

SERVICE INNOVATION THAT INFLUENCES THE DECISION TO USE BAAN SUAN LAK HA HOMESTAY, RATCHABURI PROVINCE

Waranya BOONNOM¹, Suppara CHAROENPOOM^{1*} and Wilailuk RAKBUMRUNG¹

1 College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand;
suppara.ch@ssru.ac.th (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 9 June 2025

Revised: 23 June 2025

Published: 7 July 2025

ABSTRACT

This research aims to study service innovations that influence the decision to use the services of Baan Suan Lak Ha Homestay in Ratchaburi Province. It is a quantitative study. The sample group consisted of 234 service users of Baan Suan Lak Ha Homestay. The data collection tool was a questionnaire, and the data were analyzed using multiple regression analysis. The research findings revealed that service innovation factors—including information, process, technology, and environment—significantly influenced the decision to use the services of Baan Suan Lak Ha Homestay in Ratchaburi Province at the .05 statistical significance level. These factors collectively explained 75.60% of the variance in the decision to use the homestay services.

Keywords: Service Innovation, Decision-Making, Service Usage

CITATION INFORMATION: Boonnom, W., Charoenpoom, S., & Rakbumrung, W. (2025). Service Innovation that Influences the Decision to use Baan Suan Lak Ha Homestay, Ratchaburi Province. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 96

นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน หลักห้า จังหวัดราชบุรี

วรัญญา บุญน้อม¹, ศุภรา เจริญภูมิ^{1*} และ วิไลลักษณ์ รักบำรุง¹

1 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา; suppara.ch@ssru.ac.th (ผู้ประพันธ์
บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้รับบริการของโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี จำนวน 234 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ เทคโนโลยี และด้าน สภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันอธิบายการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี ได้ร้อยละ 75.60

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ, ตัดสินใจ, การใช้บริการ

ข้อมูลการอ้างอิง: วรัญญา บุญน้อม, ศุภรา เจริญภูมิ และ วิไลลักษณ์ รักบำรุง. (2568). นวัตกรรมบริการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 96

บทนำ

โฮมสเตย์ (Homestay) เป็นรูปแบบหนึ่งของการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยให้บริการที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น เช่น การเรียนรู้และเข้าร่วมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน การชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือการเดินทางชมธรรมชาติ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มองหาประสบการณ์ใหม่ๆ รักการผจญภัย และทดลองสิ่งใหม่ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (มนตรี เกิดมีมูล, 2561) สำหรับโฮมสเตย์ในประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มอบหมายให้กรมการท่องเที่ยวกำหนด มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เพื่อใช้เป็นกรอบในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของโฮมสเตย์ในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานการให้บริการให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ โดยในปี พ.ศ.2566 มีจำนวนโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรอง มาตรฐานการท่องเที่ยว จำนวน 220 แห่ง 1,253 หลัง โดยแบ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 79 แห่ง ภาคเหนือ จำนวน 60 แห่ง ภาคกลาง จำนวน 40 แห่ง ภาคใต้ จำนวน 22 แห่ง ภาคตะวันตก จำนวน 10 แห่ง และภาคตะวันออก จำนวน 9 แห่ง (กองพัฒนาการบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2566)

จังหวัดราชบุรีเป็นพื้นที่ที่มีเสน่ห์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น ส่งผลให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวผ่านโฮมสเตย์ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทั้งกิจกรรมทางวัฒนธรรม การทำสวน และประเพณีต่างๆ ความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนำไปสู่ความต้องการบริการที่มีคุณภาพและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ การนำนวัตกรรมบริการเข้ามาใช้ เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล การออกแบบกิจกรรมที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน และการบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการตลาดตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี เพื่อนำผลการวิจัยมาเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและยกระดับมาตรฐานโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

มีนักวิชาการได้ศึกษาและให้ความหมายของนวัตกรรมบริการไว้ดังนี้

นฤดี จิยะวรรณันท์ และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง แนวคิดที่ตั้งใจบริการลูกค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ และเพื่อเป็นการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจบริการสามารถอธิบายเป็นกระบวนการที่ถูกโอนย้ายไปยังลูกค้า และเป็นการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลมากต่อการปรับปรุงกระบวนการ

