

นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

Service Innovation of Hotel Industry in Thailand

Thada Samani
Western University

บทคัดย่อ

นวัตกรรมบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งเป็นการคิดค้นสร้าง พัฒนา ปรับปรุง รูปแบบ และกระบวนการให้บริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บนพื้นฐานความต้องการการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น บริษัทที่มุ่งเน้นการสร้างและนำนวัตกรรมมาให้บริการจะมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของบริษัท ซึ่งรูปแบบการใช้นวัตกรรมบริการไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมือนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ แต่อาศัยการสังเกต และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการ โดยอาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย นวัตกรรมในอุตสาหกรรมบริการได้แบ่งนวัตกรรมในการบริการออกเป็นสี่ประเภท ซึ่งได้แก่นวัตกรรมด้านการบริหาร นวัตกรรมด้านการสื่อสารภายนอก นวัตกรรมด้านขอบเขตของการบริการ และนวัตกรรมด้านงานสนับสนุน ทั้งนี้นวัตกรรมบริการโดยส่วนใหญ่มีอยู่ในรูปวิธีการใหม่ในการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ การให้ความสำคัญของรีวิวนบนโลกออนไลน์ การส่งอีเมลเพื่อขอบคุณที่ลูกค้ามาให้บริการ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ๆ การให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี ในห้องพักและในบริเวณของโรงแรม และบนรถลิฟต์ขึ้น การปรับปรุงโทรทัศน์ รองรับการใช้งานสมาร์ททีวี เพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย บริการเครื่องดื่มต้อนรับ มีการให้บริการแบบไทยด้วยน้ำสมุนไพร บริการสะสมคะแนนจากยอดการมาใช้บริการ สามารถแลกของรางวัล เป็นต้น

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ อุตสาหกรรมโรงแรม

Abstract

Innovation is the significant strategy to create differences in hotel industry. It is about creating, developing, improving pattern and process to new services to satisfy customers who are always change and based on the willingness to provide better quality services. The companies focus on creating and providing innovation as a service which will impact on the revenue of the company. However, the innovation in the service will not be as obvious as other innovative products. By observing and getting information from places to analyze and improve the service which technology might be involved. Innovation in industrial service is divided to 4 categories: management innovation, communication innovation, service range innovation and support innovation. In addition, most of service innovation always in the form of serving customers or consumers such as bringing up information technology to serve customers, emphasizing on products or services reviews online, sending emails to show the appreciation to customers for using the service, public relation, presenting new promotions: free internet in the room or hotel area, limousine service, support smart TV, more channels to contact to customers via social media, complementary drinks: Thai style (Thai herb juice), collecting points for some prizes etc.

Keywords : service innovation, hotel industry

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เฉลี่ย 4.7–6.0 ต่อปี โดยเฉพาะต่างจังหวัดที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่ามีเงินหมุนอยู่ในกลุ่มธุรกิจโรงแรมประมาณ 5 แสนล้านบาท โดยกลยุทธ์ของทางกลุ่มธุรกิจโรงแรมปัจจุบันคือการสร้างการเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด โดยการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสร้างการเข้าถึงลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมขนาดกลางที่ชื่อเสียงยังไม่เทียบเท่าโรงแรมใหญ่ๆ การใช้นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตในการจองออนไลน์ และการสื่อสารต่างๆ จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น (Marketeer, 2016)

ในแผนยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา ได้มีการผลักดันนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Capital Spa of Asia) (Department of Trade Negotiations, 2011) และปัจจุบันแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้มีการมุ่งเน้นลงยังภาคธุรกิจด้านการแพทย์และกลุ่มการท่องเที่ยวและโรงแรม โดยงานบริการส่งเสริมสุขภาพได้ถูกนำมาใช้เป็นการสร้างมาตรฐานในงานบริการของโรงแรมทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมสร้างจุดแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยให้มีศักยภาพรองรับความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้มาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น (Ministry of Public Health, 2012) โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute หรือ TDRI) (2009) คาดการณ์ว่าธุรกิจบริการสุขภาพโรงแรมสามารถสร้างรายได้รวม 122,293 ล้านบาทต่อปี

และจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามนโยบายรัฐบาล อุตสาหกรรมโรงแรมก็ต้องกำหนดกลยุทธ์เพื่อในสอดคล้องกับแผนงานดังกล่าวและสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น กลยุทธ์นวัตกรรมบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการทำให้เกิดความสำเร็จ และสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ (Oncharoen, N. & Ussahawanitchakit, P., 2011) โดยกลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ (Creative Service Idea) ด้านเจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง (Attitude Toward Change) และด้านการสร้างการเรียนรู้ (Generative Learning) องค์ประกอบทั้งสาม จะมีผลกระทบในเชิงบวก แก่การดำเนินธุรกิจ (Nunta, S., Oncharoen, N. & Jadesadalug, V., 2012) เพื่อให้การใช้กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีศักยภาพ สิ่งสำคัญคือ วิสัยทัศน์และความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้นำจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ (Mumford & Licuanan, 2004)

ในสถานการณ์การแข่งขันเพื่อสร้างความอยู่รอด เป็นสถานการณ์ที่ทางผู้ประกอบการจะมีการนำกลยุทธ์มาใช้สร้างความอยู่รอดให้กับธุรกิจให้มากที่สุด โดยกลยุทธ์นวัตกรรมบริการเป็นกลยุทธ์หนึ่งในปัจจุบันที่มีผู้บริหารโรงแรมจำนวนมากตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่าในงานบริการและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมบริการ คือ การสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการให้มีความทันสมัย หรือการสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยนวัตกรรมจะเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจเพิ่มมากยิ่งขึ้น (Choosri, A., 2014) กล่าวคือการประยุกต์นวัตกรรมบริการเข้ากับธุรกิจโรงแรมเป็นการสร้างสรรค์กระบวนการในงานบริการของโรงแรมให้มีความทันสมัย หรือการสร้างสรรค์ความหลากหลายและความสะดวกสบายให้เกิดขึ้นผ่านงานบริการ ซึ่งจะมีหีบเทคโนโลยีหรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนกระบวนการดำเนินการให้บริการของทางโรงแรมใหม่ให้มีมูลค่าสูงมากยิ่งขึ้น และศักยภาพโรงแรมในแง่ของคุณภาพการบริการเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี ทำให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสถานการณ์ปัจจุบันตลาดโรงแรมอยู่ในช่วงการแข่งขันที่สูง โรงแรมจำนวนมากมีมาตรฐานการบริการที่ดีและธุรกิจการบริการในประเทศไทยมีชื่อเสียงที่ดีแก่ลูกค้าทั้งไทยและต่างชาติ แต่ในแง่ของรายละเอียดการให้บริการเชิงลึก การสร้างการจดจำในคุณค่าที่โรงแรมนำเสนอในงานบริการแก่ลูกค้า โรงแรมที่มีการปรับตัวด้วยการนำนวัตกรรมมาใช้จะสามารถสร้างมูลค่าที่เป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น

ประเภทของนวัตกรรมบริการในโรงแรม

นวัตกรรมในการบริการสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกัน การจำแนกที่มักพบในการศึกษาด้านนวัตกรรมคือระหว่างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และตอบคำถามด้านวิธีการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งรวมถึงกระบวนการภายนอกและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ในงานด้านธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ได้มีการนำเสนอรูปแบบการมุ่งเน้นที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีความหลากหลายออกเป็น (Leekpai, P. et al., 2014) ได้แก่

1. การสร้างความสามารถทางนวัตกรรม เป็นการสร้างทิศทางขององค์กรในการหาวิถีที่จะถูกพัฒนาด้วยนวัตกรรมขึ้นมาให้มีประสิทธิภาพสูงมากยิ่งขึ้น (Rutherford & Holt, 2007)

2. การมุ่งเน้นตลาด เป็นการนำนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจเกิดคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในตลาด มีความสามารถสูงมากยิ่งขึ้น (Naver & Slater, 1990)

3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ เป็นการนำนวัตกรรมมาประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรให้มีศักยภาพที่สูงมากยิ่งขึ้นทั้งในแง่ของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และการปรับตัวขององค์กรให้เข้ากันกับนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น โดยการเข้ามาของนวัตกรรมจะทำให้กระบวนการทำงาน หรือขั้นตอนการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงไป (Huber, 1991)

4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการปรับปรุงไปถึงระดับโครงสร้างองค์กร สร้างระบบผู้นำและขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรให้มีศักยภาพที่ทันสมัย และเข้ากันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่นวัตกรรมสามารถนำเสนองานพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hult et al., 2004)

