

การจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ Passenger Service Innovation Management of Suvarnabhumi Airport

สิทธิินันท์ ปานนิมิตจิตสมาน¹, ภคมน โภคะธีระกุล¹, ฐิติมา ให้อยอง¹ และ เชาวฤทธิ์ เชาว์แสงรัตน์¹
Sittinon Pannimitjitsaman¹, Pakamon Pokateeraku¹, Thitima Holomyong¹ and
Chaowarit Chaowsangrat¹

¹วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹College of Innovative Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Received: August 30, 2021

Revised: October 30, 2021

Accepted: November 1, 2021

บทคัดย่อ

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ มีบทบาทเป็นประตูสู่นานาชาติ (International Gateway) และประตูสู่ประเทศไทย นวัตกรรมที่สำคัญในการนำมาให้บริการผู้โดยสาร ได้แก่ (1) การคัดกรองผู้มาใช้บริการท่าอากาศยาน (Terminal Screening) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) (2) ตู้ประชาสัมพันธ์อัตโนมัติ (KIOSK) เพื่อให้บริการถามตอบในสิ่งที่ผู้โดยสารอยากรู้ สอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินพูดได้” (3) AOT AIRPORTS แอปพลิเคชัน (Application) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินมีชีวิต” ผ่านสมาร์ตโฟนในมือของผู้โดยสาร (4) ระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ (Auto Check-in System) หรือระบบ CUSS ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการเช็คอินของผู้โดยสาร (5) ระบบรับรู้รายได้ (Revenue Recognition System: RR System) เพื่อรับรู้ข้อมูลการขายและบริการสินค้าของผู้ประกอบการแบบ Real time ทั้งนี้ การนำนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสารมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จะต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ผู้นำองค์กร กลยุทธ์องค์กร การมีส่วนร่วม วัฒนธรรมองค์กร และโครงสร้างองค์กร คู่ขนานไปกับการทำงานของบุคลากรที่มีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับคำขวัญของ ทอท. คือ “ปลอดภัย คือมาตรฐาน บริการ คือ หัวใจ”

คำสำคัญ: นวัตกรรมการให้บริการ, การจัดการนวัตกรรม, ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Abstract

Suvarnabhumi Airport is Thailand's the largest airport under the supervision of the Airports of Thailand Public Company Limited (AOT) and being the hub of aviation in Southeast Asia. Its role is International Gateway or gateway to Thailand. Key innovations of passenger services include (1) terminal screening of airport passengers to prevent the spread of the novel coronavirus disease 2019 (COVID-19) (2) public relations Kiosk to provide Q&A service for the passengers. Which is consistent with the concept “Airport can talk” (3) AOT AIRPORTS Application to facilitate access to services

consistent with the concept “A living airport” through smartphones in the hands of passengers (4) automatic Self Check-in System or CUSS system, which reduces passengers’ check-in time (5) Revenue Recognition System: RR System to recognize sales and service information of entrepreneurs in real time .In this regard, the use of innovations in passenger service to achieve maximum efficiency. It has to be managed effectively. The key components are organizational leaders, corporate strategy, participation corporate culture and organizational structure. Parallel to the work of personnel with continuous commitment. This is in line with AOT’s motto, “Safety is the Standard, Service is the Heart”.

Keywords: service innovation, innovation management, Suvarnabhumi Airport



บทนำ

บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคม เป็นองค์การบริหารงานท่าอากาศยานระดับแห่งชาติของไทย เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2522 เพื่อดำเนินกิจการท่าอากาศยานต่างๆ ให้มีมาตรฐานและประสิทธิภาพ โดยกระทรวงการคลังถือหุ้นร้อยละ 70 ในพ.ศ. 2564 มีท่าอากาศยานภายใต้การกำกับดูแล จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.) ท่าอากาศยานดอนเมือง (ทดม.) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ (ทชม.) ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย (ทชร.) ท่าอากาศยานภูเก็ต (ทภก.) และท่าอากาศยานหาดใหญ่ (ทหญ.) (กระทรวงคมนาคม 2564)

รายได้ของ ทอท.มาจากการประกอบกิจการ 2 ประเภท ได้แก่ รายได้จากกิจการการบิน (Aeronautical Revenue) ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการขึ้นลงของอากาศยาน (Landing Charge) ค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยาน (Parking Charge) ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน (Passenger Service Charge) และค่าเครื่องอำนวยความสะดวก (Aircraft Service Charge) และรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับกิจการการบิน (Non Aeronautical Revenue) ได้แก่ รายได้ส่วนแบ่งผลประโยชน์ (Concession Revenue) ค่าเช่าสำนักงานและค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ (Office and Real Property Rents) และรายได้จากการให้บริการ (Service Revenue) ทั้งนี้ ในการดำเนินงาน ท่าอากาศยาน ทอท. ยังมีผู้ประกอบการภายนอกเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการที่จำเป็นบาง ส่วน เช่น บริษัท การบินไทย

จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทย แอร์พอร์ต กราวด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการภาคพื้นดิน รวมทั้งการให้บริการผู้โดยสารตามสัญญาอนุญาตให้ดำเนินการกิจการภายในท่าอากาศยานซึ่งทำกับบริษัทดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้บริการร้านค้าปลีก สิ่งอำนวยความสะดวกในการเก็บสินค้า รถลิฟต์ขึ้น บริการที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่างๆ โดยผู้ประกอบการต่างๆ เหล่านี้ จะต้องชำระค่าตอบแทนส่วนแบ่งผลประโยชน์ (Concession Fees) ค่าเช่าพื้นที่ (Rent) และค่าบริการ (Service Charges) ส่วนผู้เช่าพื้นที่บางรายที่ไม่ได้เข้าทำสัญญาอนุญาตให้ดำเนินการนั้นจะชำระเพียงค่าเช่าพื้นที่และค่าบริการให้ ทอท. เท่านั้น (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 2564) ทอท.สามารถทำรายได้ให้ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมหาศาล โดยมีรายได้รวมใน พ.ศ 2560 จำนวน 56,301.40 ล้านบาท ใน พ.ศ 2561 จำนวน 61,918.81 ล้านบาท ใน พ.ศ 2562 จำนวน 64,384.75 ล้านบาท และใน พ.ศ 2563 จำนวน 33,129.95 ล้านบาท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2564)

ปัจจัยที่สำคัญที่ ทอท.นำมาใช้ในการให้บริการผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการท่าอากาศยาน เพื่อผู้โดยสารเพื่อให้เกิดความปลอดภัย สะดวก รวดเร็ว และก่อให้เกิดความพึงพอใจตั้งแต่การเข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานจนกระทั่งเดินทางออกไปจากท่าอากาศยานโดยสวัสดิภาพ โดยเป็นนวัตกรรมที่โดดเด่น สามารถให้บริการผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก

ได้แก่ นวัตกรรม Terminal Screening การคัดกรองผู้มาใช้บริการท่าอากาศยาน (Terminal Screening) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ตู้ประชาสัมพันธ์อัตโนมัติ (KIOSK) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพรูปแบบใหม่ แบบตั้งอยู่เฉพาะจุด กระจายครอบคลุมไปในพื้นที่อาคารผู้โดยสาร ซึ่งในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินพูดได้” แอปพลิเคชัน (AOT AIRPORTS Application) ใหม่ที่จัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินมีชีวิต” ระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ (Auto Check-in System) หรือระบบ CUSS ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการเช็คอินของผู้โดยสาร และระบบรับรู้รายได้ (Revenue Recognition System: RR System) เพื่อรับรู้ข้อมูลการขายและบริการสินค้าของผู้ประกอบการแบบ Real time นอกจากนี้ ยังมีนวัตกรรมที่สำคัญในการให้บริการอื่นๆ ได้แก่ นวัตกรรมระบบที่จอดรถอัจฉริยะ (Parking Guidance System) นวัตกรรมป้ายรถโดยสารอัจฉริยะ นวัตกรรมระบบตรวจค้นการใช้เครื่องสแกน Full Body Scanner และการติดตั้งจุดโมบาย ชาร์จเจอร์ (Mobile charger) เป็นต้น (บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2564)

รัฐบาลได้กำหนดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ และเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ มีบทบาทเป็น ประตูสู่นานาชาติ (International Gateway) และประตูสู่ประเทศไทยในฐานะท่าอากาศยานศูนย์กลางภูมิภาคอาเซียน โดยผลักดันให้เป็น Transit & Transfer Hub ของภูมิภาคในอนาคต นับเป็นท่าอากาศยานนานาชาติขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาความเจริญด้านเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว และด้านอื่นๆ ของประเทศเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า ทอท.จะมีการลงทุนพัฒนาสนามบินต่อเนื่องเพื่อเตรียมพร้อมรับยุครุ่งเรืองของตลาดการท่องเที่ยวไทยอีกครั้ง แต่ยังคงพบว่าการดำเนินงานของทอท.ที่ผ่านมา ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการผู้โดยสารหลายประการ เช่น ไม่มีรูปแบบในการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานที่ชัดเจน และต่อเนื่อง ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ อัตราค่าจ้างของเจ้าหน้าที่ ขั้นตอนระเบียบทางราชการที่เป็นอุปสรรคไม่สามารถปรับปรุงพัฒนาทางด้านวัสดุอุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้อย่างคล่องตัวทัน

เวลากับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น ขาดการประชาสัมพันธ์ รวมถึงข้อจำกัดทางด้านการติดตามและประเมินผล (บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 2563) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อการบินให้บริการแก่ผู้โดยสาร รวมถึงภาพพจน์ของประเทศต่อไป

จากที่ได้กล่าวมาดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการให้บริการผู้โดยสารของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร จำเป็นอย่างยิ่งที่ ทอท. จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ ด้วยการจัดการนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ เพื่รองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และการคมนาคมขนส่งทางอากาศ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเรื่อง การจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมุ่งหวังว่าผลของการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการวางแผนการจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม
2. เพื่อวิเคราะห์บริบทการจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การวิเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม

1. ความหมายของนวัตกรรม
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2560) ได้กำหนดความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิด สร้างสรรค์ ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” นวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์ มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการ

แข่งขันของประเทศ

ถนนพร เลขาจารย์แสง (2560) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง แนวคิด วิธีการปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีการใช้มาก่อนหรือเป็นการดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย และนำมาใช้ให้เกิดผลดียิ่งขึ้น

