การวิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม
The Research Analysis of Hotel Business Innovation

ดาวศุกร์ บุญญะศานต์[1] อัศวิน แสงพิกุล[2]
Daosook Boonyasarn, Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังขาดงานวิจัยที่ช่วยวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมให้ถึงเห็นแนวคิดและแนวทางส่งเสริมนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมที่ชัดเจนขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) สำรวจข้อมูลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกออกเป็นหัวข้อต่างๆ และ 2) เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้งานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม เพื่อให้ได้แนวคิดและแนวทางที่ชัดเจนขึ้นในการประยุกต์ใช้ของภาคธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า 1) งานวิจัยที่เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในรอบ 10 ปี มีทั้งสิ้น 55 เรื่อง โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณจำนวนมากที่สุด ส่วนภูมิภาคที่นักวิจัยศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมมากที่สุด ได้แก่ ภาคใต้ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และนักวิจัยส่วนใหญ่เลือกศึกษาธุรกิจที่พักแรมประเภทโรงแรมมากที่สุด โดยงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมมากกว่า 1 ประเภท 2) สำหรับการสังเคราะห์องค์ความรู้งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ (1) ความจำเป็นของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม (2) องค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม (3) การแบ่งประเภทนวัตกรรมในธุรกิจบริการ/ธุรกิจโรงแรม (4) ปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม (5) นวัตกรรมกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม และ (6) ตัวอย่างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอาจนำองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมในด้านต่างๆ ของธุรกิจโรงแรมต่อไป

คำสำคัญ (Keywords): ธุรกิจโรงแรม; นวัตกรรมการบริการ; การวิจัยเชิงเอกสาร

Abstract

A review of literature indicated that there is a lack of study analyzing and synthesinzing a body of knowledge regarding hotel business innovation. This study, therefore, is based on documentary research with the following research objectives: 1) to survey the studies in regard to hotel business innovation and 2) to synthesize a body of knowledge in regard to hotel business innovation to provide an appropriate framework for business implementation.

Received: 2023-03-18 Revised: 2023-03-29 Accepted: 2023-03-30

[1] หัวหน้าหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ Head of Tourism and Event Business Program, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. Email: daosook.bon@dpu.ac.th

[2] ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ Director of Graduate Program in Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

According to the findings, it was found that 1) there was a total of 55 studies in regard to hotel business innovation. Most of them were quantitative studies. The areas of investigation were mostly in southern region, Bangkok and its metropolitan areas. Most researchers preferred to do innovation studies in the context of hotels. Most studies were examined regarding hotel innovation more than one type. 2) For the synthesis of research works in regard to hotel business innovation, it can be divided into 6 issues: (1) the necessity of hotel business innovation, (2) fundamental elements to generate innovation, (3) the category of innovation in service industry/hotel business, (4) factors contributing to hotel business innovation, (5) innovation and hotel administration, and (6) the samples for hotel business innovation. In this regard, hotel practitioners may implement the knowledge from this research to develop their works for hotel business innovation.
Keywords: hotel business; service innovation; documentary research

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบันและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ในแต่ละปี ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและแสวงหากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อมาเสริมและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร (ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง, 2563: 62-75) หนึ่งในกลยุทธ์ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม คือ การสร้างนวัตกรรม (innovation)

โดยทั่วไป นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ เป็นต้น นอกจากนั้น นวัตกรรม ยังหมายถึง การพัฒนา การปรับเปลี่ยน หรือการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดๆ เช่น สินค้า บริการ อุปกรณ์ ระบบ กระบวนการ โครงสร้าง หรือโปรแกรม ที่มีความใหม่ต่อองค์กรหรือสังคม (Drucker; 1993; Nohria and Gulati, 1996: 1245-1264) ปัจจุบันนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัจจัยหลายประการ เช่น สภาพแวดล้อมของธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วในโลกยุคใหม่ รวมทั้งการค้นคว้าวิจัยและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง (Read, 2000 อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์, 2557) ทำให้นวัตกรรมกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างโอกาสในการแข่งขัน การสร้างความได้เปรียบเทียบทางการตลาด และการสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