5. บรรยากาศองค์กร จากองค์ประกอบทั้งหมด บรรยากาศองค์กรจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการปรับสภาพแวดล้อมและสร้างความมั่นคงให้กับสมาชิกขององค์กรในการปรับตัวเข้าหาวัตกรรมการพัฒนาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง (Burton et al., 2004)

ด้านมุมมองของผู้บริโภค ยังมีนวัตกรรมบางประการซึ่งผู้ซื้อไม่สามารถสังเกตหรือค้นพบได้ เช่น นวัตกรรมด้านการบริหาร เมื่ออ้างอิงถึงผู้บริโภค พวกเขาจะสามารถสัมผัสนวัตกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางการใช้งานหรือสัมผัสเท่านั้น ไม่ว่าจะป็นรูปธรรมหรือนามธรรม จากการพิจารณาในมุมมองดังกล่าว สามารถดัดแปลงประเภทของนวัตกรรมทั้งสิ้น ได้ดังนี้ (1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่โรงแรมพัฒนาขึ้นเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค (2) นวัตกรรมด้านเทคนิค ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ได้มาจากการครอบครองเทคโนโลยีใหม่จากซัพพลายเออร์หรืออุตสาหกรรมอื่น (3) นวัตกรรมด้านกระบวนการ บริการใหม่ที่สร้างขึ้นจากการสัมผัสบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการ หรือระหว่างผู้บริโภคและอุปกรณ์ (4) นวัตกรรมด้านองค์กร องค์กรใหม่หรือองค์กรที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งธุรกรรมระหว่างโรงแรมและผู้บริโภคจะดำเนินรอยตาม

เทคโนโลยีสารสนเทศกับอุตสาหกรรมโรงแรม

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในอุตสาหกรรมโรงแรม ช่วยให้เข้าถึงโรงแรมต่างๆ ได้ง่ายขึ้น รวมถึงการปรับปรุงบริการให้ดีขึ้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น แต่เนื่องจากบางเทคโนโลยีมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง การจะนำเทคโนโลยีไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมบริการคงจะต้องพิจารณาในปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นขนาดของโรงแรม ราคาห้องพัก และนโยบายการให้บริการของเจ้าของกิจการ รวมทั้งผู้บริหารระดับสูง นอกจากนี้หลังจากมีการนำเทคโนโลยีมาใช้งานในธุรกิจโรงแรมแล้ว ต่อมาจะต้องทำให้มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด เพื่อให้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุน และท้ายสุด ค่าใช้จ่ายในเรื่องการบำรุงรักษาอุปกรณ์ ทั้งส่วนที่เป็นฮาร์ดแวร์และฮาร์ดแวร์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงมี

ความจำเป็นจะต้องมีการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์โดยเฉพาะเข้ามาดูแล เพื่อให้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์โดยเฉพาะเข้ามาดูแล เพื่อให้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศกับธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น ให้พิจารณาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการ ของโรงแรมดังตารางที่ 1 ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ กับโรงแรม โดยจะมีการแบ่งออกเป็นส่วนๆ ตามความสามารถของโปรแกรม และแผนกที่จะต้องมีการนำ เทคโนโลยีเข้าไปใช้งาน

ตารางที่ 1 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการของโรงแรม

รายละเอียด	ความสามารถของโปรแกรม	แผนกที่นำไปประยุกต์ใช้งาน
ระบบสำรองห้องพัก (Reservation System)	<ul style="list-style-type: none"> รองรับการจองและตรวจสอบสถานะห้องพัก รองรับการแบ่งกลุ่มประเภทของลูกค้า รองรับการแบ่งประเภทการจองจากแหล่งต่างๆ ควบคุมปริมาณของห้องพัก มีรายงานสรุป ห้องพักว่าง ถูกจองทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต 	แผนกสำรองห้องพัก แผนกต้อนรับ แผนกขายและการตลาด
ระบบต้อนรับ (Front Desk System)	<ul style="list-style-type: none"> ลงทะเบียนเข้าพัก มีระบบค้นหาห้องพักที่ว่าง และพร้อมให้บริการ ระบบค้นหา ง่ายในการให้บริการและตรวจสอบ ฐานข้อมูลลูกค้า (Profile) 	แผนกต้อนรับ แผนกรับโทรศัพท์
ระบบเก็บเงิน (Front Cashier)	<ul style="list-style-type: none"> เก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายของลูกค้า รับชำระเงินประเภทต่างๆ มีการแบ่งการทำงานเป็นรอบ รองรับการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ออกใบรับเงิน สรุปยอดรายได้ประจำวัน 	แผนกเก็บเงิน แผนกบัญชี
ระบบตรวจสอบรอบกลางคืน (Night Audit)	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบ Booking ประจำวันที่ยังคงค้าง และไม่ได้ Check-in, Check-out ปิดยอดรายได้ประจำวัน จัดทำรายงานสรุปรายได้ประจำวันให้ทางแผนกบัญชีเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง 	แผนกตรวจสอบกลางคืน แผนกบัญชี