วรากร ศิริสิทธิ์ (2562) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งต่างๆ ทั้งที่เป็นแนวคิด วิธีการปฏิบัติ รวมถึงสิ่งประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการอันเกิดจากการใช้ความรู้หรือเทคนิคใหม่ๆ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสิ่งเดิมที่ดีกว่าเดิม เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการหรือการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ศศิมา สุขสว่าง (2563) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ เช่น บริการ ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ๆ ที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม สามารถขยายผลต่อได้เชิงพาณิชย์หรือขายได้

ขวัญชนก พุทธจันทร์ (2563) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การคิดค้นหรือการกระทำใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น

สุรอรธ ศุภจิตร์ (2564) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2564) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

Joan Butters (2021) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวคิด วิธีการ อุปกรณ์ ที่สร้างมิติใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพหรือความได้เปรียบในการแข่งขัน

Jens-Uwe Meyer (2020) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง โดยใช้กระบวนการใหม่ การแนะนำเทคนิคใหม่ หรือการสร้างแนวคิดที่ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างมูลค่าใหม่

กล่าวโดยสรุป นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการประดิษฐ์ คิดค้น ปรับปรุง พัฒนา ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ โดยเป็นทั้งในมิติทางกระบวนการ วัตถุ และความคิดใหม่ เพื่อประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และสังคม

2. ประเภทของนวัตกรรม

ได้มีหน่วยงานและนักวิชาการ ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2564) ได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน (Incremental Innovation) เช่น การเปลี่ยนกระบวนการหรือการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะช่วยลดเวลา ลดต้นทุนหรือในบางกรณีอาจสามารถสร้างตลาดใหม่ได้

2. นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่และสามารถสร้างผลกระทบ (Breakthrough Innovation) ผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การเกิดขึ้นของสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายโทรศัพท์มือถือแบบเดิมและยอดรายได้จากบริการส่งข้อความ (Message) ที่ลดลง

3. นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงกระบวนการภายในจนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ของการดำเนินธุรกิจ (Business Model Innovation) เช่น ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์รายหนึ่งได้สร้างรูปแบบการผลิตแบบ “Build-to-order” ที่ลูกค้าสามารถกำหนด specification ของคอมพิวเตอร์ที่ต้องการได้เอง ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการขายผ่านร้านค้าปลีก

4. นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงธุรกิจเดิมอย่างสิ้นเชิง (New Venture Innovation) ซึ่งต้องมีทั้งการปรับทักษะการทำธุรกิจและการเข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น ผู้ผลิตปากกา ลูกกลิ้งชื่อดังในอดีตที่โดนผลกระทบ (disrupt) ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวโดยเข้าสู่อุตสาหกรรมผลิตไฟแช็กและมิดิโกลนหนดแทนเพื่อรักษาระดับรายได้ของบริษัท

ศศิมา สุขสว่าง (2563) กล่าวว่า นวัตกรรมแบ่งได้เป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมโมเดลธุรกิจแบบใหม่ (Profit Model) เป็นการสร้างรูปแบบการทำรูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นหรือขายสินค้าได้แพงขึ้น เพื่อสร้างกำไรมากขึ้น หรือเป็นวิธีการที่องค์กรจะเปลี่ยนมูลค่าของบริการให้เป็นการกำไร

2. นวัตกรรมจากการสร้างเครือข่าย (Network Values) เป็นการสร้างความร่วมมือเพื่อให้เกิดมูลค่าหรือสร้างคุณค่าใหม่ๆ โดยการทำงานร่วมหรือสร้างเครือข่ายกับคนอื่น ๆ เช่น Third Party, Vender, Cluster เป็นต้น

3. นวัตกรรมจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างองค์กร (Structure) เป็นรูปแบบการบริหารบุคลากรใหม่ๆ และกระบวนการตัดสินใจในโครงสร้างองค์กร

4. นวัตกรรมในการพัฒนากระบวนการ (Process) เช่น การผลิต และบริการแบบใหม่ๆ

5. นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีประสิทธิภาพ (Product Performance) เพื่อให้สินค้ามีคุณสมบัติ ความสามารถในการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. นวัตกรรมที่ได้จากกระบวนการพัฒนาระบบ (Product System) เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต และวิธีที่สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเพิ่มส่วนเสริม บริการเสริมให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

7. นวัตกรรมการให้บริการ (Service) เป็นการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

8. นวัตกรรมในการสร้างช่องทางใหม่ๆ (Channel) เพื่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ถึงมือผู้บริโภคหรือติดต่อกับลูกค้า

9. นวัตกรรมในการสร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ (Brand) เพื่อให้มีความน่าจดจำในแง่ดี ให้มีคุณค่า

10. นวัตกรรมในการสร้างรูปแบบการติดต่อกับลูกค้า (Customer Experience) ให้มีประสิทธิภาพที่จะทำให้ผู้บริโภคจดจำบริการหรือผลิตภัณฑ์ได้

Daniel ZAPFL (2021) กล่าวว่า นวัตกรรมแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัสดุและบริการที่จับต้องไม่ได้ เช่น การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและลูกค้าจะได้อะไรมาด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริษัทได้รับเงินและพยายามสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