การแบ่งประเภทนวัตกรรม โดยทั่วไปอาจแบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งโดยทั่วไปอาจแบ่งออกเป็น 5 ประเภทในระดับสากล (Hjalager, 2010: 1-12) ได้แก่ 1) product or service innovation เป็นนวัตกรรมที่ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างหรือความใหม่จากสินค้าหรือการบริการ 2) process innovation เป็นนวัตกรรมที่เน้นกระบวนการ (เทคโนโลยี) ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีกว่าของเดิม 3) managerial innovation เป็นนวัตกรรมที่เน้นวิธีการใหม่ๆในการกำกับการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร 4) management innovation เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและ

การตลาด และ 5) institutional innovation เป็นการพัฒนารูปแบบใหม่ๆของการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ/ทางการค้า

ด้วยความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินงานและการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้ในรอบระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในภาคธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ในบริบทของธุรกิจโรงแรม นักวิชาการได้เริ่มศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมกันมากขึ้น ด้วยความจำเป็นในการแข่งขันของตลาดและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว อีกทั้งการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมเป็นเรื่องสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในยุคปัจจุบันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีงานวิจัยที่ช่วยวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมให้มีแนวทางหรือองค์ความรู้ที่ชัดเจนขึ้น จะเป็นการช่วยขยายความรู้ความเข้าใจและอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อสำรวจข้อมูลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ
2. เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้งานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม เพื่อความรู้และความเข้าใจที่ชัดเจน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเนื้อหาเชิงเอกสารเกี่ยวกับบทความวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย (ขอบเขตด้านเนื้อหา) โดยเป็นบทความวิจัยฉบับเต็ม (full articles) ทั้งบทความภาษาไทยและอังกฤษที่เผยแพร่อยู่ในฐานข้อมูลเชิงวิชาการ (journals) จากฐานข้อมูลเชิงวิชาการออนไลน์ ได้แก่ ฐานข้อมูล TCI (Thailand Citation Index) และ Google Scholar (ขอบเขตด้านพื้นที่) ช่วงปี 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2556-2566 (ขอบเขตด้านเวลา)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจข้อมูลขึ้นมา (survey form) จากการทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (สรัญญา จันทร์ชูสกุล, 2560: 160-175; ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล, 2565: 75-87; อัศวิน แสงพิกุล, 2556: 113-126) และได้ปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสำรวจนี้กับงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่าแบบสำรวจนี้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวม ได้แก่ ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ผลการวิจัยอย่างคร่าวและข้อเสนอแนะ การสืบค้นดำเนินการโดยใช้คำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น นวัตกรรมการบริการ นวัตกรรมโรงแรม เป็นต้น โดยรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลเชิงวิชาการดังที่กล่าวข้างต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม และสังเคราะห์เนื้อหาเพื่อสรุปเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจโรงแรมในด้านต่างๆ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่และร้อยละเพื่อนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา

ตารางที่ 1 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามลักษณะงานวิจัย

ประเภทงานวิจัย	จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ)
1. งานวิจัยเชิงปริมาณ	30 (54.5%)
2. งานวิจัยเชิงคุณภาพ	18 (32.7%)
3. งานวิจัยเชิงผสมผสาน	7 (12.8%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา จำแนกตามระเบียบวิธีวิจัยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 30 เรื่อง (ร้อยละ 54.7) รองลงมา คือ งานวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 18 เรื่อง (ร้อยละ 32.7) และงานวิจัยเชิงผสมผสาน จำนวน 7 เรื่อง (ร้อยละ 12.8) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเภทธุรกิจที่พักแรม

