

ระบบบริหารงานโรงแรมและความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

Hotel Management System and Innovative Organization

◆ ดวงกมล ฝ่องพรรณแห

นักศึกษาลัทธิสุตรปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Duangkamol Pongphankae

Ph.D. Student, (Management), Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: duangkamol.ppk@gmail.com

◆ ธีระวัฒน์ จันทัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Teerawat Chantuk

Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: thirawat.scb@gmail.com

Abstract

This paper aimed to 1) study and review the basic knowledge about concepts of hotel management system, organization and providing service 2) study and review basic of innovation classifications and capability of entrepreneurs 3) the proposed framework of hotel management system focuses on innovative organizations. The study was based on review the relevant literature in order to gain the basic principle the cognitive framework concept hotel management system, which focuses on innovative organizations. In order to achieve that concept, the linked of innovative organization should be occurred in the organization.

Keyword: Hotel Management System, Innovative Organization

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับแนวคิดระบบการบริหารงานโรงแรม การจัดการองค์กร และแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ 2) เพื่อศึกษาทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับความหมาย ประเภท และความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อผู้ประกอบการ 3) เพื่อเสนอกรอบแนวคิดระบบบริหารงานโรงแรมที่เน้นความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกรอบแนวคิดระบบการบริหารงานโรงแรมที่เน้นความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อให้ทราบแนวทางการจัดการระบบการบริหาร ซึ่งต้องมีการเชื่อมโยงความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

คำสำคัญ : ระบบบริหารงานโรงแรม องค์กรแห่งนวัตกรรม

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน ต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อเป็นแผนพัฒนาหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2560 จะมีการขับเคลื่อนรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตขึ้นร้อยละ 10 ด้วยประมาณรายได้รวมอยู่ที่ 2.84 ล้านล้านบาท โดยแยกเป็นรายได้ประมาณการสำหรับตลาดต่างประเทศ 1.89 ล้านล้านบาท และประมาณการรายได้ตลาดในประเทศ 9.5 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีผลเชิงยุทธศาสตร์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อีกทั้งเป็นกลไกการสร้างงานกว่า 4.2 ล้านตำแหน่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของการจ้างงาน ส่งผลให้รายได้ประชาชาติ (GDP) ขยายตัวร้อยละ 17 (Ministry of Tourism and Sports, 2016) นอกจากนี้รายได้ประชาชาติ (GDP) สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ขยายตัวร้อยละ 12.7 โดยบริการโรงแรมขยายตัวร้อยละ 10.1 ตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Office of the National Economic and Social Development Board, 2016)

สรุปได้ว่าธุรกิจการให้บริการไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ภัตตาคาร และบริษัทนำเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น ในการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะการบริการที่ดี หมายถึง ความสามารถที่จะสร้างลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ได้ (Suwongworn T., 1998) นอกจากนี้ยังเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่ากลยุทธ์ในการบริหารที่ดีที่สุดคือ การมุ่งเน้นคุณภาพ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับองค์กร การสร้างศักยภาพขององค์กรธุรกิจทางหนึ่งคือ การปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ (Management System) ภายในองค์กรให้พร้อมรับทุกสถานการณ์ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีผลกำไรสูง ดังนั้นองค์กรภาคธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับระบบบริหารโดยมุ่งให้ผลผลิตมีคุณภาพและถูกใจลูกค้า รวมถึงคำนึงถึงประสิทธิภาพของการลงทุนด้วย (Sethapanich S., 2007) ซึ่งนวัตกรรมด้านการบริการสามารถนำพาองค์กรทางธุรกิจให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างนวัตกรรมจึงมีความสำคัญต่อการขยายตลาด และการสร้างตลาดใหม่ทั้งในและต่างประเทศ (National Innovation Organization, 2007)

นวัตกรรม (Innovation) ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของมนุษย์ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต่าง ๆ อย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็นทางด้านอุตสาหกรรมการผลิต การบริการ และการตลาดต่าง ๆ (Tayothyingyong Y., 2008) องค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization) เป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะองค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อน เพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในบริบทของโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนา ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ความอยู่รอด และความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาดการค้าโลกเสรี (Bangkok Institute of Government

Development, 2015) ด้วยการนำทักษะ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับองค์กรและผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อยกระดับศักยภาพ และสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในตลาดระดับประเทศและระดับโลกต่อไป (ChaiPrasit S., 2010)

ในบทความนี้ผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบบริหารงานโรงแรม ความหมาย ประเภท และความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำหรับการศึกษาโอกาสและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในกระแสของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจสมัยใหม่ผ่านนวัตกรรมการให้บริการ 2) สามารถนำแนวคิดไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมและกำหนดมาตรฐานระบบการบริหาร และ 3) เพื่อนำไปสู่การนำเสนอกรอบแนวทางระบบการบริหารงานโรงแรมโดยเน้นนวัตกรรมการให้บริการ