ตารางที่ 1 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการของโรงแรม (ต่อ)

รายละเอียด	ความสามารถของโปรแกรม	แผนกที่นำไปประยุกต์ใช้งาน
สถานะห้องพัก (Room Status)	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสถานะของห้องพัก เช่น ห้องสะอาด (Clean Room) ห้องสกปรก (Dirty Room) ห้องมีแขกพัก (Occupied Room) ห้องว่าง (Vacant Room) เป็นต้น อัปเดตสถานะห้องพัก เช่น ห้องปิดซ่อม เป็นต้น 	แผนกสำรองห้องพัก แผนกต้อนรับ แผนกเก็บเงิน แผนกแม่บ้าน แผนกขายและการตลาด
ระบบควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (User Right and Password)	<ul style="list-style-type: none"> ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลของพนักงานแต่ละคน แต่ละตำแหน่ง และแต่ละแผนก รองรับการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงข้อมูลของแต่ละบุคคล 	แผนกคอมพิวเตอร์ แผนกบัญชี
ระบบเก็บเงินห้องอาหาร (Point of Sales System)	<ul style="list-style-type: none"> รองรับการควบคุมจำนวนโต๊ะและที่นั่งในห้องอาหาร รองรับการสั่งอาหาร รองรับการส่งข้อมูลการสั่งอาหารเข้าครัว บาร์ รองรับการเก็บเงิน รองรับการตรวจสอบลูกค้าที่มารับประทานอาหารและต้องการเซ็นบิลเพื่อชำระในครั้งเดียวเวลาแจ้งออก หรือ Check-out 	แผนกบริการและเก็บเงินห้องอาหาร แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกบัญชี
ระบบเก็บเงินและควบคุมการใช้โทรศัพท์ รองรับการใช้โทรศัพท์เชื่อมต่อเข้ากับระบบบริการส่วนหน้า	<ul style="list-style-type: none"> รองรับการกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของการโทรไปในแต่ละพื้นที่ รองรับการตรวจสอบการใช้โทรศัพท์บนห้องพัก รองรับการคำนวณค่าใช้จ่ายการใช้โทรศัพท์ 	แผนกบริการส่วนหน้า แผนกบัญชี

นอกเหนือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการของโรงแรม ยังมีเทคโนโลยีอื่นๆ ที่มีความจำเป็นและเกี่ยวข้องกับการให้บริการอื่นๆ ในโรงแรม ได้แก่ (1) เว็บไซต์ที่มีรายละเอียดของข้อมูลที่ครบ มีการออกแบบสวยงาม สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวก (2) การสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) กูเกิลพลัส (Google+) เป็นต้น (3) การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในห้องพัก และบริการต่างๆ ของโรงแรม (4) เทคโนโลยี IPTV สามารถสื่อสารผ่านหน้าจอโทรทัศน์ได้โดยตรง (5) ระบบกุญแจเข้าห้องพักแบบระบบสัมผัส RFID

ตัวอย่างนวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม

การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงในอุตสาหกรรมโรงแรม ส่งผลให้การใช้วัตกรรมการบริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้สำหรับการบริหารจัดการทั้งในส่วนของบริการส่วนหน้าของโรงแรม และบริการส่วนหลัง ได้แก่ แผนกขายและการตลาด แผนกบัญชีและการเงิน แผนกทรัพยากรบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น หรืออย่างน้อยก็ไม่ลดลงไปตามจำนวนของโรงแรมที่เพิ่มขึ้น การปรับปรุงการบริการ หรือสรรหาสิ่งแปลกใหม่เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ตัวอย่างโรงแรมในประเทศไทยที่มีนวัตกรรมบริการ ได้แก่ การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะระบบบริการส่วนหน้า (Front Office System) การให้ความสำคัญของรีวิว (Reviews) บนโลกอินเทอร์เน็ต การรับส่งอีเมล (Email) ขอบคุณลูกค้ามาที่ใช้บริการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ๆ การให้บริการฟรี อินเทอร์เน็ต ในห้องพัก บริเวณโรงแรม และรถลิฟต์ การใช้งานสมาร์ตทีวี การสื่อสารกับลูกค้าทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) การบริการเครื่องดื่มต้อนรับด้วยน้ำสมุนไพรไทย การสะสมคะแนนจากยอดการมาใช้บริการ สามารถแลกของรางวัล เป็นต้น