2. นวัตกรรมบริการ เปรียบเสมือนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เมื่อต้องขายตรงไปยังลูกค้า การให้คำปรึกษาด้านประกันภัยหรือการจัดการ แม้ว่าจะไม่มีการขายบริการอย่างจริงจัง เช่น ในกรณีของบริษัทผู้ผลิตแต่ละบริษัทยังคงให้บริการแก่ลูกค้าของตน เช่น ในด้านโลจิสติกส์ การร้องเรียน คำแนะนำในการขาย ฯลฯ แม้ว่าจะไม่ได้ขายอย่างจริงจังก็ตาม แต่เป็นการสร้างความแตกต่างและให้ลูกค้ามีความกระตือรือร้นในการซื้อสินค้า

3. นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ เป็นวิธีที่การบริหารจัดการที่สร้างรายได้ครอบคลุมนวัตกรรมในด้านกลยุทธ์ การตลาด ห่วงโซ่อุปทาน การสร้างมูลค่า การกำหนดราคา หรือโครงสร้างต้นทุน

4. นวัตกรรมกระบวนการและเทคโนโลยี เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงคุณภาพ หรือรูปแบบการประหยัดต้นทุนซึ่งมักจะควบคู่ไปกับนวัตกรรมกระบวนการและเทคโนโลยี

5. นวัตกรรมองค์กร ส่งผลต่อกระบวนการและโครงสร้างองค์กร สิ่งเหล่านี้อาจเป็นนวัตกรรมกระบวนการขององค์กรหรือนวัตกรรมการจัดการ เป็นเครื่องมือใหม่สำหรับวัดความพึงพอใจของลูกค้าหรือเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจัดส่งสินค้าเพื่อลดต้นทุน

6. นวัตกรรมทางสังคม เป็นนวัตกรรมที่ผลประโยชน์อยู่กับสังคมและวัตถุประสงค์ไม่ใช่ผลกำไรเป็นหลัก ตัวอย่าง ได้แก่ นวัตกรรมด้านการศึกษา การลดความยากจน โอกาสที่เท่าเทียมกันและสุขภาพ

7. นวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ช่วยในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการรักษาสีเขียวหรือการหลีกเลี่ยงการปล่อยมลพิษ

กล่าวโดยสรุป การแบ่งประเภทของนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับบริบทความจำเป็นของแต่ละองค์กรและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในองค์กรหนึ่งอาจมีการจัดลำดับความสำคัญของนวัตกรรมที่นำมาใช้แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความจำเป็น ความพร้อมของปัจจัยทางด้านการบริหาร และความต้องการของลูกค้าเป็นหลักนั่นเอง

3. ความสำคัญของนวัตกรรม

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางตลาดสำหรับธุรกิจได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาด้านดิจิทัล ส่งผลให้นวัตกรรมมีความสำคัญต่อธุรกิจที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ธุรกิจเริ่มเปลี่ยนจากวิธีการเดิมๆ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมจึงมีอิทธิพลต่อกิจกรรมทางธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง (Leyla Djuraeva 2021)

นวัตกรรมมีความสำคัญ ดังนี้ (Howard Schultz 2021)

3.1 นวัตกรรมทำให้ธุรกิจเติบโต การเติบโตของธุรกิจ หมายถึง การเพิ่มผลกำไร นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จช่วยให้เพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจเพื่อให้สามารถเพิ่มผล

กำไรได้

3.2 นวัตกรรมช่วยให้อยู่เหนือคู่แข่ง ด้วยโลกาภิวัตน์และตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจที่แข่งขันกันมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา การคิดเขื่อนวัตกรรมสามารถช่วยให้คาดการณ์ตลาดและทันต่อความต้องการของลูกค้าได้

3.3 นวัตกรรมช่วยให้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญญาประดิษฐ์ กำลังพัฒนาเร็วกว่าที่เคย ซึ่งหมายความว่าอาจมีเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น เพื่อนำเสนอบริการเพื่อทำการตลาดธุรกิจหรือเพื่อติดตามประสิทธิภาพด้วยการวิเคราะห์ ด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่เหล่านี้

แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กร ทางด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สูงขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างตลาดใหม่ ลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนแรงงานให้ต่ำลง พัฒนาระบบการผลิต และนำไปสู่การลดการใช้พลังงาน เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนต่อไป อย่างไรก็ตาม อาจมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้นวัตกรรมไม่ประสบความสำเร็จและควรระวังเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมมาใช้ก็คือ ค่าใช้จ่ายของเทคโนโลยีใหม่ พนักงานที่เชี่ยวชาญ ที่มีราคาแพงมาก นวัตกรรมบางประเภทต้องใช้เวลา และเวลาที่คุณใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมคือเวลาที่คุณไม่ได้ใช้เพื่อมุ่งเน้นที่ผลิตภัณฑ์ การตลาด และความไม่เสถียรของนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

4. องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นขั้นตอนกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องกันตั้งแต่กระบวนการคิดสิ่งใหม่ (Ideation) กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation) เพื่อคิดค้นทดลองจนพบสิ่งที่ต้องการ และกระบวนการนำไปใช้ให้เกิดผล (Implementation) ก่อให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้อย่างแพร่หลาย การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management) จึงมีความสำคัญและจำเป็นโดยเฉพาะสำหรับองค์กรต่างๆ ในประเทศไทย ที่จะต้องขยับปรับระบบการบริหารงานภายในไปสู่การใช้ความคิดควบคู่ไปกับทักษะแรงงานที่หลากหลาย (จำลอง ขุนพลแก้ว 2563) ได้มีนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการนวัตกรรม ดังนี้