แนวคิดเบื้องต้นของระบบการบริหาร

ศาสตร์การบริหารมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง แต่ละยุคต่างก็มีจุดเน้นที่แตกต่างกันดังนี้

ยุคที่ศตวรรษดั้งเดิมประมาณปี ค.ศ. 1890	ให้ความสำคัญกับความมีประสิทธิภาพในการทำงาน และการควบคุมมาก แต่ละเลยความสำคัญของมนุษย์
ยุคที่ศตวรรษแห่งพฤติกรรมประมาณปี ค.ศ. 1910	การบริหารให้ความสำคัญกับมนุษย์มากขึ้น โดยมีความเชื่อว่าองค์กรที่มีประสิทธิผลนั้นผู้บริหารจะต้องเข้าใจและให้ความสนใจกับการเสริมสร้างปัจจัยจูงใจที่จะมีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร
ยุคที่ศตวรรษแห่งปริมาณเริ่มเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1940	ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบฐานข้อมูล มีการใช้ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ วิธีการเชิงสถิติ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อประกอบการตัดสินใจ
ปลายทศวรรษที่ 1970	มีการพัฒนาทฤษฎีใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ศาสตร์ทางการบริหารได้รับอิทธิพลจากหลายสาขาผสมผสานกันในลักษณะสหวิทยาการ มีการนำทฤษฎีมาบูรณาการเข้าด้วยกันเพื่อสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรได้มากขึ้น
ต้นทศวรรษที่ 20	ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการจัดการในลักษณะที่เป็นสูตรสำเร็จที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั่วไป

ภาพที่ 1 วิวัฒนาการของศาสตร์ด้านการบริหาร

ที่มา : ศุภลักษณ์ เศษระพานิช (2550)

จากภาพที่ 1 วิวัฒนาการของศาสตร์ด้านการบริหาร แนวคิดเบื้องต้นของระบบบริหารได้ค่อย ๆ พัฒนาขึ้นมาในแต่ละยุค ซึ่งยุคเริ่มต้นการบริหารได้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการทำงานและการควบคุมมากทำให้ละเลยความสำคัญของมนุษย์ ในยุคต่อมาคือ ยุคทัศนะเชิงพฤติกรรมได้ให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์มากขึ้นโดยมีการเสริมสร้างปัจจัยจูงใจเพื่อให้เกิดประสิทธิผลของงาน ส่วนในยุคทัศนะเชิงปริมาณได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบฐานข้อมูล มีการใช้ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ วิธีการเชิงสถิติ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อประกอบการตัดสินใจ ต่อมาในยุคปลายศตวรรษที่ 1970 มีการพัฒนาทฤษฎีใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ศาสตร์ทางการบริหารได้รับอิทธิพลจากหลายสาขาสมาผสมผสานกันในลักษณะสหวิทยาการ มีการนำทฤษฎีมาบูรณาการเข้าด้วยกันเพื่อสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรได้มากขึ้น (Settapanich S., 2007) ซึ่งการบริหารในแต่ละยุคมีบทบาทส่งผลต่อการพัฒนาการบริหารงานในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อการบริหารงานในยุคปัจจุบัน

ความหมายระบบการบริหารโรงแรม

พจนานุกรม The American heritage dictionary (1991) ได้ให้ความหมายของระบบ ไว้ในหลายลักษณะดังนี้ 1) กลุ่มขององค์ประกอบที่มีปฏิสัมพันธ์กันและเป็นไปตามกัน ก่อรูปเป็นองค์รวมที่ผสมผสานกันอยู่ 2) กลุ่มขององค์ประกอบที่สัมพันธ์กันตามหน้าที่ เช่น ร่างกายของมนุษย์ กลุ่มของกลไกเครื่องจักร เครือข่ายของโครงสร้างและช่องทางในการสื่อสาร เป็นต้น 3) กลุ่มขององค์ประกอบหรือชิ้นส่วนที่สัมพันธ์กันอย่างมีโครงสร้าง 4) ชุดของความคิดหรือหลักการที่มีปฏิสัมพันธ์กัน 5) กลุ่มของวัตถุประสงค์หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ 6) วิธีการหรือกระบวนการ

Robbins (1999) ได้ให้ความหมายว่าระบบ หมายถึง ชุดหรือกลุ่มขององค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโดยรวมของระบบ

ระบบการบริหารโรงแรม รูปแบบการจัดการหรือการบริหารโรงแรมนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่แบ่งกลุ่มหรือประเภทของโรงแรม หากพิจารณาตามพื้นฐานหรือที่มาของผู้บริหารแล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ การบริหารประเภทโรงแรมอิสระ (Independent Hotels) คือ โรงแรมที่ไม่มีความเป็นเจ้าของร่วมหรือความผูกพันทางด้านการบริหารกับโรงแรมอื่น หรือไม่มีความสัมพันธ์กับโรงแรมอื่นในด้านนโยบายการบริหารหรือข้อผูกพันทางการเงิน จึงสามารถกำหนดนโยบายและวิธีการบริหารของตนโดยอิสระ ซึ่งจะเห็นได้ชัดคือโรงแรมที่เจ้าของกิจการดำเนินงานเอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของผู้ใด ทุกอย่างขึ้นอยู่กับดุลพินิจของเจ้าของโรงแรมเป็นสำคัญ และการบริหารประเภทโรงแรมในระบบเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีการดำเนินงานโดยการให้คนนอกมาบริหารงานแทน หรือการเจรจาติดต่อเครือข่ายโรงแรมให้มาบริหารโรงแรมของตนมีข้อดีคือ ด้านการตลาดซึ่งครอบคลุมกิจกรรมหลายด้าน ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถทำพร้อมกัน และแบ่งเฉลี่ยค่าใช้จ่ายไปให้ทุกโรงแรมในเครือ ทำให้ค่าใช้จ่ายสำหรับโรงแรมแต่ละแห่งถูกลง ด้านบุคลากร มีการฝึกอบรมและมาตรฐานการทำงานที่ดีกว่า มีระเบียบวิธีปฏิบัติที่วางไว้ชัดเจนรัดกุม

ด้านการบริหาร คือ ระบบการบริหารงานบุคคลที่มีมาตรฐานและเป็นธรรมส่งผลดีต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและบริการที่ดี (<http://www.ssru.ac.th> Accessed on October 17, 2016)

สรุป ระบบการบริหารงานโรงแรมเป็นรูปแบบการจัดการหรือการบริหารอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การโดยใช้ทฤษฎีเชิงระบบ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายอาศัยหลักการบริหาร 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม โดยผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดองค์การของงานการโรงแรม สามารถแบ่งการบริหารงานเป็นส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้

การบริหารเป็นหลักของการใช้ศาสตร์และศิลป์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกันในการดำเนินงานหรือกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยอาศัยกระบวนการและทรัพยากรทางการบริหาร ผู้บริหารจะบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพได้นั้นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของทฤษฎีและหลักการบริหารเพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการทำงานสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม (Srisaam V., et al., 2006) ซึ่งการบริหารงานโรงแรมมีโครงสร้างองค์กรดังนี้

คณะกรรมการบริหาร (Board of Director) เป็นกลุ่มบุคคลที่ได้รับคัดเลือกจากผู้ถือหุ้นของกิจการ โดยคณะกรรมการบริหารนี้มีหน้าที่ เพื่อกำหนดนโยบายของการบริหารงานโรงแรมเพื่อให้การดำเนินงานภายในโรงแรมเป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถตรวจสอบและแก้ไขในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) เป็นบุคคลที่ได้รับคัดเลือกมาจากคณะกรรมการบริหาร ให้ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ซึ่งบุคคลดังกล่าวอาจเป็นหนึ่งในคณะกรรมการบริหารหรือเป็นบุคคลภายนอก ที่คณะกรรมการบริหารเชิญมาดำรงตำแหน่งให้ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการทั่วไปคือ กำหนดเป้าหมาย (Targeting) ของโรงแรม วางแผนการดำเนินงาน (Planning) ของทุกฝ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มอบหมายงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างถูกต้องและเหมาะสม (Assigning) สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในโรงแรม (Communication) ปรับปรุงการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งประเมินผลการปฏิบัติงานของฝ่ายต่าง ๆ ในโรงแรม (Evaluation & improvement)

ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป (Assistant General Management) เป็นบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกจากกรรมการบริหาร หรือจากบุคคลภายนอกกลุ่มบริหารก็ได้ เพราะผู้ช่วยผู้จัดการนั้น จะต้องมีความรู้ความสามารถ ในการบริหารงานโรงแรมเช่นเดียวผู้จัดการทั่วไป แต่ประสบการณ์ในการบริหารงานโรงแรมนั้นอาจจะน้อยกว่าผู้จัดการทั่วไป ซึ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ช่วยผู้จัดการมีดังนี้ ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการทั่วไป สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ภายในโรงแรม ตรวจสอบผลการปฏิบัติของฝ่ายต่าง ๆ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน

ผู้จัดการประจำฝ่ายต่าง ๆ (Resident Manager) เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานในระดับฝ่าย ซึ่งมีหน้าที่ดังนี้ มีความรับผิดชอบในทรัพย์สินของฝ่ายตน ดูแลและควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานภายในฝ่ายของตนอย่างใกล้ชิด ให้คำปรึกษากับพนักงานภายในฝ่ายของตน และรายงานผลการปฏิบัติของฝ่ายที่ตนรับผิดชอบต่อผู้บังคับบัญชา

สรุป ในการปฏิบัติงานโรงแรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของผู้ปฏิบัติงานนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการของฝ่ายบริหาร ซึ่งมีองค์ประกอบคือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารชั้นต้น ในการบริหารจัดการเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ประสานต่อเนื่องซึ่งคำนึงถึงเป้าหมายของงานเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องมีความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ในการดำเนินงานและนำมาใช้บริหารงานปรับใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมและบรรลุเป้าหมายขององค์การ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ซึ่งลักษณะการบริการมีลักษณะการบริการที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปดังนี้ ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่าการบริการจะเกิดขึ้น ซึ่งการตัดสินใจซื้อบริการจึงต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยใช้บริการมาแล้วนอกจากนี้การบริการยังเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) และไม่อาจสัมผัสก่อนจะมีการซื้อเกิดขึ้น เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าว อีกทั้งยังไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้น ๆ ได้ (Polasuktit J., 2006) การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง ในการบริการผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการขณะนั้นด้วย โดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish Ability) เหมือนกับสินค้าทั่วไป เพราะเมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการ การบริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง และยังมีลักษณะของความหลากหลาย (Heterogeneity) ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดิมแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการอาจแตกต่างกันได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน รวมไปถึงลักษณะที่ไม่

สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) เมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อจะได้รับบริการตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำเพื่อบริการนั้น (Theerakiti N., 2009)

สรุป ในการบริหารงานโรงแรมการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ การดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อำนาจความสะดวกและรวดเร็วให้กับลูกค้าผู้รับบริการ โรงแรมจึงต้องมีการปรับองค์กรให้เหมาะสมและทันต่อสภาพการแข่งขันในการให้บริการให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง จึงต้องมีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในระบบการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

ความหมายนวัตกรรมและองค์กรแห่งนวัตกรรม

การศึกษาเรื่องนวัตกรรม (Innovation) ได้มีการศึกษาและกล่าวถึงมาเป็นระยะเวลานาน การให้คำนิยามหรือความหมายของนวัตกรรมตลอดจนความเข้าใจมีความแตกต่างกันตามมุมมองของนักวิชาการแต่ละท่าน รากศัพท์ของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) มาจากภาษาละตินว่า “Innovare” แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550) อย่างไรก็ตามเมื่อได้ทบทวนวรรณกรรมการให้ความหมายของนวัตกรรมตามมุมมองที่แตกต่างกันตามภูมิหลังของนักวิชาการแต่ละท่านในการให้ความหมายของคำว่านวัตกรรมสามารถสรุปได้ดังนี้

Gibbons (1997) ได้กล่าวไว้ว่า “นวัตกรรม” ในระดับขององค์กรหรือบริษัทนั้น หมายถึง การนำแนวคิดใหม่เข้ามาสู่บริษัท ไม่ว่าจะเป็นทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต รูปแบบบริการ รวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการ การดำเนินงาน ระบบและกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท ส่วน Drucker (1985) ได้ให้นิยาม “นวัตกรรม (Innovation) ว่าเป็น ความพยายามที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างมุ่งมั่นและมีจุดหมายภายใต้สถานะเศรษฐกิจขององค์กรหรือศักยภาพของสังคม” ในเชิงเศรษฐศาสตร์กล่าวว่า “การสร้างนวัตกรรมนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ทั้งในแง่ของลูกค้าและผู้ผลิต” ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “เป้าหมายของนวัตกรรม คือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเพื่อให้สิ่งต่าง ๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น” อีกทั้ง Schilling (2008) ได้ให้ความหมาย นวัตกรรม ว่าเป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติเพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่ ส่วน Smith (2002) ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ว่าเป็นความสำเร็จของการผสมเชื่อมโยงในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์และความคิด ให้เป็นประโยชน์ในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ ในขณะที่ McKeown (2008) กล่าวว่า “นวัตกรรมองค์กร” หมายถึง องค์กรที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทางด้านกระบวนการทางความคิดเพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างกันและเป็นประโยชน์ขึ้นมา และ Laundry (2006) ได้ให้ความหมาย “นวัตกรรมองค์กร” ว่าหมายถึง องค์กรที่มีการทำในสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่มีอยู่หรือเคยประพฤติปฏิบัติอยู่ อีกทั้งองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development) หรือชื่อย่อ OECD (2005) ให้ความหมาย “กระบวนการนวัตกรรม

องค์กร” ว่าหมายถึง การประยุกต์ใช้รูปแบบการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและการดำเนินงานรวมไปถึงวิธีการจัดส่งผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภคอีกด้วย

