

นวัตกรรมการจัดการความรู้ของการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็กเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น

Knowledge Management Innovations of Small Hotels Management to Stimulate the Local Tourism Economy

♦ วิภาดา มุกดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการบริการลูกค้า คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Wipada Mukda

Assistant Professor, Customer Service of Faculty of Management Science, Suan Dusit

University Corresponding author Email: amimukda9002@gmail.com

Received: February 11, 2022; Revised: May 27, 2022; Accepted: June 20, 2022

Abstract

This academic article the objective to knowledge management innovations of small hotels management to stimulate the local tourism economy. This is a qualitative research using in-depth interviews with experts. Research users and stakeholders Summarize data with content analysis. Found that 1) newness in small hotel management is something new that has been developed. This may look like a product, service or process. which can be improved from the original or developed a new one 2) the economic benefit of managing a small hotel is that it generates additional value through the development of new things. Create value for the business to create value that is superior to competitors effectively. The higher the competitiveness of the business or the value that customers receive from the consumption of goods and services available in the hotel business. 3) the use of knowledge and creativity in the management of small hotels is the result of using knowledge and creativity as the basis for new developments. not due to plagiarism Iteration in management, cost, marketing, customer loyalty, or the use of creativity in service sharing between service providers and clients. This results in the novelty of niche or individual services.

Keywords: Knowledge Management, Innovation, Small Hotels, Local Tourism Economy

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดการจัดการความรู้ของการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็กเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งพบว่า 1) ความใหม่ในการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็ก เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการ โดยเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ก็ได้ 2) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจในการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็ก คือ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นนั้นสามารถวัดได้จากตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้หรือความสามารถในการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจให้เกิดคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสูงมากยิ่งขึ้นหรือคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการที่มีอยู่ในธุรกิจโรงแรม 3) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็ก คือ เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำในด้านการจัดการ ต้นทุน การตลาด ความภักดีของผู้ใช้บริการหรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างสรรค์การบริการร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ส่งผลให้เกิดความใหม่ในการบริการเฉพาะกลุ่มหรือบุคคล

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, นวัตกรรม, โรงแรมขนาดเล็ก, เศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น

บทนำ

การบริหารนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจจะไปรอดหรือไม่รอดส่วนหนึ่งมาจากกระบวนการบริหาร ในส่วนนี้นับว่าเป็นความรับผิดชอบหลักของผู้บริหารองค์กรหรือเจ้าของธุรกิจที่จะกำหนดทิศทางของธุรกิจให้มีความชัดเจนว่าจะไปในทิศทางใด เพื่อที่จะได้แปลงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ส่วนในการบริหารของธุรกิจโรงแรมจะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการมีทั้งในรูปแบบที่เจ้าของบริหารธุรกิจโรงแรมเองหรือเจ้าของธุรกิจจ้างผู้ที่มีความรู้ความสามารถมาบริหารธุรกิจโรงแรมให้หรือบางโรงแรมก็เป็นโรงแรมในลักษณะแฟรนไชส์ โดยในการดำเนินการในแต่ละรูปแบบก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป แนวคิดดั้งเดิมของการบริหารงานโรงแรมนั้นเจ้าของกิจการจะดำเนินการบริหารโรงแรมเองตั้งแต่การเป็นผู้จัดการตลอดจนทำหน้าที่อื่น ๆ บางครั้งจึงส่งผลให้ต้องแบกรับภาระหนี้สินและการขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการเพียงคนเดียว เนื่องจากเจ้าของกิจการไม่มีประสบการณ์ทางด้านการบริหารธุรกิจโรงแรมมากนัก ดังนั้นในกระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมควรศึกษาสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจโรงแรมให้ดีเสียก่อน เช่น ต้องบอกได้ว่าโรงแรมของตนมีจุดแข็งในเรื่องอะไรเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น ๆ และต้องบอกได้ว่าโรงแรมมีจุดอ่อนอะไรบ้างที่ต้องมีการปรับปรุงแก้ไข นอกจากนี้ต้องมีการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วยทั้งในสิ่งที่เป็โอกาสและที่เป็อุปสรรคเพื่อที่จะนำมาหาแนวทางในการแก้ไข เพื่อให้หรือ

หลีกเลี่ยงให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดเมื่อเกิดปัญหาหรือเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้หรือการดำเนินงาน (Institute of Technological Development for Industry, 2018)

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้เองทำให้โรงแรมขนาดเล็กจำนวนมากเกิดปัญหาจากการขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการของโรงแรมขนาดเล็กด้วยศักยภาพและทรัพยากรที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ไม่เต็มที่จึงทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งจากการให้บริการที่ไม่ดี ไม่มีมาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลและไม่แน่ใจในการเข้าใช้บริการจนถึงปฏิเสธการใช้บริการ ทำให้ธุรกิจไม่ถูกเป็นตัวเลือกในการเข้าใช้บริการของลูกค้าหรือไม่สามารถรักษาลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการไว้ได้ ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นเป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายหรือตามความคาดหวังของผู้ประกอบการ

ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในปัจจุบันเพราะธุรกิจจะสามารถเติบโตได้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากเดิม เพราะนวัตกรรมสามารถช่วยแก้ปัญหาในธุรกิจด้วยการคิดนอกกรอบ ทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและอยู่เหนือคู่แข่ง นวัตกรรมช่วยให้เห็นถึงสิ่งที่มีอยู่ในโอกาสหรือสิ่งที่จะปรากฏขึ้นในอนาคตอันใกล้ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะไม่มองเพียงความต้องการของลูกค้าปัจจุบัน แต่มักคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต เพื่อแสวงหาบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในอนาคตได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ด้วยวิธีนี้ก็จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กก็สามารถบริหารจัดการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้

แนวคิดการจัดการความรู้

ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ สามารถวัดได้ว่ามีหรือไม่ หรือความรู้เป็นทรัพย์สินขององค์กร ได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม เทคโนโลยีการปฏิบัติงาน ระบบปฏิบัติงานต่าง ๆ บนพื้นฐานของความรู้ของความชำนาญ Wijan, B. (2010) หรือความรู้เป็นสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา การค้นคว้า การได้ยิน การได้ฟัง การคิดหรือปฏิบัติความเข้าใจ ประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะที่ได้รับมาจากองค์กรและการเรียนรู้ในแต่ละสาขา (Office of Nation Education Standards and Quality Assessment, 2012) สรุปได้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สารระ ข้อมูล แนวคิด หลักการ ที่บุคคลรวบรวมได้จากประสบการณ์ในวิถีชีวิต ความรู้เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติสังคมและเทคโนโลยี บุคคลเรียนรู้จากประสบการณ์ การศึกษา การอบรม การรับถ่ายทอดทางวัฒนธรรม การรับรู้ การคิดและการฝึกปฏิบัติ จนสามารถสรุปสาระความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้หรือพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงขึ้น

ประเภทของความรู้ มีอยู่ 2 ประเภท คือ 1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็น

ความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการเล่นดนตรี เล่นกีฬา การทำอาหาร การทำงานฝีมือหรือเป็นประสบการณ์การทำงาน (จริง) ที่สะสมในตัวของผู้ปฏิบัติงานจนเกิดความเชี่ยวชาญในงานด้านนั้น ๆ บางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม ความรู้ประเภทนี้ถ่ายทอดยาก ต้องลงมือทำ 2) ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวมถ่ายทอดได้ง่ายโดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นคลิปวิดีโอ ความรู้ประเภทนี้ ได้แก่ ทฤษฎีคู่มือ ตำราระบบ E-Learning ผลงานวิจัยต่าง ๆ บางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม (Panich, 2012)

ระดับความรู้ (Levels of Knowledge) ตามแนวคิดของ James Brain Quinn ได้แบ่งระดับความรู้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 Know-what (รู้ว่าคืออะไร) เป็นความรู้เชิงรับรู้หรือความรู้ความเข้าใจที่ได้มาจากการเรียน การเห็นหรือจดจำ มีลักษณะเป็นความรู้ในภาคทฤษฎีว่า สิ่งนั้นคืออะไร ระดับที่ 2 Know-how (รู้ว่าเป็นอย่างไร/รู้วิธีการ) เป็นความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ระดับที่ 3 Know-why (รู้ว่าคือทำไม/รู้เหตุผล) เป็นความเข้าใจที่ลึกซึ้งเชิงเหตุผลที่สลับซับซ้อน ภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้ในระดับนี้สามารถพัฒนาได้บนพื้นฐานของประสบการณ์ในการแก้ปัญหาและการอภิปรายร่วมกับผู้อื่น ระดับที่ 4 Care-why (ใส่ใจกับเหตุผล) เป็นความรู้ในลักษณะ การสร้างสรรค์ที่มาจากตัวเอง บุคคลที่มีความรู้ในระดับนี้จะมีเจตจำนงแรงจูงใจและการปรับตัวเพื่อความสำเร็จ (Office of Nation Education Standards and Quality Assessment, 2012) สรุปได้ว่า ความรู้สามารถจำแนกได้เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่อยู่นอกตัวบุคคล โดยเฉพาะความรู้และความชำนาญมักไม่มีตัวตนให้เห็นบางส่วนซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคลโดยที่ตนเองไม่รู้ว่าคือตนเองรู้หรือมีความรู้นั้น ๆ

ส่วนการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด (Office of Nation Education Standards and Quality Assessment, 2012) ส่วน Nonaka และ Takeuchi (2000) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าเป็นกระบวนการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ทั่วทั้งองค์กรและนำไปเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์บริหารเทคโนโลยีและระบบใหม่ ๆ ความรู้ทั้งสองประเภทสามารถเปลี่ยนสถานะได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับสถานการณ์ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ใหม่และได้สร้างแผนภาพแสดงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดเจน (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการเพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นวัฏจักร เริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การรวบรวมความรู้ (Combination) และการผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก

เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้เป็นงานประจำที่ยั่งยืนหรือการจัดการความรู้ คือ วิธีการที่ใช้รวบรวมพัฒนา และการแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งผลที่ได้จากวิธีการนี้จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุ เป้าหมายจากการใช้องค์ความรู้ที่ได้มา การจัดการองค์ความรู้จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนา องค์กรให้สามารถขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงสรุปได้ว่า การจัดการ ความรู้ คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็น ระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพอันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

กระบวนการจัดการความรู้เริ่มจากการผลิตความรู้แล้วมีการจัดเก็บความรู้ที่ได้มา มีการเผยแพร่ ความรู้ที่ภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โดยที่องค์กรมีการนำความรู้ที่ได้มานั้นไปใช้ซึ่งในแต่ละ กระบวนการมีการส่งต่อกันตลอดเวลา ระบบจึงมีการขับเคลื่อน (Dynamic) ตลอดเวลาโดยจำแนก ออกเป็น 6 กระบวนการ ได้แก่ 1) การแสวงหาความรู้ 2) การสร้างดัชนี 3) การกลั่นกรอง 4) การเชื่อมโยง จัดระบบ 5) การเผยแพร่ 6) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Lawson, 2003) หรือกระบวนการจัดการความรู้ แบ่งเป็น 6 กระบวนการ ได้แก่ 1) การสร้างความรู้ 2) การดักจับความรู้ 3) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ 4) การจัดเก็บความรู้ 5) การกระจายความรู้ 6) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Lin & Lee, 2004)

ประโยชน์ของการจัดการความรู้ 1) ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ทำให้องค์กรสามารถ รักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงบุคลากร เช่น การเกษียณอายุ การลาออกจากงาน เป็นต้น 2) เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ โดยประเภคุณภาพและ ความสะดวกในการเข้าถึงความรู้เป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเนื่องจากผู้ที่มี หน้าที่ตัดสินใจต้องสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ 3) ความสามารถในการปรับตัวและมีความ ยืดหยุ่น การทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในงานและวัตถุประสงค์ของงานโดยไม่ต้องมีการควบคุม หรือมีการแทรกแซงมากก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน 4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการความรู้ช่วยให้องค์กร เข้าใจลูกค้าแนวโน้มของการตลาดและการแข่งขัน ทำให้สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้ 5) การพัฒนาทรัพยากร เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทาง ปัญญาที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตรเครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ 6) การยกระดับผลิตภัณฑ์ การนำการจัดการ ความรู้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้นอีก ด้วย 7) การบริหารลูกค้า การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้าจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจ และเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่องค์กร 8) การลงทุนทางทรัพยากรบุคคล การเพิ่มความสามารถใน การแข่งขันผ่านการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดการด้านเอกสาร การจัดการความไม่แน่นอนเป็นการเพิ่ม ความสามารถให้แก่องค์กรในการจ้างและฝึกฝนบุคลากร (Bacha, 2000)

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ในองค์กร คือ กระบวนการในการพัฒนางาน พัฒนาค้นหาให้ดีขึ้นกว่าเดิม โดยบริหารจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอน ตั้งแต่การระบุความรู้ที่จำเป็นขององค์กร การจัดเก็บรวบรวมความรู้ทั้งหมด ทั้งในและนอกองค์กรทั้งที่อยู่ในรูปความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้จากบุคคล (Tacit Knowledge) มาจัดให้เป็นหมวดหมู่ มีการเผยแพร่ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้รวมทั้งสร้างเป็นความรู้ใหม่ ๆ เพื่อให้บุคลากรสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้และต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก Innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม” แนวความคิดนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 ดังนั้น National Innovation Agency (2019) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตหรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยีการแพร่กระจายเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์และการฝึกอบรมที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุน ผู้ประกอบการหรือตลาดใหม่หรือรายได้แหล่งใหม่ ส่วน Sosongchan, A. (2011) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิมทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย จึงกล่าวสรุปได้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือกระบวนการใหม่รวมทั้งการจ้างงานใหม่ นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและประเทศ ตลอดจนก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

