สูญที่ขาดการออมอย่างต่อเนื่อง กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	362
<i>การเกษตร สาขาศรีสงคราม โดย พรรณนิภา ไชยวรรณ และวรรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเกาะกลาง ตำบลคลองประสงค์ จังหวัดกระบี่	380
<i>โดย ปวรรธก์ มณีรัตน์ รัชพล แซ่บ่าง และมณฑิรา เกียรติถาวรนนท์</i>	
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	397
<i>โดย อรณัฐ สุร่าไฟและเอเซีย สุชนะชะชา</i>	
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว ทัศนศึกษาชุมชนเมืองคอง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	408
<i>โดย นวรัตน์ พรหมอุปถัมภ์ กฤตพร ผ่องโสภา ประเมษฐ์ สุจิตต์ และวริศรา มาลัย</i>	
แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ถนนเขื่อนธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	420
<i>โดย ปิยะนัท อำนวย นันทิชา ครองยุติ และพัชรี ธาณี</i>	
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวหาดทรายร้อน บ้านเขาล่อม ตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่	431
<i>โดย ปัทมฉวี ภาวจิตร สกีนี ไสยะ และสาลินี ทิพย์เพ็ง</i>	
แนวทางในการเพิ่มจำนวนการต่ออายุกรมธรรม์ผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารเพื่อการเกษตรและ	445
<i>สหกรณ์การเกษตร สาขาพรรณานิคม โดย ปิยะนุช เมืองสุวรรณ และธฤตพน อุ้วสวัสดิ์</i>	
แนวทางการพัฒนาสถานที่จัดงานกิจกรรมพิเศษงานแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานีตามมาตรฐานสถานที่จัดงาน	454
<i>ประเทศไทย โดย ชาริษา อ่อนแก้ว ปนัดดา แข็งกล้า และพรชัย คักดีศิริโสภณ</i>	



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

แนวทางการเสริมสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้เปรียบสำหรับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล
An Innovation Strategy for Gaining a Competitive Advantage for Hotel Business of Hostel

ศรายุทธ มณีรัตน์ (Sarayuth MANEERATANA)

ระชานนท์ ทวีผล (Asst.prof.Rachanon TAWEEPHOL, Ph.D.)

0811941655, Sarayuth1901@gmail.com

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
(Tourism, Hotel, Event Management, Faculty of Management Science: Silpakorn University)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ เป็นการศึกษาและวิเคราะห์การเสริมสร้างนวัตกรรมสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงนวัตกรรมในบริบทต่าง ๆ การศึกษาคุณลักษณะการบริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการยกระดับประสิทธิภาพทางการจัดการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมประเภทโฮสเทลในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยการใช้นวัตกรรมรูปแบบต่าง ๆ ที่จะสร้างมาตรฐานการบริการอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งยังสามารถช่วยลดข้อจำกัดในกระบวนการให้บริการได้อย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ยากต่อการควบคุม และยังเป็นการพัฒนาารูปแบบนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในประเทศไทย

คำสำคัญ: นวัตกรรม, ธุรกิจโรงแรม, โฮสเทล

ABSTRACT

This academic article is studying and analyze of enhancing innovation for hotel business of hostel. There is objective to explain of innovation in different contexts. A study of service characteristics of a hotel business of hostel and creating competitive advantages form theories and related research. To be applied as a guideline to improve efficiency management of hotel business of hostel in Covid – 19 virus situations by using different model innovations to define standard service creativity. And also help reduce constraints in service processes to appropriate with changing in external environments that are difficult to control, as well as to entails the creation of invocative models that raise the value of products and services for hotel business of hostel in Thailand.

KEY WORLD: Innovation, Hotel Business, Hostel



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

1. บทนำ

ภาพรวมของอุตสาหกรรมบริการที่รวบรวมทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและวัฒนธรรม เพื่อเกิดการสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย จากการเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่องของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและความหลากหลายของพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการรับมือด้วยการสร้างรูปแบบการบริการให้มีความร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลโดยตรงต่อโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจยังมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นของกลุ่มธุรกิจบริการในแต่ละภูมิภาค (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) สำหรับธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดการใช้สอยระหว่างการเดินทางจากจุดเริ่มต้น ไปสิ้นสุดที่ปลายทางด้วยการพักแรมค้างคืน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในชุมชนที่จะนำรายการไปสู่ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ และการจ้างงานบริการในพื้นที่ เช่น ร้านอาหาร จุดจำหน่ายของฝากของที่ระลึก มัคคุเทศก์นำเที่ยว การบริการขนส่ง การจัดงานประชุม ฯลฯ จะเห็นได้ว่ารอบระยะเวลาเกือบ 2 ทศวรรษ ที่อุตสาหกรรมบริการยังคงเป็นเสาหลักด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิต จนกระทั่งช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (COVID-19) จากนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ทำให้เกิดการหยุดชะงักด้วยมาตรการปิดการเข้า-ออกที่วาระขออนุญาตทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย เพื่อเป็นมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ธุรกิจโรงแรมสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวนมาก ประกอบกับความจำเป็นจะนำพาคอร์onaให้หยุดนิ่งต้องต้องปรับลดอัตราค่าจ้างคน เพื่อรักษาต้นทุนหรือแม้กระทั่งภาคประชาชนในฐานะนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตในการออกนอกเคหสถานจนกว่าการแพร่ระบาดจะสิ้นสุดลงหรือจนกว่าจะประชาชนและนักท่องเที่ยวจะได้รับวัคซีนที่มีประสิทธิภาพในการยับยั้งโรคติดต่อนี้ ซึ่งอาจเป็นความคาดหวังของอุตสาหกรรมบริการในการรอนักท่องเที่ยวได้อีกครั้งหลังไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป (สิริทิพย์ ฉลอง, 2563)