ประเภทธุรกิจที่พักแรม	จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ)
1. โรงแรม	17 (30.9%)
- โรงแรมขนาดใหญ่	*4 (7.3%)*
- โรงแรมขนาดกลางและย่อม	*13 (23.6%)*
2. ที่พักแรมประเภทอื่นๆ เช่น โฮสเทล โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์	4 (7.3%)
3. ไม่ระบุประเภทโรงแรม (ศึกษาเฉพาะแนวคิด)	34 (61.8%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามธุรกิจที่พักแรมพบว่า การศึกษาแบบไม่ระบุประเภทโรงแรม หรือศึกษาเฉพาะแนวคิดมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 34 เรื่อง (ร้อยละ 61.8) รองลงมา คือ ธุรกิจประเภทโรงแรม (hotel) จำนวน 17 เรื่อง (ร้อยละ 30.9) และพักแรมประเภทอื่นๆ เช่น โฮสเทล โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ จำนวน 4 เรื่อง (ร้อยละ 7.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามระดับชั้นของธุรกิจที่พักแรม

ระดับชั้นผลิตภัณฑ์	จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ)
โรงแรมระดับ 4-5 ดาว	12 (21.8%)
โรงแรมระดับ 3 ดาว	6 (10.9%)
โรงแรมระดับ 1-2 ดาว	0 (0%)
ไม่ระบุระดับชั้นผลิตภัณฑ์ (ศึกษาเฉพาะแนวคิด)	37 (67.3%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามระดับชั้นของธุรกิจที่พักแรม พบว่า การศึกษาแบบไม่ระบุระดับชั้นผลิตภัณฑ์ หรือศึกษาเฉพาะแนวคิดมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 37 เรื่อง (ร้อยละ 67.3) รองลงมา คือ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว จำนวน 12 เรื่อง (ร้อยละ 21.8) และโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 6 เรื่อง (ร้อยละ 10.9) ตามลำดับ ส่วนโรงแรมระดับ 1-2 ดาว ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรม

ตารางที่ 4 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ)
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	8 (14.6%)
ภาคใต้	8 (14.6%)
ภาคเหนือ	2 (3.6%)
ภาคตะวันตก	2 (3.6%)
ภาคตะวันออก	2 (3.6%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1 (1.8%)
ไม่ระบุภาค (ศึกษาเฉพาะแนวคิด)	32 (58.2%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามภูมิภาคที่ศึกษาพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาโดยไม่ระบุภาค มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 32 เรื่อง (ร้อยละ 58.2) รองลงมาคือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภาคใต้ ในสัดส่วนที่เท่าๆกัน คือ จำนวน 8 เรื่อง (ร้อยละ 14.6) ส่วนภาคอื่นๆ มีผู้ศึกษาเพียงเล็กน้อย ซึ่งน้อยกว่าร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเภทนวัตกรรม

ประเภทนวัตกรรม	จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ)
1. Product or service innovation	4 (7.3%)
2. Process innovation	3 (5.5%)
3. Managerial innovation	9 (16.4%)
4. Management innovation	7 (12.7%)
5. Institutional innovation	3 (5.5%)
6. ศึกษามากกว่า 1 ประเภทของนวัตกรรม	13 (23.6%)
7. ไม่ได้จำแนกประเภทนวัตกรรม (ศึกษาเฉพาะแนวคิด)	16 (29.0%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามประเภทนวัตกรรม พบว่า นักวิจัยศึกษาโดยไม่จำแนกประเภทนวัตกรรม มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 16 เรื่อง (ร้อยละ 29) รองลงมา คือ ศึกษามากกว่า 1 ประเภทของนวัตกรรม จำนวน 13 เรื่อง (ร้อยละ 23.6) ส่วนนวัตกรรมประเภท Managerial innovation มีผู้ศึกษาจำนวน 9 เรื่อง (ร้อยละ 16.4) Management innovation มีผู้ศึกษาจำนวน 7 เรื่อง (ร้อยละ 12.7) Product or service innovation มีผู้ศึกษาจำนวน 4 เรื่อง (ร้อยละ 12.7) ส่วนด้าน Process innovation และ Institutional innovation มีผู้ศึกษาจำนวนเล็กน้อย ราวร้อยละ 5 ตามลำดับ

2. ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม

จากข้อมูลจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ในรอบ 10 ปี ที่ผ่าน ดังแสดงในตารางข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยสังเคราะห์องค์ความรู้ที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของโรงแรมในด้านต่างๆ ไว้ 6 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 6 การสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม

แหล่งที่มา	ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย
ธาดา สมานิ (2562: 103-110); ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง (2563: 62-75); วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ, และ ธีรศักดิ จินดาบถ (2557: 119-146); อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2565: 98-113)	1. ความจำเป็นของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม นวัตกรรมมีความจำเป็นต่อผู้ประกอบการและการดำเนินงานของภาคธุรกิจ รวมถึงในด้านลูกค้า โดยอาจสรุปความจำเป็นของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจากวรรณกรรมได้ดังนี้ 1.1 เพื่อสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการ 1.2 เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือการเป็นผู้นำในตลาดของผู้ประกอบการ 1.3 เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ เช่น การลดขั้นตอนการดำเนินงานลง การลดต้นทุนกรผลิต และการเพิ่มผลกำไรเป็นต้น 1.4 เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป 1.5 เพื่อส่งมอบการให้บริการรูปแบบใหม่ๆหรือประสบการณ์ใหม่ๆให้แก่ลูกค้า 1.6 เพื่อแสวงหาวิธีต่างๆเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 1.7 เพื่อเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของยอดขายและการเติบโตทางธุรกิจ
ธาดา สมานิ (2562: 103-110); ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2559: 13-24); อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2565: 98-113)	2. องค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม นักวิชาการกล่าวว่า การดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมดังนี้ 2.1. ความใหม่ ความใหม่ในที่นี้อาจจะเป็นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการใหม่ โดยอาจจะมีการปรับปรุงต่อยอดจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ก็ได้ 2.2 ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ นวัตกรรมจะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาปรับปรุงสิ่งใหม่นั้นๆ ผลประโยชน์ที่ได้รับอาจจะวัดได้ในรูปแบบของผลตอบแทนทางการเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้ 2.3 การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ การจะเกิดนวัตกรรมขึ้นได้นั้นต้องมีการใช้ฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ใน การพัฒนาไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบของผู้อื่น

แหล่งที่มา	ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย
	2.4 ความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรมีความรู้ ความพร้อมในการลงทุน และความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยสามารถบริหารจัดการกับความรู้และปัจจัยต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดนวัตกรรม
ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2559: 13-24); ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง (2563: 62-75); Hjalager (2010: 1-12)	3. การแบ่งประเภทนวัตกรรมในธุรกิจบริการหรือธุรกิจโรงแรม การแบ่งประเภทนวัตกรรมในธุรกิจบริการหรือธุรกิจโรงแรม อาจแบ่งได้หลายประเภทตามจุดมุ่งหมายหรือขอบเขตของงานวิจัยแต่ละเรื่อง โดยอาจแบ่งออกได้ในหลายลักษณะ เช่น 3.1 การแบ่งประเภทนวัตกรรมในขอบเขตใหญ่ อาจได้ออกเป็น 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือการบริการ 2) นวัตกรรมกระบวนการ 3) นวัตกรรมการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร 4) นวัตกรรมการบริหารจัดการและการตลาด และ 5) นวัตกรรมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Hjalager, 2010) 3.2 การแบ่งประเภทนวัตกรรมในขอบเขตเล็ก เช่น 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2) นวัตกรรมกระบวนการ และ 3) นวัตกรรมการบริการ (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559) 3.3 การแบ่งประเภทนวัตกรรมตามระดับการใช้เทคโนโลยี เช่น 1) นวัตกรรมการบริการที่ใช้เทคโนโลยี และ 2) นวัตกรรมการบริการที่ไม่ใช้เทคโนโลยี (ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง, 2563)
ปรารถนา หลีกภัย (2557: 11-21); ธาดา สมานิ (2562: 103-110); ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2565: 251-266)	4. ปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ผู้บริหารโรงแรมควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม โดยสรุปได้ดังนี้ 4.1 ความพร้อมขององค์กร ความพร้อมขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งเป็นการกำหนดทิศทางขององค์กรในการแสวงหาโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมขึ้นมา 4.2 การให้ความสำคัญกับลูกค้า ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับความต้องการและความคิดเห็นของลูกค้า โดยมุ่งเน้นนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่ๆที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า รวมทั้งสามารถสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ 4.3 การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของพนักงานในองค์กร ผู้บริหารโรงแรมควรส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ ผ่านการอบรมต่างๆ และฝึกฝนให้พนักงานสามารถปรับตัวและเปิดใจยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆภายในองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหรือการทำงานในรูปแบบใหม่ๆภายในองค์กร 4.4 การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหารโรงแรมควรมีแนวคิดเชิงธุรกิจ มีความเป็นผู้นำ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อการแข่งขัน โดยมีความกล้าลงทุนทำสิ่งใหม่ๆ หรือโครงการใหม่ๆ ที่สามารถสร้างความแตกต่าง หรือเป็นผู้นำในตลาด