Choosri (2014) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง การสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการให้มีความทันสมัย หรือการสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยนวัตกรรมจะเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจเพิ่มมากยิ่งขึ้น การดี เสี่ยวไพโรจน์ (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง การนำความคิดและแนวทางการดำเนินงานใหม่ๆ ที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นแนวทางการสร้าง การ บริการที่แตกต่างเพื่อมุ่งตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า

จากนิยามที่ได้กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง กระบวนการหรือแนวคิดที่มุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อพัฒนาสินค้า บริการ หรือกิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ทั้งยังเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและปรับปรุงกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการยังรวมถึงการนำแนวคิดใหม่หรือวิธีการดำเนินงานที่แตกต่างจากเดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ การบริการใหม่เหล่านี้อาจเกิดจากความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า รวมถึงการคำนึงถึงปัจจัยทางสังคมและโครงสร้างระบบที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการสร้างคุณค่าให้แก่บริการและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจในระยะยาว

องค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ

กรอบของนวัตกรรมบริการ Service Research and Innovation Institute (SRII) Asia Summit (2013 อ้างถึงใน กัญญาภัทร ไสวอมร, 2563) ได้ทำการสรุปไว้ว่า การสร้างนวัตกรรมบริการต้องอาศัยกรอบ (Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดในกระบวนการของนวัตกรรมบริการ กรอบดังกล่าวเป็นส่วนประกอบโครงสร้าง หรือ Building Block ของนวัตกรรมบริการที่มี 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) คือ การกำหนดเป้าหมาย คุณค่าที่ต้องการ หรือปัญหาที่ต้องการแก้ไข โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นพื้นฐานในการออกแบบบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เช่น การใช้ระบบแสดงตำแหน่งรถหรือการชำระเงินที่สะดวก
- 2) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการที่เกิดจากแนวคิดใหม่ โดยมักพัฒนาโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น ระบบออนไลน์หรืออุปกรณ์พกพา ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ
- 3) เทคโนโลยี (Technologies) เทคโนโลยีมีบทบาทในการสนับสนุนทั้งกระบวนการและระบบส่งมอบบริการ เช่น ระบบดาวเทียมไหลตรงรหัสผ่านลงมือถือเพื่อเปิดรถ ระบบ GPS ระบบชำระเงินออนไลน์ และการควบคุมคุณภาพ
- 4) สภาพแวดล้อม (Environment) คือ การเข้าใจข้อมูลพื้นฐานและบริบทของผู้ใช้บริการ เพื่อออกแบบข้อเสนอและระบบบริการให้เหมาะสมกับความต้องการ โดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมทางสังคม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจร่วมด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

มีนักวิชาการได้ศึกษาและให้ความหมายของการตัดสินใจซื้อไว้ดังนี้

Kotler (2012) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการที่องค์กรตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการระบุประเมินและเลือกตราสินค้าหรือซัพพลายเออร์ กระบวนการนี้ช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดได้จากการเข้าใจวิธีการซื้อที่คล้ายกันในกลุ่มธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป โดยพิจารณาทั้งด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ ซึ่งกระบวนการนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการซื้อตามบุคคลอื่น

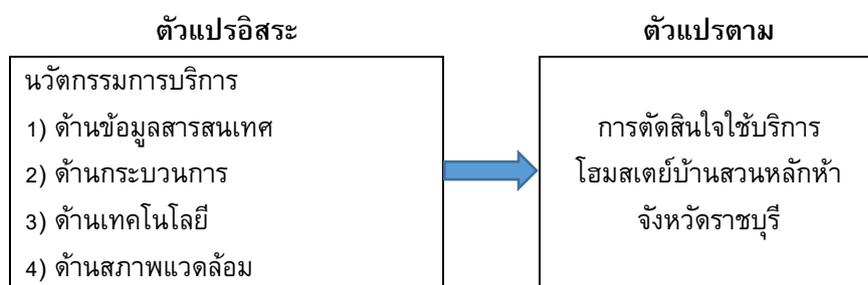
นภวรรณ คณานุกรณ์ (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภควิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตัดสินใจซื้อ ซึ่งมี 3 ระดับ ได้แก่ 1) การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน (Extensive Problem Solving) สำหรับสินค้าที่ไม่เคยซื้อ 2) การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด (Limited Problem Solving) สำหรับสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย และ 3) การตัดสินใจบนพื้นฐานของความเคยชิน (Reutilized Response Behavior) สำหรับสินค้าที่เคยใช้หรือมีข้อมูลเพียงพอ