ในขณะที่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยนิชาภา ลมงาม (2564) ได้นำเสนอประเด็นก้าวต่อไปของการท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 บทบาทของแพลตฟอร์มออนไลน์รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ไทยจะมีความสำคัญมากขึ้นในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจโรงแรมรูปแบบใหม่อย่างบ้านพักตากอากาศ โฮสเทล โฮมสเตย์ รีสอร์ท ตลอดจนกลุ่มที่พักขนาดเล็กที่มีห้องพักจำนวนไม่มาก จะกลายเป็นตัวเลือกสำหรับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวมิลเลนเนียลที่นิยมจองการเดินทางด้วยตัวเองผ่านช่องทางออนไลน์สูงถึงร้อยละ 55 ของนักท่องเที่ยวโลก โดยทางภาครัฐไทยยังคงวางแผนสนับสนุนการสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านการใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อสื่อสังคมออนไลน์ ควบคู่กับการฝึกกำลังกับสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวทันทีหากสามารถเปิดประเทศได้ นอกจากนี้ การเดินทางท่องเที่ยวด้วยงบประมาณที่จำกัดในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศชะงักงัน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่มีอัตราค่าบริการไม่สูงมากนักแต่เดิมเคยมีแบ็คแพ็คกิ้ง (Backpacking) เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก จะมีโอกาสขยายตลาดไปกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ได้อย่างครอบคลุมทั้งมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชันแซต รวมทั้งโฮสเทลยังเปรียบเสมือนสถานที่พบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ ส่งเสริมการเรียนรู้การใช้ชีวิตกับผู้อื่นภายในห้องและพื้นที่ส่วนกลาง หรือแม้กระทั่งการออกแบบห้องพักให้มีเอกลักษณ์ของแต่ละห้องและเป็นการสร้างความแตกต่างกับธุรกิจโรงแรมประเภทอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น การสร้างความเปรียบด้วยนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่นำเสนอการเชื่อมโยงการออกแบบสภาพแวดล้อมด้วยทำเลที่ตั้งในพื้นที่ชุมชนเดินทางสะดวก จะกลายเป็นอีกหนึ่งจุดขายที่สำคัญ (ชลธิชา อินอุ๋นโชติ, 2560)

ถึงแม้ว่าการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจยังเป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของธุรกิจเช่นเดียวกับหลักการของ Porter (1990) ที่อธิบายว่า การขับเคลื่อนนวัตกรรมในธุรกิจบริการจะเริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการตลาด การผลิต และการบริการ โดยการอาศัยองค์ความรู้และทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการให้สามารถทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึง Nybakk et al. (2009) ระบุว่า ความสามารถทางนวัตกรรมจะถูกนำมาใช้ในการแก้ข้อบกพร่องของกระบวนการสร้างสินค้าและบริการใหม่ที่เป็นการเปิดรับความท้าทายของคู่แข่งที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Hameed et al (2021) ที่สนับสนุนว่า การแข่งขันของธุรกิจ



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)”

โรงแรมยุคหลังโควิด-19 ด้วยการสร้างสิ่งใหม่หรือเทคนิคการบริการที่แตกต่างไม่มีใครเคยทำมาก่อนที่เรียกว่านวัตกรรม จะช่วยต่อลมหายใจทางธุรกิจแก่กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมได้ในระยะยาวและการสร้างผลประกอบการดำเนินงานตามเป้าหมาย ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นกับประชาคมโลกในครั้งนี้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ของอุตสาหกรรมบริการ ผู้สร้างนวัตกรรมก็คือผู้ประกอบการที่จะต้องกล้าตัดสินใจเปลี่ยนขนบธรรมเนียมทางธุรกิจที่ล้าสมัย ในขณะที่เดียวกันนวัตกรรมของการวิจัยครั้งนี้ยังเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน คู่แข่งขัน และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจที่จะช่วย นำให้รอดพ้นการปิดตัวของกิจการไปได้ (Nunes & Cooke, 2021) ยิ่งไปกว่านั้น ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลยังต้องพึ่งพานวัตกรรมการแลกเปลี่ยนการสร้างความสัมพันธ์ภาพให้กับกลุ่มผู้รับบริการคนอื่นที่ไม่คุ้นเคยด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการอำนวยความสะดวก อาทิ การจัดทำฐานข้อมูล การสำรองบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทดแทนการหาตัวแทนการจัดจำหน่าย และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปรูปอย่างไลน์ (Line) เพื่อการเข้าสู่ห้องพักทดแทนการใช้คีย์การ์ดแบบสัมผัสดั้งเดิม (ระชานนท์ ทวีผล, 2563)

จะเห็นได้ว่านวัตกรรมยังคงเป็นอีกหนึ่งแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่เป็นองค์กรขนาดเล็กมีทรัพยากรจำกัด จะต้องอาศัยระยะเวลาในการฟื้นฟูโครงสร้างทางการเงิน และรายได้หลังจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดลง แต่อัตราการเข้าพักอาจยังคงชะลอตัวเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้รับบริการที่หลีกเลี่ยงการสัมผัสสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ส่วนกลาง หรือแม้กระทั่งการลดความจำเป็นที่จะต้องอยู่อาศัยร่วมกับผู้อื่น การสร้างความยืดหยุ่นในกระบวนการบริหารของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กอย่างโฮสเทล จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการควรออกแบบวางแผนการดำเนินงานที่เป็นระบบรัดกุมมากยิ่งขึ้น หรือแม้กระทั่งการเตรียมความพร้อมที่ปัจจัยเสี่ยงในรูปแบบอื่น ๆ ในขณะเดียวกันการศึกษาลักษณะของนวัตกรรมจากบริบทต่าง ๆ จะนำไปสู่การค้นหาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยระบบการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพในกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมประเภทโฮสเทล ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงนวัตกรรมในแบบฉบับเฉพาะของธุรกิจโรงแรมจะช่วยธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีความพร้อมต่อการให้บริการอีกครั้งหลังกระทบที่ศูนย์การบริการและการท่องเที่ยวของโลกเปลี่ยนแปลงไปแล้ว