จำลอง ขุนพลแก้ว (2563) กล่าวว่า องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. Strategy กำหนดหนทางและเป้าหมายที่สอดคล้องกัน
2. Culture วัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยให้คนเกิดความคิดใหม่ได้ในทุกวัน
3. Process กระบวนการที่สามารถวัดผลทำซ้ำและก่อให้เกิดผลสำเร็จ
4. Tools & Techniques เครื่องมือและวิธีการที่ใช้เพื่อสร้างนวัตกรรม และ
5. Metrics ตัวชี้วัดผลงานที่เกิดขึ้นและสามารถสอบย้อนกลับได้

Tanja Eschberger (2018) กล่าวว่า องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ความมุ่งมั่นของผู้บริหารต่อนวัตกรรม
2. กลยุทธ์ในการจัดการนวัตกรรม
3. โครงสร้างขององค์กร อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ
4. วัฒนธรรมองค์กร
5. การบริหารการเปลี่ยนแปลง
6. การทำงานเชิงบูรณาการของผู้มีส่วนได้เสีย
7. การมีส่วนร่วมของพนักงานความร่วมมือ

Kathy Moore Cowan , Lyn E. Haralson และ Faith Weekly (2009) กล่าวว่า นวัตกรรมต้องการความร่วมมือ ความคิด การนำไปปฏิบัติ และการสร้างมูลค่า การสร้างสรรค์นวัตกรรมต้องมีการแบ่งปันแนวคิด โครงการ และความคิดริเริ่ม องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. การทำงานร่วมกัน
2. การระดมความคิดเห็นจากสมาชิก
3. การลงมือปฏิบัติ
4. การสร้างคุณค่าและมูลค่า

Becky Yates (2019) กล่าวว่า องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. การสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม
2. การจัดลำดับความสำคัญของความคิด

3. การสร้าง Start-Up โดยให้ความสำคัญแก่ลูกค้า

4. การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร

Becky LawlorMay (2019) กล่าวว่า องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กร
2. การทำงานเป็นทีม
3. การให้ความสำคัญในการสร้างนวัตกรรม
4. การให้ความสำคัญต่อลูกค้า

กล่าวโดยสรุป จากแนวคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการจัดการนวัตกรรมมีองค์ประกอบที่หลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทของการจัดการในแต่ละองค์กร เป็นการสร้างแนวคิดใหม่ทางธุรกิจ (Business ideas) ผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology application) เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาด และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Market demand) ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ (Synthesis) องค์ประกอบในการจัดการนวัตกรรมดังกล่าว พบว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ผู้นำองค์กร หมายถึง ความสามารถของผู้นำในการหาโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Opportunity) กล้าคิด กล้าทำ กล้าเปลี่ยนแปลง “Risk Taking” จัดสรรทรัพยากรให้กับโครงการนวัตกรรม และพร้อมเป็น Innovation Champion กำกับดูแลโครงการนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมาย การมีส่วนร่วมกับผู้ตาม สามารถยกระดับแรงจูงใจ สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคคล มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร

2. กลยุทธ์องค์กร หมายถึง การวางแผนขององค์กรที่ต้องปฏิบัติ เพื่อทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้ การกำหนดกลยุทธ์ที่มีความชัดเจนตั้งแต่ระดับองค์กร ส่วนงานต่างๆ ในองค์กรเห็นภาพรวมชัดเจนในสิ่งเดียวกัน และสามารถวางแผนกลยุทธ์ในแต่ละส่วนงานออกมาได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นเอง

3. การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้มี

ส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในงาน (Work Engagement) ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงาน และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมในการบริหารจัดการ นำไปสู่การทำงานให้สำเร็จ (Vigor) เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

4. วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยมร่วมหรือความเชื่อที่ทุกคนในองค์กรมีร่วมกัน โดยสมาชิกในองค์กรส่วนใหญ่ร่วมกันปฏิบัติจนกลายเป็นธรรมเนียมสำหรับองค์กรนั้นๆ ซึ่งก่อให้เกิดการหล่อหลอมรวมของพฤติกรรมทั้งคนใหม่และคนเก่าให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เป็นไปในทางที่สอดคล้องกับทิศทางที่องค์กรได้ตั้งไว้ นำไปสู่ค่านิยมร่วมขององค์กรในทางที่ถูกต้อง และเหมาะสมซึ่งส่งผลดีต่อองค์กร

5. โครงสร้างองค์กร หมายถึง ระบบการติดต่อสื่อสาร และอำนาจบังคับบัญชาที่เชื่อมต่อกันในองค์กร และกลุ่มคนเข้าด้วยกัน เพื่อทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายขององค์กร ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ (Objective) ภาระหน้าที่ (Function) การแบ่งงานกันทำ (Division of Work) สายการบังคับบัญชา (Hierarchy) ช่วงของการควบคุม (Span of Control) และเอกภาพการบังคับบัญชา (Unity of Command) เป็นต้น

2. การวิเคราะห์บริบทการจัดการนวัตกรรมภายใต้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1. ความเป็นมา

รัฐบาลได้กำหนดให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.) เป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2549 ชื่อ “สุวรรณภูมิ” มีความหมายว่า “แผ่นดินทอง” เป็นชื่อที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ ได้พระราชทานเมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2543 โดยใช้แทนชื่อเดิม คือ “หนองงูเห่า” พระองค์เสด็จพระราชดำเนินไปทรงประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์อาคารผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2545 ท่ามกลางความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศ ทสภ.เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองรับเส้นทางการบินจากทุกมุมโลก เป็นท่าอากาศยานนานาชาติที่มีความทันสมัย เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มี