จากนิยามที่ได้กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือองค์กรพิจารณาและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ โดยกระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ความต้องการ และเงื่อนไขต่างๆ เพื่อกำหนดแนวทางหรือดำเนินการที่เหมาะสมที่สุด การตัดสินใจครอบคลุมทั้งด้านจิตใจ (ความคิด

ความรู้สึก) และพฤติกรรมทางกายภาพ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในระยะเวลาสั้นหรือยาวนานอยู่กับสถานการณ์ ความซับซ้อนของปัญหา หรือความคุ้นเคยของผู้ตัดสินใจ โดยมีผลลัพธ์ที่นำไปสู่การเลือกผลิตภัณฑ์ บริการ หรือการแก้ไขปัญหาในที่สุด

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่ใช้แนวคิดนวัตกรรมบริการ ของ Service Research and Innovation Institute (SRII) (Asia Summit, 2013, อ้างถึงใน กัญญาภัทร ไสวอมร, 2563) และการตัดสินใจซื้อของ Schiffman and Kanuk (2007) ผู้วิจัยได้กำหนด กรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้รับบริการของโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี จำนวน 559 คน (โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี, 2566) ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 234 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาตรวัดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมาตรวัดดังกล่าวเป็นมาตรวัดที่ผ่านการใช้จากนักวิจัยมาแล้ว โดยเลือกเฉพาะมาตรวัดที่มีค่าความน่าเชื่อถือในระดับค่อนข้างสูง พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค อัลฟา (Cronbach' s Alpha) ที่มีค่ามากกว่า 0.6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นนำไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาค อัลฟา เท่ากับ .960 และรายข้อเท่ากับ .700-.870

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏว่าสามารถเก็บข้อมูลได้ครบทุกราย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.10 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.90 และส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 50.80

ผลการศึกษานวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของนวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี

สมการ	B	Std.Error	β	t	Sig
ด้านข้อมูลสารสนเทศ	.295	.053	.195	2.780	.014*
ด้านกระบวนการ	.292	.066	.285	4.434	.000**
ด้านเทคโนโลยี	.137	.056	.152	2.432	.016*
ด้านสภาพแวดล้อม	.392	.061	.409	6.402	.000**

ค่าคงที่ .301, $SE_{est} = .153$, $R = .869$, $R^2 = .756$, $F = 177.247$, $p\text{-value} = .000$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมการบริการแต่ละด้านพบว่า ปัจจัย นวัตกรรมการบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม มีค่าน้อยกว่า .05 จึงถือว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ .195, .285, .152 และ .409 ตามลำดับ