2. เนื้อหา

2.1 นวัตกรรม

สฤณี อาชวานันทกุล (2562) ได้เรียบเรียงความหมายของนวัตกรรม หรือ Innovation คือ การกระทำสิ่งใหม่หรือสิ่ง ที่แตกต่างไปจากเดิมด้วยกระบวนการทางความคิดที่เป็นระบบด้วยการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรม ในเชิงสมรรถนะที่วัดผลได้จากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ที่มีอบความสะดวกสบาย ความร่วมสมัย หรือแม้กระทั่งความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการเข้ากันได้ (Compatibility) อาศัยการพิจารณาจากบริบทแวดล้อมและ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ “นวัตกรรม” ในความหมายถึงที่เกี่ยวข้องเชิงธุรกิจ หมายถึง ความเป็นรูปธรรมที่เกิดขึ้นจากการ นำความรู้ที่มีอยู่เดิมเข้ามาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่ หรืออาจพัฒนาเป็นแนวคิด การประเมินการลงทุนครั้งใหม่ ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่กำลังเติบโตขึ้น (Rogers, 1995) เช่นเดียวกันกับนิยามนวัตกรรมของ Lemon & Sahota (2003) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นการใช้องค์ความรู้ทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายในเชิงคุณสมบัติที่แตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งการสินค้าและบริการใน รูปแบบที่ไม่เคยมีมาก่อนในท้องตลาด ถึงแม้ว่า Herkema (2003) จะนำเสนอานิยามของนวัตกรรมในเชิงส่วนต่อขยายไปยัง อุปสงค์ หมายถึง การกำหนดลักษณะพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในภาคธุรกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนองค์กร โดย นวัตกรรมสามารถเป็นไปได้ทั้งสินค้าใหม่ บริการใหม่ หรือแม้กระทั่งการใช้เทคโนโลยีใหม่ สิ่งเหล่านี้จะช่วยนำองค์กรไปสู่ ความสำเร็จในการแข่งขัน

ความสำคัญของนวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้ทางการจัดการตามแนวคิดของนพดล เหลืองภิรมย์ (2557) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมมีความสำคัญในการนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ของทุกภาคในส่วนแต่ละองค์กร โดยจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในภาพรวม



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)”

ของนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วยการเรียนรู้ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เทคนิคการทำงานที่ลดต้นทุนด้านต่าง ๆ แก่องค์กร และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดการต่อยอดในสายอาชีพ ในส่วนของ Hjalager (2010) นำเสนอว่า นวัตกรรมที่นำมาใช้ในภาคอุตสาหกรรมบริการเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดขอบเขตการดำเนินงานในองค์กรเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเลิศไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมและบริษัทท่องเที่ยว อีกทั้งนวัตกรรมยังมีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดจากสภาวะการแข่งขันด้วยการสร้างจุดเด่นของสินค้าและบริการให้เป็นที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามบทความวิจัยของ Zhao (2001) พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นคนรุ่นใหม่จะมีความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาดที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งนวัตกรรมยังหมายถึงสิ่งที่ผู้ให้บริการ นอกจากนี้ ผลการวิจัยของเจตพล กองคำ และระชานนท์ ทวีผล (2561) พบว่า นวัตกรรมในธุรกิจบริการเป็นกระบวนการจัดการธุรกิจใหม่ที่จะเลือกเฉพาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีผู้รับบริการจำนวนมากแต่สามารถสร้างกำไรในมูลค่ามหาศาลแก่องค์กร โดยจะต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกิจกรรมที่แตกต่างจากคู่แข่งประกอบด้วย (1) การกำหนดรูปแบบการลงทุนและการวางสัดส่วนโครงสร้างองค์กรทั้งส่วนงานบริการส่วนหน้าและส่วนงานสนับสนุนที่ระบุได้ถึงอัตราค่าจ้างคน (2) การจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เริ่มต้นจากการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติที่จำเป็น มุ่งเน้นการถ่ายเทคนิคการทำงานจากประสบการณ์โดยตรงจากผู้ประกอบการ (3) การคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้สะดวก ควบคู่กับการบริหารพื้นที่เพื่อความเป็นระเบียบและสวยงาม ตลอดจนการซ่อมบำรุงสถานที่เพื่อไม่ทรุดโทรมไปตามกาลเวลา (4) การใช้กลยุทธ์ตลาดเชิงรุกที่ร่วมสมัยด้วยการใช้หลักการส่งเสริมการขายให้ได้มากที่สุด (5) การเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาในกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการทำงานและการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) กล่าวถึง คุณลักษณะของนวัตกรรมทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นตัวเลือกในการขับเคลื่อนความสำเร็จ โดยมีเงื่อนไขที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ในการส่งเสริมศักยภาพขององค์กรธุรกิจ ซึ่งยังมีความสอดคล้องกับมุมมองของนักวิชาการและผลการวิจัยต่าง ๆ ได้ทั้งสิ้น 3 รูปแบบดังนี้

1.1 นวัตกรรมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

Langley et al. (2005). นำเสนอว่า นวัตกรรมการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดจากการแก้ไขกระบวนการผลิตที่มีปัญหาให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ออกมาจะเป็นผลผลิตที่มีความเป็นรูปธรรมจับต้องได้ มุ่งเน้นความแปลกใหม่ที่ผู้รับบริการและเป็นมุมมองที่จะต้องไม่เคยพบเห็นที่ใดมาก่อน ซึ่งผู้สร้างนวัตกรรมจะกลายเป็นที่จดจำครั้งแรกของโลกใบนี้ แต่อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำหรับ Akova et al. (1998) ได้อธิบายถึงการสร้างนวัตกรรมต้องใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน ควบคู่กับการแสวงหาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตหรือผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีสัมพันธ์กันที่ดีซึ่งกันและกัน รวมทั้งการสืบค้นความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมในแต่ละยุค