โดยสรุป นวัตกรรมองค์กร เป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ ทักษะ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถทางด้านการบริหารจัดการ การนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติเพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่ การผสมผสานเชื่อมโยงกับวัสดุอุปกรณ์และความคิด การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการเพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่มีอยู่หรือเคยประพฤติปฏิบัติอยู่ เพื่อสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านการเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมหรือการนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ซึ่งมุ่งเน้นที่การสร้างประโยชน์และตอบสนองต่อความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเป็นหลัก

ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรมแบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ในที่นี้จำแนกนวัตกรรมออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมทางธุรกิจขององค์กร (Business Innovation) เป็นการปรับปรุงเพิ่มเติมการดำเนินธุรกรรมขององค์กร เพื่อตอบสนองสิ่งรื้อของบริบทโลกาภิวัตน์ ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร นอกจากนี้นวัตกรรมทางยุทธศาสตร์ขององค์กร (Strategy Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ความเชื่อ เป้าหมาย รวมถึงการปรับระบบโครงสร้างองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางหลักของการทำธุรกรรมขององค์กรใหม่ และผลักดันธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงนวัตกรรมทางทุนมนุษย์ (People Innovation) เป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม เพื่อเอื้อต่อการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการนวัตกรรม อีกทั้งนวัตกรรมทางกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการพัฒนารูปแบบการผลิตหรือการปฏิบัติที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นและต้นทุนการผลิตลดลง นวัตกรรมทางกระบวนการประกอบด้วยนวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมกระบวนการทางองค์กร นอกจากนี้นวัตกรรมทางสินค้าและบริการ (Product/Service Innovation) เป็นการสร้างสินค้าและบริการใหม่หรือพัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ หรือรวมสินค้าที่มีอยู่เข้าไปในสินค้าใหม่ เพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยคำนึงถึงกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เกิดขึ้นกับทุกหน่วยงานที่จะทำให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ได้ รวมถึงนวัตกรรมทางการตลาด (Marketing Innovation) เป็นการพัฒนารูปแบบวิธีการทำการตลาดรูปแบบใหม่ที่มีความสำคัญกับบรรจุกภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้กับลูกค้า รวมถึงการประเมินและการทำนายความต้องการของผู้บริโภค (Bangkok Civil Service Development Institute, 2015)

นอกจากนี้ยังจำแนกประเภทของนวัตกรรมได้ตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ประโยชน์ประกอบด้วย การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

อาจอยู่ในรูปของตัวสินค้าหรือบริการก็ได้ (Smith, 2006 ; Schilling, 2008) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การประยุกต์แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์การอันได้แก่ เครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์การ โดยมีเป้าหมายนำไปสู่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ให้ไปถึงมือผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Rutherford, M.W. & Holt, D.T., 2007) นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) คือ การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ สร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเน้นการอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ การจำแนกตามขอบเขตผลกระทบ (The Areas of Impact) แบ่งเป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) มีพื้นฐานขอบเขตมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนกระบวนการจัดการองค์การซึ่งส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับ นโยบาย โครงสร้างองค์การ ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดองค์การ (Baruch, Y., & Holtom, B. C., 2008)

การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization)

การที่ผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาองค์กรให้มีลักษณะเป็น Innovative Organization หรือองค์กรแห่งนวัตกรรมอย่างแท้จริงนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และความเข้าใจคุณลักษณะขององค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization) องค์กรควรส่งเสริมให้บุคลากรสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งเสริมองค์กรให้เกิดนวัตกรรม ด้วยการบริการจัดการองค์การเป็นระบบมีชีวิต (Living System) หรือองค์กรระบบเปิด (Open System) ปรับวิธีคิดของบุคลากรให้ทันการเปลี่ยนแปลง (Mind Set Adjustment) เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ร่วมกันในการบริหารระบบ และเสริมสร้างให้พนักงานมีความเข้าใจเชิงระบบเพื่อให้เกิดความได้เปรียบที่ยั่งยืนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงขององค์กร และส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรเกิดพลังสมองในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น พัฒนาโดยอาศัยความรับผิดชอบ คือ สร้างให้บุคลากรมีความมั่นใจที่จะได้รับการสนับสนุนและมีโอกาสที่จะแสดงออกเกี่ยวกับการทดลองหารูปแบบใหม่ ๆ ในสิ่งที่คิด โดยการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคล สนับสนุนด้านการเงินอย่างพอเพียง ผู้บริหารต้องแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนมากกว่าต่อต้าน ให้เวลาอย่างเพียงพอ เป็นต้น (Leekpai P., et. al., 2014) องค์กรที่จัดว่ามีลักษณะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมควรประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

มีการกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ที่ชัดเจนที่สามารถพัฒนาองค์กรให้มุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม รวมถึงความมุ่งมั่นและทุ่มเทของผู้บริหารและเมื่อทิศทางและความมุ่งมั่นของผู้บริหารมีความชัดเจนแล้ว ต้องมีลักษณะโครงสร้างองค์กรที่สามารถกระตุ้น และก่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีโครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในระดับที่เหมาะสมที่จะกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กรได้ (ChaiPrasit S., 2000) แนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่