แหล่งที่มา	ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย
	4.5 บรรยากาศขององค์กร บรรยากาศขององค์กรจะเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการปรับสภาพแวดล้อมและความพร้อมให้แก่พนักงานขององค์กรในการปรับตัวเพื่อรองรับการเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในระบบการทำงานหรือการให้บริการลูกค้า
สมัญญา คงศรีแก้ว และศศิวิมล สุขบท (2557: 62-80); หริรักษ์ จันทิมะ, นันทนา อุ่นเจริญ, ขวัญฤดี ตันตระบัญฑิตย์ (2559: 195-208); ปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุ่นเจริญ (2563: 159-171); โสรยา สุภาผล และคณะ (2564: 278-291)	5. นวัตกรรมกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในหัวข้อนี้ จะเป็นการรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในด้านต่างๆ เพื่อการประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม เช่น 5.1 นวัตกรรมการตลาด เช่น การสร้างสรรค์การบริการใหม่ๆ การสร้างมูลค่าการบริการ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการสร้างแนวคิดใหม่ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธุรกิจโรงแรม โดยทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับประสบการณ์ด้านคุณค่า ความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความภักดีต่อโรงแรม 5.2 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความหลากหลายผลิตภัณฑ์ การนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ของโรงแรม การออกแบบห้องพักหลากหลายประเภท การตกแต่งห้องพักให้ทันสมัย และการเพิ่มเทคโนโลยีในห้องพัก เป็นต้น นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของลูกค้า 5.3 นวัตกรรมการบริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพัก ช่องทางการชำระเงินหลายรูปแบบ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมที่ทันสมัย หรือการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของลูกค้าเช่นกัน 5.4 นวัตกรรมกระบวนการ เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน การปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการลูกค้าที่สะดวกรวดเร็ว หรือการอำนวยความสะดวกในการให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น นวัตกรรมกระบวนการ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ
สมัญญา คงศรีแก้ว และศศิวิมล สุขบท (2557: 62-80); ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลานนท์ (2561: 14-24); ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง (2563: 62-75); อนิฐทธิ์ เจริญสุข (2565: 98-113)	6. ตัวอย่างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม งานวิจัยหลายเรื่องได้กล่าวถึงนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมไว้หลายรูปแบบ ในที่นี้จะนำเสนอเฉพาะนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในบริบทที่เข้าใจได้ง่ายและเห็นภาพลักษณะของนวัตกรรมได้ค่อนข้างชัดเจน ตัวอย่างเช่น 6.1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือการบริการ *โรงแรมมีระบบล็อคประตูห้องพักที่สามารถปลดล็อคด้วย Application จากโทรศัพท์มือถือของแขก แทนการใช้กุญแจ หรือ electronic card