1.2 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

Michel et al. (2007) ได้วิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการแห่งยุคเทคโนโลยีเอาไว้ว่า นวัตกรรมบริการไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือสนับสนุน แต่บทบาทของการบริการที่เหนือระดับเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของผู้รับบริการ เพื่อนำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในกระบวนการออกแบบได้ตรงตามความคาดหวัง เช่นเดียวกับ Lee & Chen (2009) ที่มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องข้อค้นพบที่ว่า นวัตกรรมบริการยังมุ่งเน้นไปที่ตัวผู้รับบริการที่จะต้องอาศัยความเข้าใจเชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล การค้นสิ่งที่ผู้รับต้องการได้กระจ่างจะมีส่วนช่วยให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าคู่แข่ง

1.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

Rekha & Resmi (2021) ค้นพบว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นการคาดคะเนสถานการณ์ที่อาจเกิดผลกระทบต่อองค์กรและผลกำไรที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งการเพิ่มเติมคุณภาพของการบริการและการสร้างความเชื่อมั่นของกลุ่มผู้รับบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมกระบวนการจะต้องมีเงื่อนไขที่สำคัญย่อย 4 ประการ ได้แก่ (1) การกระจายอำนาจ (Decentralization) เป็นแนวทางการเพิ่มกลุ่มผู้บริหารระดับกลางเพื่อช่วยควบคุมทรัพยากรและการตัดสินใจตามสัดส่วนของ



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

แผนกต่าง ๆ ที่มีบุคลากรระดับปฏิบัติการจำนวนมาก (2) การสร้างความโปร่งใส (Transparency) เป็นแนวทางการจัดสรรผลตอบแทนให้เหมาะสมกับศักยภาพของบุคลากร เช่น การปรับตำแหน่งงาน การให้เงินตอบแทนพิเศษ เป็นต้น รวมทั้งการเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบหรือโต้แย้งกับการประเมินผลที่ไม่เป็นธรรม (3) การลดความไม่ไว้วางใจระหว่างสมาชิก (Trust lessness) เป็นแนวทางการส่งเสริมความสามัคคีภายในองค์กรด้วยกิจกรรมการส่งเสริมความสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกได้เรียนรู้และยอมรับซึ่งกันและกัน และ (4) การสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (Security) เป็นแนวทางการหลีกเลี่ยงอันตรายจากการปฏิบัติงานทั้งการเจ็บป่วยหรือแม้กระทั่งสุขภาพ ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าจุดเริ่มต้นของนวัตกรรมกระบวนการอาจมาจากปรับเปลี่ยนคณะผู้บริหารหรือแม้กระทั่งการแก้ไขนโยบายของผู้ประกอบการ ที่คำนึงถึงการบริหารความสำเร็จขององค์กรควบคู่ไปกับการบริหารความสัมพันธ์ของผู้รับบริการ

ถึงแม้ว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 3 รูปแบบ ได้จะมีคำอธิบายที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ แต่ผลลัพธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งยังมีวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมากที่นำมาใช้ขยายขอบเขตแห่งนวัตกรรมให้มีรายละเอียด สำหรับนำไปใช้สนับสนุนธุรกิจโรงแรม โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การกำหนดคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม

ชื่อ-นามสกุล	นวัตกรรมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์			นวัตกรรมบริการ			นวัตกรรมกระบวนการ	
	ด้านที่ 1	ด้านที่ 2	ด้านที่ 3	ด้านที่ 4	ด้านที่ 5	ด้านที่ 6	ด้านที่ 7	ด้านที่ 8
ปรารธนา หลีกภัย และคณะ (2557)	✓	✓	✓		✓		✓	✓
สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2559)	✓		✓	✓			✓	
ชลธิชา อินอุ้นโชติ และคณะ (2560)				✓			✓	
ปฐมพร ศรีมณี (2561)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
สุทธิกร กิ่งแก้ว (2563)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tetlan & Grazina (2015)	✓	✓					✓	✓
Elena et al. (2016)	✓	✓		✓			✓	✓
Jessica et al. (2018)		✓		✓			✓	✓
Martin-Rios & Ciobanu (2019)	✓	✓	✓				✓	✓
Ziyae et al. (2021)				✓			✓	

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะนวัตกรรมทั้ง 3 รูปแบบหลักประกอบ นวัตกรรมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมกระบวนการยังมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดของสุทธิกร กิ่งแก้ว (2563) อธิบายถึงการจัดหมวดหมู่ย่อยได้ทั้งหมด 8 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 คุณสมบัติของสินค้าและบริการ ด้านที่ 2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ ด้านที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านที่ 4 การเข้าถึงผู้รับบริการ, ด้านที่ 5 บริการเสริม ด้านที่ 6 รูปแบบของรายได้และกำไร ด้านที่ 7 การจัดการภายในองค์กร และ ด้านที่ 8 พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ เพื่อนำมาประยุกต์

2.2 การจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

การจัดการ (Management) หมายถึง การกำหนดแบบแผนที่มีกระบวนการเป็นลำดับขั้นตอนที่ช่วยให้เกิดการควบคุมทรัพยากรการดำเนินงานของกิจกรรมให้มีความต่อเนื่องภายในองค์กร โดยแต่ละองค์กรจะมีการประสานงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือแก้ไขปัญหาขององค์กรกำหนด (โชติ บติรัฐ, 2558) สำหรับผลการวิจัย ชัยกร บุตรเศรณี (2550) ที่ได้อธิบายนิยามความหมายของคำว่า การจัดการธุรกิจโรงแรม คือ การกำหนดแนวคิดต้นแบบสำหรับการจัดการโครงสร้างองค์กรควบคู่กับองค์ความรู้ ที่ได้ผสมผสานทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัดเข้ามาใช้ในการสร้างสรรค์อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างสะดวกสบาย โดยการวิเคราะห์การจัดการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ร่วมกับการเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการ ในขณะที่นิยามของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล หมายถึง สถานที่พักที่มีอัตราค่าบริการที่ประหยัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้แก่ผู้เข้ารับบริการ โดยการออกแบบห้องจะเป็นห้องนอนแบบเตียงรวม หรือภายในห้องพักอาจมีการจัดวางเตียงสองชั้นหรือมีเตียงขนาดเล็กจำนวนมากกว่า 1 เตียง และมีพื้นที่ส่วนกลางให้ผู้บริการได้ใช้ร่วมกัน เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น ห้องสมุด เป็นต้น (วัชรพงษ์ รติสุขพิมล, 2562)