ประเภทของนวัตกรรมได้มีการจำแนกประเภทของนวัตกรรมไว้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ 1) การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม ประกอบด้วย 1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการพัฒนาและนำเสนอ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ก็ดี รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็นผลผลิตขององค์กรหรือธุรกิจ โดยอาจจะอยู่ในรูปของตัวสินค้าหรือการบริการก็ได้และตัวแปรหลักที่สำคัญของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มี 2 ตัวแปร คือ 1.1.1 โอกาสทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์และกระบวนการที่จะทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นได้ 1.1.2 ความต้องการของตลาด หมายถึง ความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นและพร้อมที่จะซื้อหรือใช้และส่งผลทำให้ผู้เป็นเจ้าของของนวัตกรรมได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสังคม 1.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการหรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ เป็นต้น จากความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์การไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการจัดจำหน่ายหรือรูปแบบการจัดการองค์การ ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบริการให้ไปถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อ องค์กรมากที่สุด แม้วานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะถูกมองเห็นได้ชัดเจนมากกว่าแต่นวัตกรรมกระบวนการก็มีความสำคัญมากเช่นเดียวกันในการที่จะทำให้องค์กรหรือธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ โดยนวัตกรรมกระบวนการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของการควบคุมคุณภาพและการปรับปรุง ประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ องค์ประกอบในระบบคือ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลิตผล (Outputs) (Schilling, 2008) 2) การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย 2.1 นวัตกรรมในลักษณะ เฉียบพลัน (Radical Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีระดับความใหม่ ในลักษณะที่มีความแตกต่างไปจาก กรรมวิธีและแนวคิดเดิมไปอย่างสิ้นเชิงหรือเป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน ดังนั้น นวัตกรรมที่มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงแบบเฉียบพลัน จึงมีนัยสำคัญมากกว่าการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิม แต่ เป็นการออกแบบและใช้แนวคิดใหม่ทั้งหมดในการพัฒนานวัตกรรม นอกจากนี้หากพิจารณาการให้ ความหมายของ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลันจะทำให้เกิดการออกแบบที่เป็นต้นแบบใหม่ของนวัตกรรม รวมถึงแนวคิดของการออกแบบและรายละเอียดขององค์ประกอบและโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมด้วย ได้ ประมาณว่านวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลันจะมีเพียงร้อยละ 10 ของนวัตกรรมทั้งหมด 2.2 นวัตกรรมใน ลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) นวัตกรรมประเภทนี้เป็นนวัตกรรมที่มีลักษณะของ การเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยจะพัฒนาจากพื้นฐานแนวคิดหรือการออกแบบจากผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการที่มีอยู่เดิม ทั้งนี้ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงจะมีมากขึ้นเรื่อยๆกับ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่องค์กรมีอยู่ (Smith, 2006) 3) การ จำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ ประกอบด้วย 3.1 นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological

Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีพื้นฐานหรือขอบเขตของการพัฒนามาจากเทคโนโลยี โดยในปัจจุบันการพัฒนา นวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีบทบาทและความสำคัญต่อหลาย ๆ อุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยให้การพัฒนา นวัตกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นนวัตกรรมที่มีแรงผลักดันที่สำคัญของความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของประชากร 3.2 นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) เป็นเรื่องของการคิดค้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนกระบวนการจัดการองค์การใหม่ ที่ส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการขององค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เช่น การบริหารองค์การ ในลักษณะโครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ การใช้แนวคิด Balanced Score Card ในการวางแผนและประเมินผลงานขององค์กร การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กร การพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะที่เป็น Open Business Models เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนา นวัตกรรมแบบเปิดก็ จัดได้ว่าเป็นลักษณะของนวัตกรรมทางการบริหารซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจให้มีประสิทธิภาพหรือประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น (Chesbrough and Crowther, 2006)

ลักษณะของกระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรมได้ 3 ลักษณะ คือ 1) การผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push) กล่าวคือ การเกิดนวัตกรรมเกิดขึ้นจากความเข้มแข็งของการลงทุนและพัฒนา ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) การดึงด้วยความต้องการของผู้บริโภค (Demand Pull) การเกิด นวัตกรรมในลักษณะนี้เป็นการพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักและนำกลับมาสู่ การสร้างและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และ 3) การผสมผสานทั้งด้าน เทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภค (Coupling) เป็นการสร้างนวัตกรรม โดยคำนึงถึงทั้งความ ต้องการของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่มีอยู่เพื่อพัฒนา นวัตกรรมให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคภายใต้การ พัฒนาและยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ไปพร้อม ๆ กัน (Smith, 2006) นอกจากนี้กระบวนการการสร้างและ พัฒนา นวัตกรรมมีอยู่ด้วยกัน 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาเอกสารแนวคิดหลักการ เช่น การแลกเปลี่ยน เรียนรู้และการแสวงหาแนวคิดและหลักการ การศึกษาเอกสารงานวิจัยและประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้อง เป็น ต้น 2) การเลือกและการวางแผนสร้างนวัตกรรม โดยพิจารณาเลือกจากลักษณะของนวัตกรรมการเรียนรู้ที่ ดี เช่น เป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ที่ตรงกับความต้องการและความจำเป็นมีความน่าเชื่อถือและเป็นไปได้สูง ที่จะสามารถแก้ปัญหาและพัฒนาการเรียนรู้ เป็นนวัตกรรมที่มีแนวคิดหรือหลักการทางวิชาการรองรับจน น่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ได้จริง ใช้ได้ง่าย สะดวกต่อการใช้และการพัฒนา นวัตกรรมมีผลการพิสูจน์เชิง ประจักษ์ว่าได้ใช้ในสถานการณ์จริงแล้วสามารถแก้ปัญหาการเรียนรู้ได้อย่างน่าพึงพอใจ เป็นต้น 3) สร้าง และพัฒนา นวัตกรรม เช่น วิเคราะห์วัตถุประสงค์ การออกแบบ การลงมือทำ การตรวจสอบคุณภาพครั้งแรกโดยผู้เชี่ยวชาญทดลองใช้ระยะสั้นเพื่อปรับปรุงเนื้อหาสาระ นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาหรือการพัฒนาการ

เรียนรู้ 4) การหาประสิทธิภาพของนวัตกรรม ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่พิสูจน์ว่านวัตกรรมที่สร้างขึ้นนั้นเมื่อนำไปใช้จะได้ผลตามที่ต้องการหรือไม่ สามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่การหาประสิทธิภาพของนวัตกรรมมีหลายวิธี เช่น การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ การบรรยายคุณภาพ การคำนวณค่าร้อยละของผู้เรียน การหาประสิทธิภาพของนวัตกรรม การประเมินสื่อมัลติมีเดีย เป็นต้น และ 5) ปรับปรุงนวัตกรรม หลังจากที่ทำประสิทธิภาพของนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ไม่ว่าจะโดยวิธีการใดก็ตามควรนำความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเหล่านั้นมาปรับปรุงนวัตกรรมให้มีคุณภาพเหมาะสม โดยเฉพาะการหาค่าประสิทธิภาพในการให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบและการบรรยายคุณภาพก่อนการทดลองใช้และหลัง (Rodie & Martin, 2001)

สรุปได้ว่า มิติสำคัญของนวัตกรรม ประกอบไปด้วย 1) ความใหม่ (Newness) สิ่งที่จะได้รับการยอมรับว่ามีคุณลักษณะเป็นนวัตกรรมได้นั้นมิติแรกที่จะต้องมียกคือ ความใหม่ หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้ 2) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) ในมิติประการที่สองที่ถูกกล่าวถึงเสมอในลักษณะของการเป็นนวัตกรรมก็คือ การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรมจะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรงหรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้ 3) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) ในมิติที่สำคัญประการสุดท้ายของการเป็นนวัตกรรมที่สามารถสรุปได้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ก็คือ การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ หมายความว่า สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

การบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็ก

ธุรกิจโรงแรมหรือที่พักเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังเติบโตในปัจจุบันทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นโรงแรมขนาดเล็กจึงไม่อาจสู้โรงแรมขนาดใหญ่ได้ แต่ถ้าโรงแรมขนาดเล็กมีความพร้อมมากพอในการบริหารจัดการห้องพัก รวมไปถึงโปรแกรมโรงแรมอย่างเป็นระบบและมีบริหารจัดการโรงแรม (PMS) ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำธุรกิจโรงแรม ซึ่งทำให้ธุรกิจโรงแรมดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดเล็ก (Small Size Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่ปลูกสร้างอยู่ตามสถานที่พักตากอากาศ (Resort) หรือโรงแรมที่พักที่สร้างขึ้นระหว่างทาง ระหว่างเมือง (Motel) ลักษณะการดำเนินธุรกิจก็มักจะเป็นคนในพื้นที่เป็นผู้ลงทุนและดำเนินการเอง การลงทุนไม่สูงเท่าใดนัก ราคาค่าบริการจึงไม่สูงและบริการจะใกล้ชิดเข้าถึงลูกค้ามากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ เพราะเจ้าของจะเข้ามาดำเนินการจัดสิ่งของทุกอย่างที่นำมาใช้ในโรงแรมด้วยตนเองรวมถึงการบริหารกิจการด้วย ส่วนโครงสร้างของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ประกอบด้วย เจ้าของ/ผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการดูแลทุก ๆ เรื่องในองค์กรรวมไปถึงการวางแผน

กำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน รับผิดชอบในความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจ ส่วนงานต้อนรับ มีหน้าที่รับผิดชอบ คือ ต้อนรับผู้มาติดต่อหรือผู้ให้บริการ รับจอง เลื่อนการจอง ยกเลิกการจอง รับชำระค่าบริการ งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบริเวณส่วนหน้าของโรงแรม งานแม่บ้านมีหน้าที่รับผิดชอบ คือ การทำความสะอาดบริเวณโรงแรมทั้งภายในตัวอาคาร นอกอาคาร ห้องพักแขก จัดตกแต่งสถานที่ให้น่าพักอาศัยและงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย งานอาหารและเครื่องดื่มมีหน้าที่รับผิดชอบ คือ การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่โรงแรมมอบหมายให้ตามงานที่โรงแรมรับมาจากลูกค้า โดยปกติเปิดให้บริการตามมื้ออาหาร ทั้งสามมื้อ งานสนับสนุน เป็นสายงานที่มีลักษณะหน้าที่สนับสนุนสายงานหลักทั้งสามส่วนที่กล่าวมาข้างต้น เป็นงานที่เจ้าของกิจการบางแห่งต้องรับผิดชอบทำด้วยตัวเอง เช่น งานบุคลากรเกี่ยวกับการว่าจ้าง งานบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายรับ-รายจ่ายของธุรกิจ เป็นต้น ส่วนงานบางประเภทอาจทำการจ้างพนักงานชั่วคราว (Temporary) ซึ่งเป็น Out Source ที่โรงแรมติดต่อหรือทำข้อตกลงกันไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะจ้างให้เข้ามารับผิดชอบงาน เช่น งานช่างต่าง ๆ ที่รับผิดชอบระบบน้ำ ระบบไฟฟ้าของโรงแรม งานจัดตกแต่งสถานที่ งานดอกไม้ งานจัดทำอาหารและเครื่องดื่ม ขนมของหวาน และตรวจสอบบัญชี เป็นต้น

ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเป็นธุรกิจที่ผู้ลงทุนจะต้องตื่นตัวและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยด้านแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา แต่จะมองข้ามหรือละเลยปัจจัยภายในของตนเองไปไม่ได้เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการบริหารจัดการและปัจจัยด้านบุคลากร องค์กรธุรกิจที่มีทีมงานเข้มแข็งขึ้นอยู่กับบุคลากรที่มีความพร้อม ความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลาและมีความรู้ความสามารถที่ดี หากในองค์กรใดมีบุคลากรเช่นนี้เป็นเรื่องไม่ยากที่จะทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ดังนั้นธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็กในปัจจุบันมีแนวโน้มที่โตขึ้นอย่างทวีคูณ ซึ่งเป็นเพราะผู้ลงทุนมีแนวคิด ดังนี้

1. ผู้ลงทุนต้องการมีกิจการส่วนตัว ต้องการหารายได้ให้เพิ่มมากขึ้นกว่าการเป็นลูกจ้างคนอื่น
2. ต้องการความเป็นอิสระในการทำงาน ในการคิดและตัดสินใจ เป็นนายตนเอง ไม่ต้องมีนายมาสั่งงานหรือบังคับให้สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ตามที่ตนเองต้องการ
3. ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ครอบครัวและการยอมรับในสังคมถึงเกียรติชื่อเสียง
4. มีพื้นที่ สถานที่ ซึ่งเป็นสมบัติเดิมอยู่ในจุดที่เหมาะสมสำหรับการเปิดดำเนินธุรกิจ
5. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สังคม ทำให้โครงสร้างองค์กรธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ผู้ลงทุนนำเทคโนโลยีมาใช้แทนแรงงานมนุษย์เพิ่มมากขึ้น ลดขนาดองค์กรลงเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน และการให้บริการลูกค้า รวมถึงความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

ธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็กมุ่งตลาดกลุ่มลูกค้าที่นิยมสินค้าและบริการลักษณะเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถ มีกำลังในการใช้จ่ายที่มีคุณภาพดีถึงดีมาก ธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็กสร้างความแข็งแกร่งให้กับตนเองโดยมีการรวมตัวกันในกลุ่มด้วยการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

(Strategic Alliance) เพื่อพึ่งพาอาศัยกันหรือการร่วมมือกันสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบของห่วงโซ่ (Cluster) เนื่องจากธุรกิจบริการมีความเกี่ยวข้องหรือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจอื่น ๆ หลายธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการดำเนินงานธุรกิจบริการ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงของธุรกิจบริการที่มีขนาดเล็ก คือ ควรหลีกเลี่ยง การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่โดยตรง ด้วยการหาช่องว่างทางธุรกิจเพื่อแทรกตัวเข้าไปเป็นผู้ประกอบการรายใหม่และธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็กนั้นสามารถทำได้ด้วยการขายความแตกต่างแต่มีมาตรฐานการบริการคุณภาพเดียวกับธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่หรืออาจทำได้ดีกว่า ความได้เปรียบในเรื่องของความใกล้ชิดกับเจ้าของหรือผู้ลงทุนมีความใกล้ชิดกับพนักงานลูกค้า ใกล้ชิดกับปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อเกิดข้อผิดพลาดหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ การคิดและตัดสินใจทำได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์รับมือต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันที (Tanongphaeng & Na Thaleng, 2017)

สรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็กมีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จหรือประสบความล้มเหลว เช่น แผนดำเนินงาน นโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ สถานที่ตั้ง ความรู้ความสามารถของผู้บริหาร เงินลงทุน เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการบริหารจัดการภายในองค์กร หากการบริหารจัดการสิ่งเหล่านี้ไม่ได้แล้วการจะผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นคงเป็นไปได้ยาก นอกจากนั้นยังมีปัจจัยภายนอกอีกหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดเล็ก ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะแก้ไขได้หรือไม่ได้นั้นล้วนขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการและผู้บริหารทั้งสิ้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในสังคมโลกและในชุมชนท้องถิ่น เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวก นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสความงามแท้จริงดั้งเดิมของพื้นที่ต่าง ๆ ในไทยเพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ หากมีการกระจายตัวสู่ชุมชนส่งผลให้ท้องถิ่นหลายแห่งตั้งรับการมาถึงของนักท่องเที่ยว โดยนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มมากขึ้นจากการประกาศให้ท่องเที่ยววิถีไทยเป็นวาระแห่งชาติ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปในทิศทางที่ยั่งยืน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวังที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้ว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมวิถีชีวิตของสถานที่นั้น ๆ หากไม่มีการจัดการที่ดีพอ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และ