แหล่งที่มา	ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย
	เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลาการรอคอยในการลงทะเบียนที่แผนกต้อนรับส่วนหน้า *โรงแรมมีระบบการสั่งอาหาร (room service) ผ่าน Application จากห้องพัก แทนการโทรศัพท์หรือการไปสั่งที่ห้องอาหาร ทำให้สะดวกรวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดจากการให้บริการด้วยพนักงาน *โรงแรมมีระบบความบันเทิงภายในห้องพักแขกที่พักสามารถเปิดทีวีในห้อง แล้วล็อกอินบัญชี Netflix เพื่อดูหนังออนไลน์ได้จากทีวีของโรงแรม แทนการใช้แท็บเล็ตหรือ คอมพิวเตอร์ 6.2) นวัตกรรมกระบวนการ * โรงแรมนำระบบ Property Management System (PMS) มาใช้ในส่วนงานหน้าบ้าน (Front-of-the House) และในส่วนงานหลังบ้าน (Back-of-the House) จากเดิมที่มีการใช้ระบบแรงงานคน (Manual System) เปลี่ยนมาเป็นระบบคอมพิวเตอร์สำหรับจัดการที่พักแรม ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุน ลดการใช้แรงงานคน และลดความผิดพลาดจากการให้บริการ *การนำระบบ Electronic Luggage Management System (e-Luggage) มาใช้ในการจัดเก็บสัมภาระผู้โดยสารโดยใช้บาร์โค้ด ซึ่งเป็นการทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำและมีประสิทธิภาพช่วยลดความผิดพลาด ลดเวลาทำงานและการใช้แรงงานคน 6.3) นวัตกรรมการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร *โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ ได้มีการลงทุนทำ ‘โรงแรมพนักงาน’ ชื่อว่า ‘O-ZONE’ ซ้อนอยู่ภายในโรงแรม เพื่อสร้างสรรค์เป็นต้นแบบสวัสดิการสังคมแห่งความสุขของพนักงาน เพื่อให้เกิดความสมดุลของการทำงานและชีวิต (Work Life Balance) โดยมองว่าความสุขของพนักงานจะส่งผลต่อความสุขในการทำงาน การให้บริการแก่ลูกค้า และความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆในการทำงาน *โรงแรมที่เปิดให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยการนำนักโภชนาการมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบรายการอาหารให้เหมาะสมแบบรายบุคคล รวมถึงการนำนวัตกรรมด้านการจัดการองค์ความรู้มาใช้ในองค์กร โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับรายการอาหารสุขภาพ และมีการสื่อสารไปยังลูกค้า 6.4) นวัตกรรมการบริหารจัดการและการตลาด * โรงแรมพัฒนานวัตกรรมด้านการตลาด โดยส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานภายนอกอื่นๆ เช่น บริษัททัวร์ บัตรเครดิต สายการบิน *โรงแรมพัฒนานวัตกรรมด้านการตลาดออนไลน์ โดยผ่านการรีวิวทาง Social Medias และเน้นการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น

แหล่งที่มา	ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย
	Facebook, Google, Twitter, ออนไลน์แชทสดถามตอบแบบ real time เป็นต้น *การประชาสัมพันธ์ของโรงแรม โดยสร้าง Application บน iPad เพื่อเป็น Product Presentation ของโรงแรม 6.5) นวัตกรรมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ *โรงแรมแสวงหาความร่วมมือจากกลุ่มพันธมิตรต่างๆเพิ่มขึ้นและ เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มทางการตลาดที่สามารถใช้ระบบรับจองห้องพักร่วมกันได้ *โรงแรมส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานอื่น เช่น บริษัททัวร์ บัตรเครดิต สายการบิน เป็นต้น *โรงแรมที่เปิดให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เน้นการสร้างความร่วมมือกับท้องถิ่นหรือแหล่งวัตถุดิบออร์แกนิก เช่น การนำผลิตจากโครงการหลวงมาใช้เป็นวัตถุดิบในรายการอาหาร

อนึ่ง งานวิจัยในครั้งนี้ไม่มีหัวข้อของการอภิปรายผล เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงเอกสารที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ผลการวิจัยส่วนใหญ่เป็นลักษณะของข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง (facts) โดยผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย (synthesis of research works) ออกมาได้ 6 ประเด็นสำคัญ ดังที่แสดงในตารางที่ 6