ในขณะที่ผลงานวิจัยของนันทนา อินสว่าง และคณะ (2559) ได้นำเสนอว่า การจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์ให้เป็นไปตามพฤติกรรมของผู้รับบริการที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มนักเดินทางสายเป่ ที่คำนึงถึงสถานะเศรษฐกิจถดถอยที่ผู้รับบริการคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น อาจส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทันที ประกอบกับจุดเริ่มต้นของการดำเนินกิจการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนิยมใช้สินทรัพย์ของครอบครัวที่เป็นอาคารพาณิชย์มาปรับปรุงหรือดัดแปลงเพื่อจดทะเบียนเป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อม รวมทั้งการออกแบบตกแต่งอาคารที่มีการเลือกใช้โทนสีที่เรียบง่ายในกลุ่มของแม่สี ที่โดดเด่นจดจำได้ง่ายและบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ทางตราสินค้า อีกทั้งการนำเสนอจุดเด่นด้านห้องพักมีขนาดเตียงที่ไม่ใหญ่จนเกินไป เพื่อให้ห้องพักเกิดพื้นที่ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองหรือย่านชุมชน จึงเป็นโอกาสที่จะมีจำนวนผู้รับบริการตัดสินใจเลือกเข้าพักอาศัยค้างคืน นอกจากนี้ Kuzmanović & Vukić (2021) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า รูปแบบการบริการของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลยังคงจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายถึงแม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มีแนวโน้มลดลงแล้วและสามารถเดินทางท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว เนื่องด้วยลักษณะเฉพาะตัวในการพักอาศัยอยู่ร่วมกันสิ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้คนที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน กลุ่มผู้รับบริการจะไม่สามารถสัมผัสถึงบรรยากาศเหล่านี้จากโรงแรมประเภทอื่น ๆ ในขณะที่วงกลุ่มผู้ประกอบการควรตระหนักถึงการดูแลความปลอดภัยเนื่องจากมีจำนวนผู้รับบริการจากหลากหลายภูมิภาคที่จะต้องมาอยู่อาศัยในห้องพักเดียวกัน พร้อมทั้งการดูแลเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยภายในอาคารให้มีมาตรฐานระดับสูงยิ่งขึ้น เป็นอีกหนึ่งเงื่อนไขในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

สำหรับการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในย่านชุมชนเมืองเก่า จะเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มผู้รับบริการสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ตามวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์อันยาวนาน นับว่าเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จึงมีกลุ่มนักลงทุนรายใหม่หันไปให้ความสนใจใ้ด้วยการกว้านซื้อที่ดินในทำเลที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น โดยกระบวนการวางแผนสร้างรายได้เปรียบเทียบกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลด้วยการบริหาร การจัดการ การควบคุม และการขึ้นนำ (ณัฐรัชชกร ภัทรศิริจิตร, 2562) อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล (2563) ยังค้นพบประเด็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่ใช้ธรรมชาติเป็นเงื่อนไขในการจัดการธุรกิจให้เกิดความสมดุลเริ่มจากการดูแลกลุ่มผู้รับบริการต้องได้รับอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม ระหว่างการเข้าพักจะต้องได้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่จะต้องดูแลผู้ให้บริการในฐานะบุคลากรด่านแรกที่ต้องพบเจอผู้รับบริการด้วยการ บริหารผลตอบแทนที่เหมาะสมกับปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินกิจการ อาทิ การควบคุมปริมาณขยะและมลพิษบริเวณทำเลที่ตั้ง ควบคู่กับการช่วยเหลือสังคมด้วยการจ้างแรงงานท้องถิ่นเข้ามาเป็นผู้ให้บริการในแต่ละแผนก การนำสินค้าของฝากของที่ระลึกของชุมชนท้องถิ่นเข้ามาจัดแสดงและวางจำหน่ายบริเวณจุดลงทะเบียน ยิ่งไปกว่านั้น ยัง



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)”

พบว่า แนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จด้วยการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด แบ่งออกเป็น 5 เื่อนไขสำคัญดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านการค้นหาแรงบันดาลใจที่มาจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่เดินทางไปท่องเที่ยวและเข้าพักในโรงแรมประเภทต่าง ๆ เพื่อนำเอาข้อดีหรือจุดเด่นของที่พักเหล่านั้นมาใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงแก้ไขการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในและภายนอกอาคารให้เกิดทัศนียภาพที่สวยงาม โดยผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ามาผสมผสานกับการออกแบบก่อสร้าง

2.2.2 ด้านการบริหารทำเลที่ตั้งให้เกิดมูลค่าด้วยการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์ การรับประทานอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น หรือแม้กระทั่งกิจกรรมการผจญภัยและนันทนาการจะระบบนิเวศตามลักษณะทางภูมิศาสตร์