ประสิทธิภาพสูง การรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากล และสามารถให้บริการสายการบิน และผู้โดยสารอย่างมีคุณภาพในระดับสากล

2. บทบาทเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ได้กำหนดบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ให้ ทสภ. มีบทบาทเป็น “ประตูสู่นานาชาติ (International Gateway)” ซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาค ทั้งนี้ บทบาทเชิงยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะเสมือนเป็นทางลัดในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของท่าอากาศยานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ และวางแผนพัฒนาท่าอากาศยานและการพัฒนาในเชิงธุรกิจที่เหมาะสม เป็นการบูรณาการร่วมกับยุทธศาสตร์ด้านอื่นๆ ของ ทอท. ให้ก้าวไปสู่การเป็นท่าอากาศยานชั้นนำระดับโลก

3. นวัตกรรมในการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

“ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในฐานะที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยปฏิบัติ (Operation) ในการให้บริการผู้โดยสารจากทั่วโลก มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการนำนวัตกรรมมาให้บริการผู้โดยสารเพื่อให้เกิดความปลอดภัย สะดวกสบาย และก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร ตั้งแต่การเดินทางเข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานจนกระทั่งเดินทางออกไปจากท่าอากาศยานโดยสวัสดิภาพ”

เริ่มจากกระบวนการให้บริการผู้โดยสารขาเข้า – ขาออก ได้มีการนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีต่างๆ มาช่วยลดระยะเวลา และเพิ่มความสะดวกปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสาร ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการ Check-in ได้นำระบบ CUSS และ CUBD มาใช้ นวัตกรรมระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ (Auto Check-in System) หรือระบบ CUSS ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการเช็คอินของผู้โดยสาร ทำให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เป็นการลดความหนาแน่นของผู้โดยสารบริเวณเคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบินได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะมีการรวบรวมและตรวจสอบสถิติการใช้เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาระบบต่อไป

นวัตกรรมระบบ CUBD โดยหลังจากเช็คอินแล้ว ผู้โดยสารสามารถตรวจกระเป๋าเดินทางได้ที่บริเวณเครื่อง

CUBD (Common Use Backdrop) หรือเครื่องตรวจกระเป๋าอัตโนมัติที่เคาน์เตอร์เช็คอิน D1 และ D2 ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเช่นกัน

2. ขั้นตอนการตรวจสอบความปลอดภัย (Security Check) ได้แก่ การใช้เครื่อง X-ray และการใช้เครื่อง Full Body Scanner

นวัตกรรมการใช้เครื่อง X-ray สัมภาระ ในอนาคตอันใกล้ระบบจะสามารถตรวจสอบได้โดยไม่ต้องนำ iPad และ notebook ออกไปตรวจสอบเป็นการเฉพาะ แต่ระบบนี้สามารถตรวจสอบได้เลย ซึ่งจะช่วยประหยัดระยะเวลาในการตรวจสอบ และสามารถรักษามาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยที่ได้ระดับสากลเช่นเดิม ซึ่งในอนาคตจะมีการพัฒนาระบบให้สามารถตรวจสอบของเหลวประเภทน้ำได้

นวัตกรรมระบบตรวจค้นโดยใช้เครื่องสแกน Full Body Scanner เพื่อให้เจ้าหน้าที่ดูผลการสแกนจากหน้าจอ เครื่องตรวจประเภทนี้ สามารถตรวจได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น ไม่เพียงเฉพาะโลหะเท่านั้น แต่ยังสามารถตรวจหาวัตถุอื่นๆ ที่ไม่ใช่โลหะที่ซ่อนอยู่ตามร่างกายได้ด้วย ให้ความแม่นยำสูง นับเป็นมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่ท่าอากาศยานให้ความสำคัญสูงสุด เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากลเช่นเดียวกับท่าอากาศยานชั้นนำของโลก

3. ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง ได้แก่ ระบบ APPS และ Auto Gate

นวัตกรรมการนำระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (Advance Passenger Processing System: APPS) ทอท.ได้มีการนำนวัตกรรมระบบ APPS มาใช้ที่ท่าอากาศยานในกำกับดูแลของ ทอท. ทั้ง 6 แห่ง ซึ่ง APPS เป็นระบบการรับส่งและแลกเปลี่ยนข้อมูลผู้โดยสารล่วงหน้าของผู้โดยสารระหว่างประเทศขาเข้า – ขาออก และผู้โดยสารเปลี่ยนผ่านลำ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) ศุลกากร (ศก.) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด และสภาพความมั่นคงแห่งชาติ เป็นต้น เพื่อพิจารณาว่าจะอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้ผู้โดยสารเดินทางมาใช้บริการที่ท่าอากาศยาน โดยระบบดังกล่าวจะเป็นการอำนวยความสะดวก และความเร็วในการให้บริการผู้โดยสาร ควบคู่ไปกับมาตรการด้านความมั่นคงและปลอดภัยให้แก่ประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อ

มันในมาตรการการรักษาความปลอดภัย อีกทั้งยังช่วยยกระดับอุตสาหกรรมการบินของไทยที่อยู่ระหว่างการตรวจสอบมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ปัจจุบันมีการนำมาใช้ จำนวน 20 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แอฟริกาใต้ และประเทศต่างๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางรวมถึงสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

นวัตกรรมการตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติ (Auto Gate) เดิมใช้ได้เฉพาะชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทย ปัจจุบันเริ่มให้ชาวต่างชาติสามารถใช้ Auto Gate ได้ โดยเริ่มจากชาวสิงคโปร์และชาวฮ่องกง เนื่องจากระบบช่องตรวจ Auto Gate จะทำการจัดเก็บข้อมูลของผู้โดยสาร ภาพถ่าย และลายพิมพ์นิ้วมือ เพื่อใช้ในการตรวจสอบยืนยันตัวตนในการเดินทางครั้งถัดไป และทำงานร่วมกับระบบตรวจสอบคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (APPS) โดยจะพิจารณาเป็นรายประเทศ เน้นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพสูง แต่ละปีมีประชาชนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้ระบบมีความปลอดภัยสูง เชื่อถือได้ เสริมสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกในการเดินทาง การนำนวัตกรรมมาเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ แก้ไขปัญหาผู้โดยสารหนาแน่นในท่าอากาศยานเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ที่ให้บริการผู้โดยสารและจำนวนเคาน์เตอร์ช่องตรวจ เน้นการให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ลดปริมาณผู้โดยสารที่เข้าตรวจกับเจ้าหน้าที่ ถือเป็นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาแก้ปัญหาผู้โดยสารหนาแน่นในท่าอากาศยานอย่างเป็นรูปธรรม และในอนาคตจะมีการนำนวัตกรรมการตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติ (Auto Gate) มาใช้กับผู้โดยสารชาวญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

แนวทางการจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสารของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การนำนวัตกรรมที่โดดเด่นมาใช้ในการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อนำไปสู่การยกระดับการให้บริการให้แก่ผู้โดยสารและผู้มีส่วนได้เสียให้เกิดความประทับใจ เชื่อมั่นในการทำงาน ภายใต้กรอบบทบาทและหน้าที่ ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้โดยสารเดินทางเข้ามาใช้

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ทางด้านการบินและรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการบินให้มากยิ่งขึ้น นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านอื่นๆ ของ ทอท. และเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อประเทศไทย สอดคล้องกับบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ของ ทอท. ที่กำหนดให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีบทบาทเป็น “ประตูสู่นานาชาติ (International Gateway)” อย่างเป็นรูปธรรมที่แท้จริง เพื่อให้การจัดการนวัตกรรมของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สอดคล้องกับบริบทในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการจัดการนวัตกรรมการให้บริการผู้โดยสาร ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดังนี้

1. ด้านผู้นำนองค์กร ทอท.ควรเปิดโอกาสให้ผู้นำองค์กรทุกระดับ ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วางแผน และตัดสินใจ ร่วมกับพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นรูปธรรม เช่น มีช่องทางในการแสดงความคิดเห็น ในการประชุม การสื่อสารทาง AOT Application Line Staff และอีเมล พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจ สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นการบรรลุเป้าหมายร่วมกันกับพนักงาน ส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงาน หาโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งสามารถบริหารการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรบอกว่าต้องทำอะไร

2. ด้านกลยุทธ์องค์กร ทอท.ต้องสามารถบริหารการเปลี่ยนแปลงได้อย่างแท้จริง ลดการพึ่งพารายได้หลักจากผู้โดยสารต่างประเทศ โดยถอดบทเรียนจากวิกฤติที่ผ่านมา ในกรณีที่ปิดน่านฟ้า อันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 เช่น การพัฒนาพื้นที่ จำนวน 723 ไร่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้กลายเป็นเมืองสนามบิน เพื่อสร้างรายได้จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์ การกำหนดนโยบายให้ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายให้เป็นศูนย์ซ่อมเครื่องบินของภูมิภาคอาเซียน และการรับจ้างบริหารท่าอากาศยานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

3. ด้านการมีส่วนร่วม ทอท.ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในงาน (Work Engagement) เพื่อร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงาน และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้โดยสาร ประชาชนที่อาศัยรอบสนามบิน ผู้ประกอบการ และผู้แทนจากภาครัฐ เป็นต้น (ควรบอกว่า

ต้องทำอย่างไรอย่างไร ไม่ใช่เขียนเป็นทฤษฎีกว้างๆ)

4. ด้านวัฒนธรรมองค์กร ทอท. ควรนำค่านิยมร่วมที่ดึงมาทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้แก่ให้ใจ มั่นใจ ร่วมใจ เปิดใจ และภูมิใจ เพื่อหล่อหลอมพฤติกรรมของพนักงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับทิศทางที่องค์กรได้ตั้งไว้ นำไปสู่ค่านิยมร่วมขององค์กรในทางที่ถูกต้อง และเหมาะสมซึ่งส่งผลดีต่อองค์กร เช่น การรักษาวินัยในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด ทำงานด้วยความเสียสละ อดทน สร้างนวัตกรรมในการให้บริการผู้โดยสาร เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย พร้อมทั้งสร้างค่านิยมให้กับผู้มาใช้บริการสนามบิน เพื่อให้สอดคล้องกับคำขวัญของ ทอท. “ปลอดภัย คือ มาตรฐาน บริการ คือ หัวใจ”