อภิปรายผล

นวัตกรรมการบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี โดยโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรีมีคิวอาร์โค้ดที่รวบรวมข้อมูลต่างๆ เช่น แผนที่พัก ข้อมูลกิจกรรม และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น มีเว็บไซต์ หรือแฟนเพจ เพื่อเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้า และมีการนำเสนอการบริการผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น การค้นหาผ่าน Search Engine ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผลการศึกษาที่ระบุว่านวัตกรรมการบริการด้านข้อมูลสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารและการจัดการข้อมูลที่ชัดเจน เข้าถึงง่าย และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การใช้คิวอาร์โค้ดที่รวบรวมข้อมูลที่จำเป็น เช่น แผนที่พัก ข้อมูลกิจกรรม และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นตัวอย่างของการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัยและช่วยลดความยุ่งยากในการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด ซึ่งไม่เพียงเพิ่มความสะดวกสบาย แต่ยังสร้างความประทับใจในประสิทธิภาพของการบริการ โดยนวัตกรรมด้านข้อมูลสารสนเทศช่วยสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดโฮมสเตย์ที่มีตัวเลือกหลากหลาย การที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยได้อย่างรวดเร็วช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า ความพร้อมของข้อมูลยังช่วยลดปัญหาที่อาจเกิดจากความเข้าใจผิดหรือความไม่สมบูรณ์ของการสื่อสาร และเพิ่มโอกาสในการสร้างความพึงพอใจตั้งแต่ก่อนที่ลูกค้าจะเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ YuSheng and Ibrahim (2019) ศึกษา นวัตกรรมการบริการ การส่งมอบบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าร้านอาหารในประเทศกานา ผลการศึกษพบว่า นวัตกรรมการบริการ (ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าร้านอาหารในประเทศกานา

นวัตกรรมการบริการ ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี โดยโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี มีการให้บริการเช็คอินหรือเช็คเอาท์ผ่านระบบออนไลน์ และสามารถเข้าไปเช็คสถานการณ์จองผ่านระบบออนไลน์ได้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผลการศึกษาที่ชี้ว่านวัตกรรมการบริการด้านกระบวนการ โดยเฉพาะการให้บริการเช็คอินและเช็คเอาท์ผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการตรวจสอบสถานการณ์จองผ่านระบบออนไลน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี

สะท้อนถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงกระบวนการให้บริการที่สะดวกสบายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การให้บริการเช็คอินและเช็คเอาท์ผ่านระบบออนไลน์ช่วยลดความซับซ้อนและความล่าช้าในขั้นตอนดั้งเดิม ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจัดการเวลาของตนเองได้อย่างยืดหยุ่นและไม่ต้องเผชิญกับความยุ่งยากในการเข้าหรือออกจากที่พัก การนำกระบวนการที่สะดวกและใช้งานง่ายมาใช้ยังสะท้อนถึงความใส่ใจในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคในยุคที่พึ่งพาเทคโนโลยี เช่น การลดเวลาในการดำเนินการขั้นตอนต่างๆ หรือการลดการใช้เอกสารแบบดั้งเดิม การให้บริการในรูปแบบนี้ยังช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาวของโฮมสเตย์ และช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้ กระบวนการที่เรียบง่ายและรวดเร็วนี้ยังสามารถสร้างความประทับใจที่นำไปสู่การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งมีความสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boon et al. (2020) ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อความภักดีที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา พบว่า นวัตกรรมบริการสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญสูงสุดต่อการทำนายความพึงพอใจ และมีอิทธิพลต่อความภักดี และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Marina (2007) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นการสร้างความรู้และความคิดใหม่เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ใหม่ทางธุรกิจ โดยเน้นที่การปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจภายในองค์กร (Internal Business Process) และโครงสร้างธุรกิจ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างเหมาะสม

นวัตกรรมบริการ ด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี โดยโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรีมีการนำเทคโนโลยีสมาร์ตโฮมมาใช้ในโฮมสเตย์ เช่น ระบบการตัดไฟอัตโนมัติเมื่อไม่มีคนอยู่ในห้องพัก มีจุดชาร์จแบตเตอรี่อุปกรณ์ไฟฟ้าตรงบริเวณส่วนกลางของที่พัก และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า เช่น กล้องวงจรปิดบริเวณลานจอดรถ ระบบลิฟต์ประตูด้วยรหัส เป็นต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันที่สามารถยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและสร้างความมั่นใจในการเลือกใช้บริการ การนำเทคโนโลยีสมาร์ตโฮมมาใช้ เช่น ระบบตัดไฟอัตโนมัติเมื่อไม่มีคนอยู่ในห้องพัก ไม่เพียงช่วยลดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังแสดงถึงความใส่ใจในด้านความยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคุณค่าที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญ การติดตั้งจุดชาร์จแบตเตอรี่อุปกรณ์ไฟฟ้าบริเวณส่วนกลางของที่พัก เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่แสดงถึงการเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ที่มักต้องการความสะดวกสบายในการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นวัตกรรมเช่นนี้ช่วยเสริมประสบการณ์การเข้าพักที่ตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ในด้านความปลอดภัย การนำเทคโนโลยี เช่น กล้องวงจรปิดบริเวณลานจอดรถและระบบลิฟต์ประตูด้วยรหัสมาใช้ ถือเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ เทคโนโลยีเหล่านี้แสดงถึงความใส่ใจในความปลอดภัยของลูกค้าและช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับการใช้บริการโฮมสเตย์ ความปลอดภัยที่ได้รับการสนับสนุนจากเทคโนโลยีสามารถสร้างความไว้วางใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกร จรูญนิมมาน (2566) ศึกษากลยุทธ์นวัตกรรมบริการและการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจของลูกค้าธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร มี 2 ตัวแปร คือ ด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านสภาพแวดล้อม