2.2.3 ด้านการกำหนดคุณลักษณะของห้องพักให้สามารถรองรับจำนวนผู้รับบริการที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นห้องพักแบบเตียงรวม (Mixed Dorm) กับห้องพักเฉพาะสุภาพสตรี (Ladies Dorm) ที่รองรับกลุ่มผู้รับบริการประมาณ 2-6 คน ภายในห้องพักจะมีบริการเตียงขนาด 3-3.5 ฟุต มีการเว้นระยะห่างระหว่างทางเดิน หรืออาจเลือกใช้ในลักษณะของเตียง 2 ชั้น เพื่อให้เกิดการประหยัดพื้นที่ใช้สอยให้ได้มากที่สุด โดยแต่ละห้องพักจะมีตู้เก็บของสำหรับจัดเก็บสัมภาระต่าง ๆ นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลบางแห่งได้มีการออกแบบห้องพักส่วนตัว (Private Room) ภายในจะมีเตียงขนาด 5-6 ฟุตเหมาะสำหรับกลุ่มที่พักรวมเป็นคู่รักและครอบครัวขนาดเล็ก

2.2.4 ด้านการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการที่พักราคาประหยัด ได้แก่ กลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งจะเป็กลุ่มที่มีความกล้าใช้ชีวิตแบบเปิดเผยตัวตนจากภูมิภาคต่าง ๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เดินทางเข้ามาใช้บริการ และกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยที่ตัดสินใจเดินทางตามโครงสร้างทางสังคมที่กลุ่มเพื่อนที่แตกต่างกันไปตามจำนวนสมาชิกแต่ละครั้ง โดยผู้รับบริการชาวไทยสามารถเหมารวมห้องหรือเลือกจองเฉพาะเตียงที่ตนเองต้องการ

2.2.5 ด้านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มตัวแทนการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ (OTA: Online Travel Agent) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความมั่นคงทางด้านรายได้อย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลใหม่และมีห้องพักจำนวนมากจะเลือกลดต้นทุนการดำเนินงานด้วยการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊กและไลน์ ในการเป็นช่องทางการสำรองห้องพักโดยตรง

2.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นิยามของความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินกิจการด้วยการสร้างโอกาสเพื่อมุ่งเป้าไปสู่การสร้างผลกำไรที่มีระดับที่สูงขึ้นอย่างเป็นลำดับ โดยทางผู้ประกอบการควรแสวงหาความแตกต่างทางคุณลักษณะของสินค้าและบริการ การให้คัดเลือกที่จะจับกลุ่มตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพทางการซื้อ และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่าคู่แข่งและกลุ่มสินค้าทดแทน (Fuller, 2004) ในขณะที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) อธิบายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการแสดงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของจุดมุ่งหมายที่ผู้บริหารได้กำหนดเอาไว้ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก ควบคู่กับการตระหนักถึงสิ่งกระตุ้นความสนใจของสินค้าและบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ นอกจากนี้ การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจยังต้องใช้เครื่องมือสำหรับการประเมินความสามารถขององค์กร เพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกมาในลักษณะของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งยังเป็นการกำหนดเทคนิคที่เหนือกว่าองค์กรคู่แข่งด้วยการออกแบบกระบวนการสร้างสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และการสร้างนวัตกรรมที่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการหรือคาดหวัง (วิทยา ด่านธำรงกุล, 2549)

ความสำคัญของหลักการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นจากความสามารถขององค์กร พร้อมกับการฝึกฝนทักษะความรู้ให้แก่บุคลากร การปฏิบัติงานหลากหลายหน้าที่ในเวลาเดียวกัน การสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับ



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป (Tourism Transforming to the Next Normal)”

ผู้ให้บริการที่มีลักษณะทางพฤติกรรมที่แตกต่าง การเตรียมความพร้อมให้กับผู้ให้บริการให้สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมืออาชีพ ดังนั้นทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นรากฐานที่มีส่วนสนับสนุนการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งผู้บริหารควรคัดเลือกผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับรายละเอียดของภาระงานตามโครงสร้างที่กำหนด (สมยศ นาวิการ, 2548) โดยหลักการของ Potter (2011) ระบุถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือ Competitive Advantage เปรียบเสมือนแผนสำรองของกิจการที่จะถูกนำมาใช้ก็ต่อเมื่อองค์กรกำลังเผชิญกับปัญหาจากยอดขายที่ลดลง ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นจากปัจจัยนำเข้าภายในองค์กรบางประการ รวมถึงการสูญเสียกลุ่มผู้ให้บริการไปให้กับคู่แข่ง ซึ่งผู้บริหารจะต้องอาศัยหลักการวางแผนและการกำหนดตัวชี้วัดผลลัพธ์ในมิติต่าง ๆ ที่มีความชัดเจน ในขณะที่ พิชสิริ ชมพุดำ (2552) การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่บ่งบอกถึงนวัตกรรม ที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเอาชนะคู่แข่งและดำรงอยู่ท่ามกลางสภาวะทางเศรษฐกิจประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

2.3.1 องค์ประกอบความได้เปรียบด้านต้นทุน เป็นการคาดคะเนความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับผู้บริการยังสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อ หากธุรกิจใดนำเสนอสินค้าในราคาที่แตกต่างกัน จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนและการกำหนดราคาที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย

2.3.2 คุณภาพ เป็นการสำรวจความต้องการที่เกิดขึ้นจากกลุ่มผู้บริการที่ต้องการสินค้าและบริการแต่มีความอ่อนไหวต่อราคาในระดับต่ำ ซึ่งจะต้องมีพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ อย่างรอบคอบทุกครั้ง โดยทางผู้ประกอบการและผู้ให้บริการควรมีการประเมินกระบวนการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนด ควบคู่ไปกับการตรวจสอบข้อมูลของสินค้าและบริการที่ชำรุดเสียหายก่อนที่จะถึงมือผู้บริการ และขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นการสำรวจความคิดเห็นหลังจากการบริโภคสินค้าและบริการเรียบร้อยแล้ว

2.3.3 นวัตกรรม เป็นการคิดค้นสิ่งใหม่เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้มีคุณลักษณะที่โดดเด่น พร้อมกับการอำนวยความสะดวกก่อน ระหว่าง และหลังการให้บริการ ซึ่งทางองค์กรจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อเป็นการระดมแนวความคิดที่หลากหลายและมีความแปลกใหม่