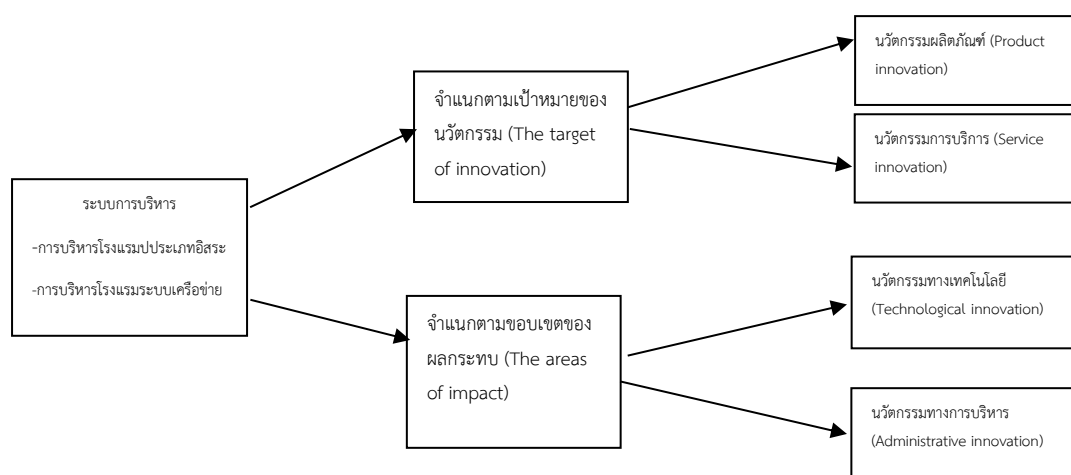
สะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยง ได้แก่ วิสัยทัศน์ ภารกิจ ค่านิยม ปรัชญา วัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กลวิธีและนโยบาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและเชื่อมโยงให้บรรลุซึ่งวิสัยทัศน์ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กรตามที่ตั้งไว้ โดยลักษณะของวิสัยทัศน์นวัตกรรมที่ดี ควรประกอบด้วย การมีมุมมองแห่งอนาคตที่สอดคล้องเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตดังกล่าวข้างต้น รวมถึงสร้างแรงบันดาลใจ ทะเยอทะยาน สามารถกระตุ้นและสร้างความคาดหวังที่เป็นสิ่งพึงปรารถนาที่มองเห็นได้ อีกทั้งเกิดจากผู้นำเชิงวิสัยทัศน์และการมีส่วนร่วมของสมาชิกซึ่งก่อให้เกิดความผูกพันร่วมกันและพร้อมที่จะให้การสนับสนุนในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ควรมีสาระครบถ้วนและชัดเจน โดยการสะท้อนให้เห็นถึงจุดหมายและทิศทางที่จะก้าวไปในอนาคต สามารถทำให้สำเร็จได้ตรงตามเป้าหมาย สาระต่าง ๆ จะช่วยกระตุ้นและเป็นการกระตุ้นความท้าทายความสามารถ ความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรที่จะปฏิบัติงาน รวมไปถึงการมีแผนปฏิบัติที่แสดงให้เห็นวิธีการที่มุ่งสู่จุดหมายชัดเจนและเมื่อปฏิบัติตามแล้วจะให้ผลคุ้มค่าในอนาคตทั้งในส่วนบุคคลและองค์กร ทั้งนี้จะต้องมีความสอดคล้องกับจุดหมายปลายทางที่กำหนดเป็นวิสัยทัศน์

ผู้นำต้องสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ควรมุ่งมั่นและผลักดันให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรด้วยการเล็งเห็นคุณค่าของนวัตกรรมเป็นสำคัญ และต้องมีบุคลากรสำคัญที่จะทำหน้าที่ตามบทบาทต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดตำแหน่งผู้นำในการดำเนินโครงการนวัตกรรมและผู้สนับสนุน อีกทั้งบุคลากรภายในองค์กรยังต้องมุ่งมั่นการทำงานร่วมกันเป็นทีมมากกว่าการมุ่งเน้นส่วนบุคคล (Prajanek O., 2014) ทั้งนี้เนื่องจากนวัตกรรมจะมีโอกาสเกิดขึ้นได้จากการทำงานร่วมกันของบุคคลที่มีพื้นฐานที่หลากหลาย (Cross-functional) ในขณะเดียวกันก็ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร เนื่องจากการที่บุคลากรจะเป็นผู้ที่สามารถคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ได้ บุคลากรเองจะต้องมีความรู้และทักษะที่เหมาะสม แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) หรือทุนมนุษย์ (Human Capital) ถือเป็นนโยบายอันดับต้น ๆ ที่องค์กรให้ความสำคัญ การเสริมสร้างแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อสร้างพฤติกรรมนวัตกรรมคือ เครื่องมือสำคัญในการสร้างคนนวัตกรรม แนวคิดเรื่ององค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) จัดเป็นนวัตกรรมในเชิงระบบรูปแบบหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการเรียนรู้สถานะของการเป็นผู้นำในองค์กร (Leadership) และการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร (Team Learning) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะร่วมกันและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ทันทต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน การเรียนรู้ขององค์กรและของแต่ละ บุคคลนั้นจะเกิดขึ้นได้ เมื่อองค์กรให้ความสำคัญและส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ภายใน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับองค์กร (Senge, 1990)