การพัฒนาจึงได้เกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลายหนึ่งในนั้นคือ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน”

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อให้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวตกอยู่กับคนในชุมชน โดยหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีด้วยกัน 10 ข้อ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) ชุมชนยังคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือเป็นรูปแบบที่ชัดเจนในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชนโดยแท้ ทั้งยังเป็นสะพานเชื่อมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต เข้าใจความต่างทางวัฒนธรรม สร้างความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความสุขอย่างยั่งยืน (Special Area Development Administration Organization for Sustainable Tourism, 2018)

เครื่องมือสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความอยู่ดีมีสุข ตลอดจนรักษาสถิติวิถีวัฒนธรรมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะเป็นตัวช่วยสำคัญในการไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน Co-Creation ทฤษฎีนี้คิดค้นและเขียนขึ้นโดย พันเอก ดร.นาฬิกาอดิภักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (พ.ศ. 2553 - 2561) ถือเป็นกุญแจเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การประสานเชื่อมโยงเครือข่ายจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาควิชาการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนมา “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบและร่วมรับผลประโยชน์” โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ 1) เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว โดยมุ่งการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) มีการบริหารจัดการที่สมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับผลประโยชน์ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ยึดหลักความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และป้องกันกลุ่มทุนนอกพื้นที่เข้ามาครอบงำผลประโยชน์และทิ้งปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในช่วงนอกเทศกาลท่องเที่ยวโดยต้องเป็นกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและซ้ำเสริมกัน 4) มีเน้นการบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) มีการรับฟังความเห็น

ระหว่างกัน ทั้งชุมชน ประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและหาทางออกเพื่อเป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่าย

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการวางแผนดำเนินงานและประเมินผล โดยมีองค์ประกอบที่ชุมชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ทั้งหมด 5 ด้าน คือ 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน 5) ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในยุค 4.0 สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจบริการด้านโรงแรม โดยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Marketing Mix เน้นการออกแบบให้เรียบง่าย ดูดี ดูแล่ง่าย ภายใต้ต้นทุนที่ไม่สูงนัก ใช้ข้อมูลวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลของการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่แพงเกินไป สรรหาทำเลที่ตั้งที่ถูกค่าเช่าเข้าถึงได้ง่าย ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล วางแผนการทำตลาด เชื่อมโยงเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram รวมทั้งเว็บไซต์ผู้ให้บริการจองห้องพัก เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นกระบวนการศึกษาขั้นตอนการจัดการความรู้ของการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็กเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น ดังนี้

1. ความใหม่ (Newness) เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้ ประกอบด้วย

1.1 การจัดมาตรฐานการทำงานและนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ การจัดระบบการดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนตามบริบทและสถานการณ์สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เชื่อมโยงธุรกิจโรงแรมกับบริบทของพื้นที่ สร้างความร่วมมือกับชุมชนและสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น

1.2 การถ่ายทอดและการเปลี่ยนรูปแบบของความรู้จนเกิดเป็นความรู้ใหม่ โดยมีกระบวนการสร้างช่องทางการสื่อสารและการถ่ายทอดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดเป็นมาตรฐาน

1.3 การส่งเสริมการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งจะต้องปฏิบัติงานได้ทั้งการต้อนรับ การทำความสะอาดห้องพัก การบริการอาหารเครื่องดื่ม พนักงานจากชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งพนักงานสามารถเล่าหรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่นได้

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) คือ นวัตกรรมจะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้ ดังนี้

2.1 การสร้างความเข้มแข็งให้กับกิจการโรงแรมขนาดเล็ก ได้แก่ การเข้าร่วมกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อการส่งต่อข้อมูลให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.2 ได้ความรู้ผ่านวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ทำให้เกิดความรู้ใหม่ในการบริหารจัดการโรงแรมที่โรงแรมแต่ละแห่งสามารถใช้เป็นช่องทางในช่องทางการจัดการความรู้ระหว่างโรงแรมเครือข่ายที่เหมาะสม

2.3 การส่งเสริมการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อเตรียมความพร้อมการทำงานในอนาคตหลังวิกฤตโควิด-19 เช่น มาตรฐานสมรรถนะวิชาชีพด้านการโรงแรม เป็นต้น