นวัตกรรมบริการ ด้านสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี โดยโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านแอปพลิเคชันหรือสื่อดิจิทัล และมีการนำเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทน เช่น แผงโซลาร์เซลล์ มาใช้ในการลดการใช้พลังงานแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผลการศึกษาที่พบว่า นวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้า จังหวัดราชบุรี สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างสภาพแวดล้อมที่ไม่เพียงตอบโจทย์ด้านความสะดวกสบายและความสวยงาม แต่ยังรวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนและ

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านแอปพลิเคชันหรือสื่อดิจิทัล ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงความมุ่งมั่นของโฮมสเตย์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อโลกในระหว่างการเข้าพัก การสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลที่ทันสมัยยังช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นคุณค่าเพิ่มเติมที่เชื่อมโยงกับการเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีพลังงานทดแทน เช่น แผงโซลาร์เซลล์ มาใช้ในโฮมสเตย์แสดงถึงความพยายามในการลดการใช้พลังงานแบบดั้งเดิมและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด แนวทางนี้ไม่เพียงสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ แต่ยังช่วยสร้างความประทับใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืน ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการจากธุรกิจที่มีค่านิยมสอดคล้องกับความสนใจของพวกเขา การที่โฮมสเตย์บ้านสวนหลักห้าแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะนี้จึงเป็นจุดเด่นที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ ชื่อลือชา (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ บางแค ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรมบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก โดยนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ บางแค ได้แก่ นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ และนวัตกรรมบริการด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ที่สามารถนำมาพัฒนาได้อย่างตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาภัทร ไสวอมร. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ใน การทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้า ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กองพัฒนาการบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2566). *แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/sisaket/download/article/article_20230522131002.pdf.
- ชนกร จรูญนิมมาน. (2566). กลยุทธ์นวัตกรรมบริการและการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 9(1), 106-118.
- นฤดี จิยะวรรณันท์ และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช. (2555). *การศึกษาธุรกิจบริการนิตยสารจัดชุดให้เช่าแบบและส่งถึงที่ในมุมมองของนวัตกรรมการบริการ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภวรรณ คณานุกฤษ. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.
- มนตรี เกิดมีมูล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: กรณีศึกษา โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้. *สารวิจัยรำไพพรรณี*, 12(2), 110-120.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สุภร เสรีรัตน์. (2555). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุชาติ ชื่อลือชา. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ บางแค*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- Boon, L. C., Nikhashemi, S. R., & Dent, M. M. (2020). The chain effects of service innovation components on the building blocks of tourism destination loyalty: The moderating role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1887-1929.

- Choosri, A. (2014). *The Service Innovation, Corporate Social Responsibility, and Word-of-Mouth Marketing Affecting Decision to Use the Private Hospital's Inpatient Ward (IPD) in Bangkok*. Independence Study of Business Administration, Bangkok University.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Marina, D. P. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2019). Service innovation, service delivery and customer satisfaction and loyalty in the banking sector of Ghana. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1215-1233.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2025 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).