สรุปผล

นวัตกรรมบริการเป็นแนวความคิดที่ตอบสนองแผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นกระบวนการส่งมอบบริการให้ถึงมือลูกค้าอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานบริการสุขภาพ และการให้ความสะดวกสบายของกลุ่มธุรกิจโรงแรม เป็นเรื่องสำคัญในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ดังนั้นความต้องการในการนำนวัตกรรมมาใช้งานบริการของโรงแรมเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันวิธีหนึ่ง ดังเช่นนวัตกรรม Profiling Electronic เป็นฐานข้อมูลเชื่อมโยงเครือข่ายสำหรับพนักงานทุกภาคส่วนของโรงแรมที่จะทำให้เกิดการจดจำใบหน้า ความชอบส่วนบุคคลที่ต้องการได้รับการบริการจากทางโรงแรม การจดจำชื่อ ทำให้พนักงานตั้งแต่พนักงานขับรถรับที่สนามบินไปจนถึงพนักงานต้อนรับ และพนักงานดูแลภาคส่วนต่างๆ สามารถให้การบริการที่มีความพร้อมและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายเป็นการเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เกิดคุณค่าทางจิตใจแก่ตัวลูกค้าให้สนใจมาใช้บริการซ้ำกับทางโรงแรมในครั้งต่อไป ซึ่งโรงแรมจะมีการเก็บ Profiling เอาไว้เพื่อใช้ในการดูแลลูกค้าในการบริการครั้งต่อไปเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

การให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ จะเป็นแนวทางการพัฒนาบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งและช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ และเป็นการเตรียมความพร้อมทางธุรกิจในการขยายตัวรองรับความต้องการในการเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มธุรกิจบริการที่จะมีมูลค่าสูงมากยิ่งขึ้นจากการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ในครั้งนี้

References

- Burton, R. M., Lauridsen, J. & Obel, B. (2004). The Impact of Organizational Climate and Strategic Fit on Firm Performance. *Human Resource Management*, 43, 67–82.
- Choosri, Anchisa. (2014). **The Service Innovation, Corporate Social Responsibility, and Word-of-Mouth Marketing Affecting Decision to Use the Private Hospital's Inpatient Ward (IPD) in Bangkok.** Independence Study of Business Administration,| Bangkok University.
- Department of Trade Negotiations. (2011). **Service Business: Thailand Spa and Massage.** Trade service and Investment report.
- Huber, G. P. (1991). Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures. *Organization Science*, 2(1), 88–115.
- Hult, G. T., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429–438.
- Leekpai, Pradthana., Jaroenwisan, Kerdsiri., Trichan,Charlee. & Jirakiattikul, Sopin. (2014). Innovativeness of Hotel Business in Southern Thailand. *Journal of Management Science*, 31(1), 69–95.
- Marketeer. (2016). **Year 2016 Hotel Business Growth 4.7–6.0 Percent Investment in the Province Expanding But Also Face Many Challenge.** Retrieved from <http://marketeer.co.th/archives/73827>.
- Ministry of Public Health. (2012). **Strategic Support Health Service Business Plan by Department of Health Service Support 2013 – 2017.** Strategic Plan Department of Health Service Support, Ministry of Public Health.
- Mumford, M. D., & Licuanan, B. (2004). Leading for Innovation: Conclusions, Issues, and Directions. *The Leadership Quarterly*, 15, 163–171.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Nunta, Supang., Ooncharoen, Nantana., & Jadesadalug, Viroj. (2012). The Effects of Service Innovation Strategy on Business Performance of Spa Business in Thailand. *International Journal of Business Research*, 12(3), 35–55.
- Ooncharoen, Nantana. & Ussahawanitchakit, Phapruek. (2011). Service Innovation Strategy of Hotel Businesses in Thailand: An Inductive Approach. *International Journal of Strategic Management*, 11(3), 84–95.
- Rutherford, M. W., & Holt, D. T. (2007). Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at the Innovativeness Dimension and Its Antecedents. *Journal of Organizational Change*, 20(3), 429–446.