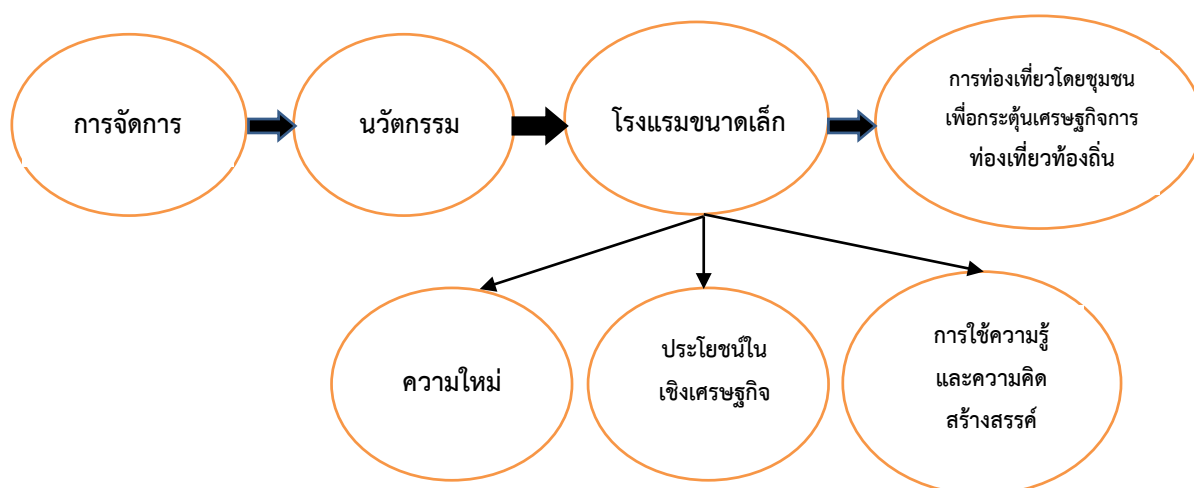
3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ ประกอบด้วย

3.1 การใช้ทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ทำให้สามารถนำเสนอตัวตนด้านการบริการสร้างจุดเด่นให้โรงแรมสอดคล้องกับวัฒนธรรมในพื้นที่เป็นอย่างดี การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักให้ชัดเจนเพื่อใช้ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร รูปแบบของสื่อ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3.2 กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กผ่านช่องทางเครือข่าย โดยการนำรูปแบบต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรม ความรู้และปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เหมาะสมมากที่สุดกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

3.3 การจ้างพนักงานจากชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและปลอดภัย

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการโรงแรมขนาดเล็กเพื่อรองรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมขนาดเล็ก โดยการนำความรู้ที่ได้ไปจัดการแก้ไขปัญหาใหม่ สร้างรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ รวมทั้งพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการคุณภาพและมีความปลอดภัยเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่นอย่างยั่งยืน



References

- Bacha, N. N. (2000). Developing Learners' Academic Writing Skills in Higher Education: A Study for Educational Reform. *Language and Education* 16(3). 161-177.
- Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (2006). *Open Innovation: Researching a New Paradigm*. Oxford: Oxford University Press.
- Institute of Technological Development for Industry. (2018). *Handbook: Hotel Business Management*. Bangkok: Department of Internal Trade, Ministry of Commerce.
- Lin, H.F., & Lee, G.G. (2004). Perceptions of Senior Managers toward Knowledge-Sharing Behavior. *Management Decision*, 42(1), 108-105.
- National Innovation Agency. (2019). *Innovation Management for Executives*. Bangkok: Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation.
- Nonaka,kujiro and Takeuchi, Hirotaka. (2000). *Classic Work: Theory of Organizational Knowledge Creation*. In Morey, D., Maybury, M. T. and Thuraisingham, B. M. *Knowledge Management: Classic and Contemporary Work*. Mass.: The MIT Press.
- Office of Nation Education Standards and Quality Assessment. (2012). *Report of external quality assessment of basic education institutions*. Bangkok: Office of Nation Education Standards and Quality Assessment.
- Panich, V. 2012. *Learning for students in the 21st century*. Bangkok: Sodsri - Saritwong Foundation.
- Pornprathanwech, T. (2015). Development of Small Hotels for Promo thing Cultural Tourism: a Case Study of Renovating Shophouse in the Urban District of Ratchaburi Province. Master of Architecture Thesis. Bangkok: Thammasat University.

- Rodie, A. R., & Martin, C. L. (2001). Competing in the Service Sector – The Entrepreneurial Challenge. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 7(1), 5-21.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Smith, David. (2006). *Exploring Innovation*. London: McGraw-Hill.
- Sosongchan, A. (2011). *The Development of a Slide Presentation Module for Moodle*. Master of Information Science Thesis. Nakhon Ratchasima: Suranaree University of Technology.
- Special Area Development Administration Organization for Sustainable Tourism. (2018). *Community-based Tourism, Thai Style, Sustainable Chic.*. Retrieved 31 January 2022. From <https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- Tanongphaeng, W. & Na Thalang, C. (2017). Management Model for Small Hotel in Trad Province. *Dusit Thani College Journal*, 11(3). 1-17.
- Wijan, B. (2010). *Building the Learning Organization*. Bangkok: Expernet Company Limited.



Wipada Mukda, Assistant Professor, Master degree in Business Administration General Management from Suan Dusit University. She is currently a lecturer of Faculty of Management Science, Suan Dusit University.