การให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่เอื้อต่อกระบวนการแห่งการสร้างสรรค์ โดยที่การตกแต่งและการวางแผนผังสำนักงาน (Lay out) แบบเห็นหน้า พบปะกัน (Interactive) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีการสื่อสาร พูดคุย สร้างความไว้วางใจและนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเพื่อการต่อยอดแนวคิดใหม่ ๆ

การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมนับว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งเป็นการสร้างให้องค์กรเกิด ความสำเร็จในการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านสินค้า กระบวนการทำงาน การให้ บริการ การจัดการ หรือการตลาด ความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อองค์กรธุรกิจในยุคปัจจุบันคือ สร้างความ ความสำเร็จในการแข่งขัน นวัตกรรมไม่เพียงแต่นำมาซึ่งความเหนือกว่าและแตกต่างในด้านของผลิตภัณฑ์และ การบริการด้วยรูปแบบใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่แข็งแกร่งให้เกิดขึ้น อีกทั้งยัง จะเป็นการสร้างการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ที่เต็มไปด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นเพื่อทดแทนรูปแบบเดิมของ การดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของบริษัท โดยการปรับปรุงและเสนอทางเลือกเพิ่มเติม ให้กับลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการนำเสนอ ถึงความเป็นผู้นำหรือผู้บุกเบิกในการนำเสนอรูปแบบธุรกิจและผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกนั้น จะช่วยให้ เกิดการเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวก ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถกำหนดราคาในระดับสูงได้อีกด้วย เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ที่มีแนวนโยบายเพื่อการเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย พร้อมกับการนำเสนอ นวัตกรรมเพื่อสุขภาพที่ผสมผสานแนวคิดระหว่างโรงพยาบาลและโรงแรมเข้าไว้ด้วยกัน ตลอดจนการพัฒนา บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดเตรียมบุคลากรเพื่อการบริการด้านภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มาจาก ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และการจัดเตรียมเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยไว้คอยบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการศึกษาทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ของการระบบการบริหารโรงแรม โดยเน้นนวัตกรรม การ จึงสามารถเชื่อมโยงจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นโดยสรุปเป็นระบบการบริหารโรงแรม โดยเน้นนวัตกรรมที่นำไปใช้ในการวิจัยในอนาคตได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ระบบการบริหารโรงแรมโดยเน้นนวัตกรรม

ที่มา : ดวงมล ผ่องพรรณแข และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559)

ข้อเสนอแนะและบทสรุป

ในการบริหารงานโรงแรม ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดโครงสร้างองค์กร ให้มีการจัดโครงสร้าง แบบแบ่งงานตามหน้าที่และแผนกที่กำหนดในการดำเนินงาน ทั้งนี้ฝ่ายบริหารควรให้ความสำคัญกับทักษะ และประสบการณ์การทำงานของบุคลากร เน้นให้มีการส่งเสริมสนับสนุน มอบอำนาจตามหน้าที่และขอบเขต

ที่องค์กรกำหนด เพื่อให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่นทันทั่วถึง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งควรส่งเสริมพนักงานให้สร้างความแตกต่างทางด้านรูปแบบและคุณภาพในการให้บริการเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมบริการ นอกจากนี้ยังควรสนับสนุนให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ต้องมีการนำนวัตกรรมเข้ามาในกระบวนการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านการให้บริการ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยทำให้การให้บริการเป็นไปด้วยความถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว นอกจากนี้นวัตกรรมทางด้านการบริหารมีการออกแบบโครงสร้าง สถานที่ ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยว ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเพื่อสร้างให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม มีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร นำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถสร้างและพัฒนางานองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง บทสรุป ระบบการบริหารงานโรงแรมควรสร้างความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผ่านการกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ที่ชัดเจน ซึ่งจะเป็นยุทธวิธีสำคัญที่ทำให้องค์กรอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในเศรษฐกิจยุคปัจจุบันโดยจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม อันได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) จำแนกตามการส่งผลกระทบต่อขอบเขตของการดำเนินการ ได้แก่ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมด้านการบริหาร (Administrative Innovation) ทำให้องค์กรธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้บริการ รองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจ มีการใช้บริการต่อเนื่อง และยังมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับประเทศอีกด้วย