5. ด้านโครงสร้างองค์กร ทอท. ควรปรับโครงสร้างขององค์กรใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น ลดอัตราค่าจ้างที่ไม่จำเป็น นำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพของงาน จัดทำตัวชี้วัดของการทำงานที่ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง ลดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ แต่ในขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในการบริหารจัดการด้วยความรอบคอบตามมาตรฐานด้าน

การบิน เพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีการแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน และสร้างเอกภาพการบังคับบัญชาให้เป็นระบบ

6. ด้านอื่น ๆ ได้แก่ ทอท. ควรให้ความสำคัญกับ “ทรัพยากรมนุษย์” ซึ่งถือว่า “เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์กร” เช่น การคัดเลือกพนักงานที่เป็นไปตามมาตรฐาน การฝึกอบรมพนักงานตามมาตรฐานองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) และการศึกษาบุคลากรทางอากาศยานที่ดีที่สุดในโลกมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ บุคลากรการทำงานสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย วัฒนธรรมการตรงต่อเวลา การอุทิศตนต่อองค์กร การสร้างความโปร่งใส การตรวจสอบ เน้นจิตสำนึกและความรับผิดชอบที่มีต่อส่วนรวม และการปรับปรุงการจัดการการเงินและบัญชีให้เกิดประสิทธิภาพ และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผ่านเข้าออกของผู้โดยสาร ศึกษาและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ควบคู่กับการพัฒนาระบบ Passenger Flow Management System และมุ่งสู่ระบบ Self Service Technology ที่สมบูรณ์แบบ



References

- Airports of Thailand Public Company Limited and the Institute of Transportation Chulalongkorn University. (2017). *Project to survey and study the model of airport operation and determine the types of activities related to airport business in order to determine the guidelines for the utilization of the state property under the supervision of Airports of Thailand Public Company Limited*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company Limited. (in Thai)
- _____. (2017). *History of business development and marketing*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company Limited. (in Thai)
- _____. (2017). *Information of Airports of Thailand public company limited*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company Limited. (in Thai)
- _____. (2021). *Strategic roles of AOT*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company limited. (in Thai)
- _____. (2021). *The impact of COVID-19 on AOT*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company limited. (in Thai)

- _____. (2017). *2018 Year of commercial activities*. Bangkok: Airports of Thailand Public Company Limited. (in Thai)
- Akarasuphaset, C. N. (2007). *Creativity & innovation for the potential to compete in the future*. Bangkok: Pluspress. (in Thai)
- Damanpour, F. (1987). The adoption of technological, administrative, and ancillary innovations: Impact of organizational factors. *Journal of management*, 13(4), 675-688.
- Decharin, P. (2004). *The new generation of leaders*. Bangkok: Bringing typographical characters. (in Thai)
- Euajirapongpun, S., Wattanasin, P., Chanchai, A., & Kuprat, P. (2010). *Innovation: Meaning, type and importance of entrepreneurship*. Vol. 33, No. 128, October-December 2010, Faculty of Commerce and Accountancy Journal. Thammasat University. Retrieved from <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba128/Article/JBA128Somnuk.pdf>. (in Thai)
- Freeman, C., & Soete, L. (1997). *The economics of industrial innovation*. (3rd ed.). London: Continuum.
- Khunphonkaew, C. (2020). *Innovation management, a new dimension of management. specialist in innovation, national productivity institute*. Retrieved from <https://www.ftpi.or.th/2020/24185>.
- Lawlormay, B. (2019). *4 key elements of an effective innovation process innovation at work can start with a great idea, but that idea won't go anywhere without a process in place*. Retrieved from <https://slack.com/intl/en-th/blog/transformation/elements-effective-innovation-process>.
- Moore Cowan, K., Haralson, L. E., & Weekly, F. (2009). *The four key elements of innovation: Collaboration, ideation, implementation and value creation*. Retrieved from <https://www.stlouisfed.org/publications/bridges/summer-2009/the-four-key-elements-of-innovation-collaboration-ideation-implementation-and-value-creation>.
- Ministry of Transport. (2018). *History from Sa Pathum Racecourse to Don Mueang Airport*. Retrieved from <https://www.mot.go.th/about.html?id=21>. (in Thai)
- National Innovation Agency (Public Organization). (2017). *History of the national innovation agency (Organization)*. Retrieved from <http://www.most.go.th/main/th/org/1511-> (in Thai)
- Office of Personnel Research and Development, Office of the Civil Service Commission. (2017). *Thai bureaucracy in the context of Thailand 4.0*. Retrieved from www.ocsc.go.th/download/2560. (in Thai)
- Phakdilao, W. (2011). *A study of the characteristics of innovation organizations: A case study of organizations awarded for innovation*. Master of Science (Human Resources and Organization Development) Faculty. (in Thai)
- Schumpeter, J. (1934). *Creative destruction*. Retrieved from <https://futureofsourcing.com/joseph-schumpeter-and-%E2%80%9Ccreative-destruction%E2%80%9D>.
- Tanja ESCHBERGER. (2018). *What are the key elements of innovation management?*. Retrieved from <https://mitidininnovation.com/recreation/what-are-the-key-elements-of-innovation-management/>
- Yates, B. (2019). *Innovation management: 4 key elements to unlocking success*. Retrieved from <https://medium.com/pollen8/innovation-management-4-key-elements-to-unlocking-success-40ea1c994458>.