2.3.4 การตอบสนองอย่างรวดเร็ว เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรด้วยกระบวนการให้บริการที่มีความรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริการจำนวนมากในเวลาเดียวกัน รวมทั้งการรับฟังคำร้องเรียนจากช่องทางต่าง ๆ การเพิ่มเติมสายผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเป็นตัวเลือกแก่ตลาดที่มีความน่าลงทุน และการยกเลิกผลิตภัณฑ์บางรายการไม่จำเป็นออกจากกระบวนการผลิต

แนวทางการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารเกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กรธุรกิจแต่ละขนาด นับว่าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะช่วยเพิ่มความต่อเนื่องทางธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพทางด้านการเงินทำให้เกิดข้อผิดพลาดที่ลดลง ด้านสามารถในการควบคุมต้นทุนให้เกิดความเหมาะสมกับกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอน ด้านคุณภาพก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ตราสินค้า ด้านนวัตกรรมจากการระดมความคิดสร้างสรรค์ในพัฒนาการสินค้าและบริการที่แปลกใหม่ในท้องตลาด และด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการหรือข้อร้องเรียนของกลุ่มผู้บริการ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานับว่าเป็นเทคนิคที่สำคัญต่อการรับมือกับคู่แข่งรายปัจจุบัน คู่แข่งขันหน้าใหม่ที่จะเกิดขึ้นอนาคต ตลอดจนกลุ่มสินค้าทดแทนที่มีต้นทุนและอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า อีกทั้งการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันยังเป็นการยึดมั่นตามนโยบายของผู้บริหารที่มีกำหนดเอาไว้ในแต่ละปี และยังเป็นการเพิ่มโอกาสด้วยสร้างผลกำไรและมูลค่าที่เพิ่มขึ้นแก่องค์กรด้วยขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริการรายใหม่

3. สรุป



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

การดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลกำลังเผชิญกับความท้าทายในการแข่งขัน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของทรัพยากรภายในองค์กร เมื่อเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีการบริการแบบครบวงจร กลุ่มผู้ประกอบการจะต้องวิเคราะห์เทคนิคการแข่งขันด้วยวิธีที่แปลกใหม่ทดแทนการตัดราคา โดยการปรับเปลี่ยนทิศทางการของธุรกิจด้วยกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง รวมทั้งการวางแผนการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หรือแม้กระทั่งการรับมือกับโรคอุบัติใหม่อื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้มีความแปลกใหม่ด้วยการสร้างนวัตกรรม จะช่วยกระตุ้นความสนใจแก่ผู้รับบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง นับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยไม่มีการจำกัดกรอบความคิดการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิม สำหรับนวัตกรรมบริการจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายถึงแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลด้วยคุณลักษณะตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

นวัตกรรมสำหรับธุรกิจโฮสเทล	คุณลักษณะ
1. ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ	การออกแบบรูปลักษณ์ของสินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้แตกต่างจากคู่แข่งอื่น โดยใช้เทคนิคการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของอาคารห้องพักและแผนบริการให้มีความน่าสนใจ หรือการเพิ่มเติมเครื่องมือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มผู้รับบริการ
2. ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ	การนำเสนอการบริการของโรงแรมประเภทโฮสเทลแบบครบวงจรควบคู่กับการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการในกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่
3. ด้านการสร้างภาพลักษณ์	การเสริมสร้างกิจกรรมการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่ประกอบไปด้วยความเป็นมา และการระบุตำแหน่งทางการตลาดที่ผู้ประกอบการปรารถนาจะให้ผู้รับบริการได้เกิดการจดจำหรือรับรู้้อย่างแพร่หลาย
4. ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการ	การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้มีความครอบคลุมทั้งระบบออนไลน์และทำเลที่ตั้ง พร้อมทั้งการเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับบริการเกิดความต่อเนื่องในการรับรู้ตามรอบระยะเวลาที่ผู้ประกอบการกำหนด
5. ด้านการบริการเสริม	การบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้เกิดความต่อเนื่อง และการดูแลผู้รับบริการหลังกระบวนการบริการสิ้นสุดลง หรือในกรณีเกิดปัญหาจะมีการติดตามแก้ไขปัญหา
6. ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร	การวิเคราะห์การสร้างรายได้ของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มพื้นที่สำหรับการรองรับ รวมทั้งการคำนึงถึงการเก็บค่าบริการในการให้เช่าพื้นที่ การจำหน่ายของที่ระลึกที่ต่อยอดจากโฮสเทล ตลอดจนการขยายเครือข่ายทางธุรกิจภายใต้ตราสินค้าเดียวกันไปยังภูมิภาคต่าง ๆ
7. ด้านการจัดการภายในองค์กร	การประเมินปัญหาธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้น ประกอบด้วยทรัพยากรบุคคล สถานที่ และเครื่องมือ รวมทั้งการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการควบคู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปรับระบบงานหรือการลดอัตราค่าจ้างคน หรือการลดต้นทุนการผลิตอื่น ๆ ตลอดจนการเลือกใช้พลังงานหมุนเวียนเข้ามาในองค์กร



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

นวัตกรรมสำหรับธุรกิจโฮสเทล	คุณลักษณะ
8. ด้านการเครือข่ายทางธุรกิจ	การระดมความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการในเครือข่ายธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เช่น ผู้ขายปัจจัยการผลิต คู่แข่งขัน ธุรกิจบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ เป็นต้น เพื่อนำข้อได้เปรียบของผู้มีส่วนสนับสนุนมาประสิทธิภาพขององค์กร รวมทั้งการแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลที่สำคัญทางธุรกิจ และยังเป็น การช่วยส่งเสริมความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น

จากตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดของคุณลักษณะนวัตกรรมสำหรับธุรกิจโฮสเทลทั้งสิ้น 8 ด้าน กลุ่มผู้ประกอบการสามารถค้นพบนวัตกรรมเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งการยกระดับการบริการสู่ความเป็นเลิศ และการส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งบทสรุปยังเป็นแนวทางการป้องกันข้อจำกัดและอุปสรรคเกิดขึ้นจากกระบวนการให้บริการและมีส่วนช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำบทสรุปของบทความวิชาการนี้ ไปประยุกต์ใช้เป็นข้อคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในฐานะผู้สร้างนวัตกรรมแต่ละด้าน ที่อาจสะท้อนถึงอัตลักษณ์การบริการขององค์กร ร่วมกับการใช้เทคนิคการสังเกตแบบไม่มีส่วนภายใต้ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ผลการศึกษานำเสนอแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่เป้าหมาย

4. บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. *Tourism Economic Reviews*, 1(4), 41-43.
- เจตพล กองคำ, & ระชานนท์ ทวีผล. (2561). การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจกีฬาและนันทนาการ กรณีศึกษาสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จังหวัดสมุทรปราการ. เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ 2561 การวิจัยรับใช้ชุมชนสร้างสังคมฐานความรู้ สาขาวิทยาการจัดการ กลุ่มที่ 1 วันศุกร์ที่ 20 กรกฎาคม 2561 ณ ห้องประชุมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กรุงเทพมหานคร. (198-204).
- ชลธิชา อินอุ๋นโชติ, จินดารัตน์ ปิรมณี, & คมกริช วงศ์แข. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(4), 96-97.
- โชติ บดีรัฐ. (2558). *เทคนิคการบริหาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยกร ปุตระกูล. (2550). *กลยุทธ์การจัดการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ณัฐชัชกร ภัทราศิริธนิต. (2562). การดัดแปลงอาคารประเภทตึกแถวเก่าตามข้อกำหนดเพื่อใช้ประโยชน์เป็นโฮสเทล กรณีศึกษา โฮสเทลในเขตบางรัก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(2), 61-75
- นพดล เหลืองภิรมย์. (2557). *การจัดการนวัตกรรม*. กรุงเทพมหานคร : ดวงกลม.
- นันทนา อินสว่าง, นิภาพร ทรงประเสริฐ, & ระชานนท์ ทวีผล. (2559). *จุดเริ่มต้นความสำเร็จของสหายเบีโฮสเทล*. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 8 วันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (1014-1025).
- นิชาภา สมงาม. (2564). What's Next for Millennial Travelers. *TAT Review*, 7(3), 55-71.
- ปรารธนา หลีกภัย, เกิดศิริ เจริญวิศาล, ชาลี ไตรจันทร์, & โสภณ จิระเกียรติกุล. (2557). ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 31(1), 69-96.



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

- ปฐมพร ศรีมณี. (2561). *นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2563). การดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาล กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสาร มทร. อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 16-35.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2549). *หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักขิตานนท์, อองอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชานนท์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสารจำกัด.
- สมพงษ์ อำนาจเงินตรา. (2559) การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมด้วยกลยุทธ์ Blue Ocean. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ*, 36(1), 1-23.
- สมยศ นาวิการ. (2549). *การบริหารและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร : ผู้จัดการ.
- สถนี อาชวานันทกุล. (2562). *มายานวัตกรรม The Myths of Innovation*. กรุงเทพมหานคร: ซอลท์ พับลิชซิง จำกัด.
- สุทธิกร กิ่งแก้ว. (2563). *8 นวัตกรรมตอบโจทย์ธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์.
- สิริทิพย์ ฉลอง. (2563). ธุรกิจโรงแรม. *วิเคราะห์เศรษฐกิจภาคบริการ ส่วนเศรษฐกิจรายสาขาคุณนัยวิจัยธนาคารออมสิน*, 1(1). 1-6
- พัชสิรี ชมภูคำ. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล.
- 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).
- Elena A., Blinova, A. E., Orlova, N., & Romanova, M. (2016). Innovations in Hospitality Industry. *International Journal of Environmental & Science Education*, 17, 10387-10400.
- Fuller, T. (2004). *Corporate ethical futures responsibility for the shadow on the future of today's ethical corporations*. New York: John Wiley & Sons.
- Hameed, W. U., Nisar, Q. A., & Wu, H. C. (2021). Relationships between external knowledge, internal innovation, firms' open innovation performance, service innovation and business performance in the Pakistani hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102745.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning with in Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-346.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, 31(1), 1-12.
- Jessica, V. L., Godotti, D. A., & Falaster, C. (2018). Innovation and performance in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(1), 1-21.
- Kuzmanović, M. and Vukić, M. (2021). *Incorporating heterogeneity of travelers' preferences into the overall hostel performance rating*. Faculty of Organizational Sciences, University of Belgrade, Serbian.
- Langley, D. J., Pals, N., & Ortt, J. R. (2005). Adoption of behaviour: predicting success for major innovations. *European Journal of Innovation Management*, 1, 56 – 78.
- Lemon, M. & Sahota, P. S. (2003). Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity. *Journals of Tech novation*, 24, 483-498.



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติถัดไป
(Tourism Transforming to the Next Normal)”

- Martín-Rios, C., & Ciobanu, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. *Tourism Management*, 70, 218-229.
- Nunes, S., & Cooke, P. (2021). New global tourism innovation in a post-coronavirus era. *European Planning Studies*, 29(1), 1-19.
- 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(2), 608-609.
- Porter, M.E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : The Free Press.
- Rekha, A. G., & Resmi, A. G. (2021). An empirical study of blockchain technology, innovation, service quality and firm performance in the banking industry. In *Eurasian Economic Perspectives* Springer, Cham. (75-89).
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovation* (4th Edition). New York : The New Press.
- Porter, M. E. (2011). *Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- Tetlan, K. and Grazina, J. (2015). Innovation development perspectives in a hotel industry by example of Radisson hotel chain in Ukraine. *Regional Formation and Development Studies*, 1(15), 73-85.
- Zhao, F. (2001, February). *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*.



จัดโดย

หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ
หลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและภาคีเครือข่าย