References

- Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey Response Rate Levels and Trends in Organizational Research. *Human Relation*, 61(8), 1139-1160.
- Danneels, E. & Kleinschmidt, E.J. (2001). Product Innovativeness from the firm's perspective: it's dimensions and product selection and performance, *Journal of product and innovation management* 1(6).
- Fritz, w. (1989). Determinant of Product innovation activities: *European Journal of Marketing* 28(10).
- Gibbons, A. (1997). Innovation and the Developing System of Knowledge Production, University of Sussex.
- Herkema, S. (2003) "A Complex adaptive Perspective on learning within Innovation Project". *The learning organization* 10(6).
- Jiraporn, P. (2006). Customer Satisfaction with Quality of Service of Bank of Ayudhya Public Company Limited. Case Study: Metropolitan Region 4. Bangkok: Public and Private Management. Management Science.

- Keattichai, V. (2006) Strategy for the development of service innovation for the elderly. Ph.D. : Rajabhat Suan Dusit University.
- Kirati, T. (2015). Institute for Development of Bangkok, Office of the Permanent Secretary Department of Training Technology.
<http://www.bangkok.go.th/training/page/sub/5280/Book-Briefing/0/info>.
- Laundy, P. (2006). "An Innovation Discipline Model." From
<http://www.bpmminstitute.org/articles/article/article/aninnovation-discipline-model.html>.
- McKeown, M. (2008). The Truth About Innovation. London, Prentice Hall.
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). Tourism Vision of Thailand, 2036 (Draft), National Tourism Development Plan No. 2 (2017-2021), and Proposal for a Plan for Action.
- National Science and Technology Development Organization (2005). The evolution of Thailand's national innovation system, past, present and future. Bangkok: National Science and Technology Development Organization Ministry of Science and Technology.
- National Innovation Agency (2005). Innovation Thailand Bangkok National Innovation Agency Ministry of Science and Technology.
- OECD (2005). Measuring Globalisation: OECD Economic Globalisation Indicators. Paris.
- Office of the National Economic and Social Development Board (2016). Gross domestic product of Q2 / 2016 accessed from <http://www.nesdb.go.th>
- Ong-on, P. (2014) An educational innovative organization: A new choice of educational Administration: *Journal of The Royal Thai Army Nurses* 15(1) (Jan - Apr) 2014.
- Peter F. Drucker. (1985). "The Discipline of Innovation". Harvard Business Review. 68(4).
-(1994). Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles. London: Heinemann
- Pradthana Leekpai, et. al. (2014). Innovativeness of Hotel Business in Southern Thailand: *Journal of Management Sciences* 31(1) January-June 2014.
- Robbins, Stephen P. (1999). Organizational theory : Structure, design and application. 3rd ed. New Jersey : Englewood Cliffs.
- Rothwell, R. (1994). "Toward the fifth generation Innovation Process". *International marketing Review*. 11(1).
- Rutherford, M.W. & Holt, D.T. (2007). "Corporate Entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents" *Journal of Organizational*. 20(3).

- Sasiprapha, C. (2000). Innovative Enterprise Choice for New Entrepreneurs Executive Journal Bangkok University.
- Schilling, M.A. (2008). Strategic management of technological innovation 2nd ed. NY : McGraw Hill Education.
- Senge, P.M. (1990). The fifth discipline: the art and science of the learning organization. NY: Random House.
- Smiths, R. (2002). “Innovation studies in the 21th century: Questions from a user’s perspective” Technological Forecasting & Social Change. Vol.69
- Suppaluk, S. (2007) Development of an Administrative System for the Excellence of Private Schools. Doctor of Education, Chulalongkorn University.
- Tanin, S. (1998). Important factor to the quality of hotel services in Bangkok. Industrial and Organizational Psychology: Thammasat University.
- Theerakiti, N. (2009). Service Market : Conceptual and Strategy. Chula press.
- Untika, P. (2007). Innovation is something that can systematically managed. If we know where to look and how. Accessed from <http://www.citu.tu.ac.th/>
- Vijit, S. (2007). National ideal education. Bangkok: Vinyuchon.
- Yongyuth, T. (2015). Management and Organizational Development Components for Innovation Organizations. Accessed from <https://www.gotoknow.org/posts/176802>



Duangkamol Pongphankae, Ph.D. Student, (Management), Faculty of Management Science, Silpakorn University, Lecturer of Business Administration and Service Industry, King Mongkut’s University of Technology North Bangkok.



Assistant Professor Theerawat Chantuk, Ph.D., Ph.D., Research and Statistics in Cognitive Science, Burapha University, Lecturer of Faculty of Management Science, Silpakorn University.