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้ พบว่า มีนักวิจัยได้ศึกษาหัวข้อเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมมากกว่า 50 เรื่องในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา โดยหากนำผลงานวิจัยมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม อาจแบ่งได้ 6 ประเด็น ได้แก่ (1) ความจำเป็นของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม (2) องค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม (3) การแบ่งประเภทนวัตกรรมในธุรกิจบริการ/ธุรกิจโรงแรม (4) ปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม (5) นวัตกรรมกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม และ (6) ตัวอย่างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น สำหรับนักวิจัยและผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับนักวิจัย งานวิจัยในครั้งนี้พบว่า วงการวิชาการกำลังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมในธุรกิจบริการ อย่างเช่น ธุรกิจโรงแรม โฮสเทล โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ซึ่งยังมีจำนวนงานวิจัยอยู่เล็กน้อย นักวิจัยอาจพิจารณาขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็กด้วย นอกจากนั้น ยังพบว่า ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ยังมีการศึกษาเรื่องนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจำนวนเล็กน้อย นักวิจัยอาจขยายพื้นที่การศึกษา

สำหรับผู้ประกอบการ งานวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมองค์ความรู้จากงานวิจัยจำนวนมาก เพื่อสังเคราะห์เนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจแรม โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการ

ดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ดังแสดงในตารางที่ 6 ตั้งแต่ ความจำเป็นของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม การแบ่งประเภทนวัตกรรมในธุรกิจบริการ/ธุรกิจโรงแรม จนถึงตัวอย่างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้ดังกล่าว จะช่วยเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความจำเป็นและแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมให้แก่ผู้ประกอบการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หัวข้อตัวอย่างนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ซึ่งได้แยกตัวอย่างประเภทนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมไว้อย่างชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเพียงบริบทเดียว งานวิจัยครั้งต่อไปอาจขยายขอบเขตโดยศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของต่างประเทศด้วย เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง (References)

ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลานนท์. (2561). โมเดลนวัตกรรมบริการตามแนวคิดทฤษฎีมาสโลว์ในธุรกิจโรงแรม. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 3(3): 14-24.

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). นวัตกรรมการบริการ: กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 14(2): 13-24.

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

ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง. (2563). นวัตกรรมการบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นายเรืออากาศ.** 8(1): 62-75.

ธาดา สมานิ. (2562). นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย.**วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. 14(1): 103-110.

ปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุ่นเจริญ. (2563). นวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.** 14(1): 159-171.

ปรารถนา หลีกภัย (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย. **วารสารการจัดการสมัยใหม่.** 12(1): 11-21.

ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์งานวิจัยและคำวิจารณ์ของลูกค้าในธุรกิจเชิงสุขภาพประเภทเดย์สปา. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 5(3): 75-87.

พยัต วุฒิรงค์. (2557). การจัดการนวัตกรรม: ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: **สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**.

วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ ณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2557). การวัดนวัตกรรมการบริการของธุรกิจท่องเที่ยว ไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.** 31(1): 119-146.

สมัญญา คงศรีแก้ว และศศิวิมล สุขบท. (2557). องค์ประกอบของนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย. **วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ.** 26(2): 62-80.

สรัญญา จันทร์ชูสกุล (2560). การประเมินคุณภาพวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนระดับประถมศึกษา. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)**. 10(2): 160-175.

โสรยา สุภาผล ธนภัทร ขาววิเศษ ลัดดาวัลย์ สำราญ ชุติมา กลั่นไพฑูรย์ และวัลวดี ด้วงทรัพย์. (2564). ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์.** 10(3): 278-291.

หริรักษ์ จันทิมะ นันทนา อุ่นเจริญ และขวัญฤดี ตันตระบัญฑิตย์. (2559). อิทธิพลของนวัตกรรมการตลาดและสภาพ แวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจโรงแรมบูติคในประเทศไทย. **วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ.** 9(1): 195-208.

อัศวิน แสงพิกุล. (2556). การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศไทยในรอบทศวรรษ (พ.ศ. 2543-2553). **BU Academic Review.** 12(1): 113-126.

อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2565). แบบจำลองการจัดการนวัตกรรมการบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมในประเทศ. **วารสารสังคมศาสตร์.** 11(2): 98-113.

Drucker, P. F. (1993). **Post-Capitalist Society**. New York: Harper-Collins.

Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. **Tourism Management**, 31, 1-12.

Nohria, N. and Gulati, R. (1996). Is slack good or bad for innovation?. **The Academy of Management Journal,** 39(1): 1245-1264.