

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ
22-CP-31-GE-WSP-A: Workshop on Business Models for the Recovery Phase in the Service Industry
ระหว่างวันที่ 27 - 29 กันยายน 2565
ผ่านระบบการประชุมทางไกล

จัดทำโดย นางสาวสุภาวดี สอดสี
นักพัฒนานโยบาย สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สอวช.)
วันที่ 30 พฤศจิกายน 2565

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลกนั้น ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวม ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเพื่อให้ธุรกิจหรือองค์กรสามารถดำเนินผ่านพ้นช่วงวิกฤตินี้ไปได้ ภาคอุตสาหกรรมบริการเป็นภาคส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เนื่องจากการใช้มาตรการปิดประเทศ (Lock down) ทำให้ไม่มีการดำเนินกิจกรรมของประชาชน ส่งผลให้หน่วยธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยเฉพาะโรงแรม การบิน การค้าปลีก การท่องเที่ยว และอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้น หน่วยธุรกิจทั้งหลายจำเป็นต้องคิดโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ให้สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจภายหลังจากสถานการณ์นี้ได้ อย่างไรก็ตาม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ หรือ Asian Productivity Organization (APO) เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญในการช่วยเหลือหน่วยธุรกิจเหล่านี้ให้อยู่ในรูปแบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด APO จึงได้มีการจัดโครงการ Workshop on Business Models for the Recovery Phase in the Service Industry เพื่อให้เกิดการพิจารณา/ตรวจสอบค้นหาโมเดลธุรกิจที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภาคบริการ การอภิปรายเกี่ยวกับกรอบความคิดและกลยุทธ์สำหรับการฟื้นฟูธุรกิจให้อุตสาหกรรมบริการและการแข่งขันแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความคิดริเริ่มในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในอุตสาหกรรมบริการในประเทศสมาชิก APO

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่างๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย

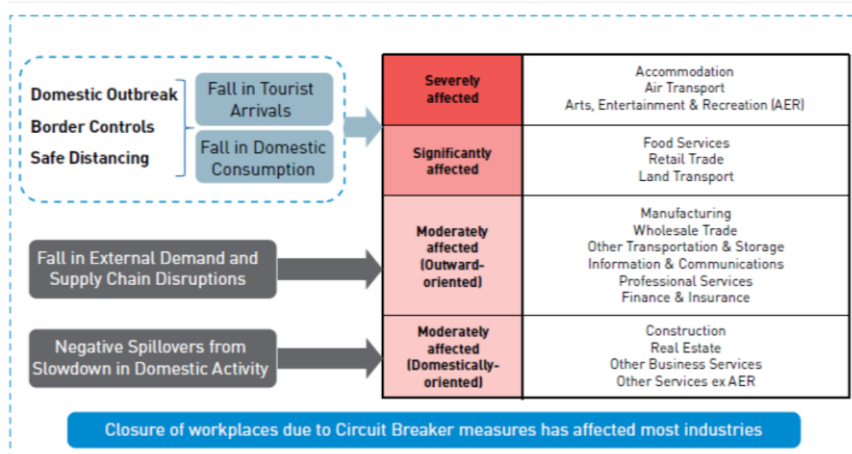
ช่วงที่ 1: ภาพรวมของภาคอุตสาหกรรมบริการหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

โดยคุณ Benjamin Cassim (Senior Lecturer Diploma of Hospitality & Tourism Management Temasek Polytechnic, Singapore)

สำหรับการนำเสนอในส่วนนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมบริการเนื่องจากประเทศส่วนใหญ่ในแถบทวีปเอเชียได้เปิดพรมแดนการค้าอีกครั้งภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งถือเป็นกิจกรรมปกติแบบใหม่ (New Normal) ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในภาคการค้าปลีกและการบริการรูปแบบใหม่

- ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อระบบเศรษฐกิจประเทศสิงคโปร์

ในปี 2020 การเติบโตของ GDP ทั่วโลกมีมูลค่าติดลบอย่างเห็นได้ชัดเจน และจากการคาดการณ์มูลค่า GDP ของประเทศสิงคโปร์พบว่าการเติบโตที่ลดลง คิดเป็น -7 ถึง -4 % หากแบ่งแยกส่วนธุรกิจตามผลกระทบที่ได้รับสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม (กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม ประเทศสิงคโปร์, 2020) ได้แก่



1. กลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง (Severely affected) จากจำนวนของนักท่องเที่ยวและการบริโภคภายในประเทศลดลง จากการแพร่ระบาดภายในประเทศ การจำกัดพื้นที่ควบคุมและการรักษาระยะห่างของบุคคลที่ปลอดภัย เช่น การบิน ที่พัก ศิลปะและความบันเทิงและกิจกรรมนันทนาการ หรือ Art Entertainment and Recreation (AER) เป็นต้น
 2. กลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง โดยใช้กลยุทธ์ Outward-oriented คือ กลยุทธ์ทางการค้าที่ประเทศเปิดเสรีการนำเข้าและส่งเสริมการส่งออก มีความต้องการจากภายนอกประเทศลดลงและห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก เช่น การผลิต การค้าส่ง การเงินและประกัน ข้อมูลและการติดต่อ การบริการด้วยผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น
 3. กลุ่มที่ได้รับผลกระทบสูง ได้รับอิทธิพลจากการใช้มาตรการควบคุมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรค เช่น การบริการอาหาร การค้าปลีก การขนส่งทางบก เป็นต้น
 4. กลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง โดยใช้กลยุทธ์ (Domestically-oriented คือ กลยุทธ์ทางการค้าที่ส่งเสริมการพึ่งพาความต้องการภายในประเทศ) เกิดการรั่วไหลจากกิจกรรมภายในประเทศที่ลดลง เช่น อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจบริการ การก่อสร้าง เป็นต้น
- วิสัยทัศน์ใหม่ของสิงคโปร์ในปี 2022

2022 – NEW VISIONS



1. การใช้ข้อมูลดิจิทัลมาช่วยในการทำงาน (Digitalization) COVID-19 ถือเป็นสิ่งที่ช่วยเร่งและขยายการใช้ข้อมูลดิจิทัล จากสถิติของ International Telecommunication (ITU) แสดงให้เห็นว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4.8 พันล้านคนภายในต้นปี 2564 แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวและการต้อนรับการค้าปลีก
2. การจำลอง (Virtual) เช่น การประชุมเสมือนจริง กระบวนการทำงานเสมือนจริง การเชื่อมต่อข้ามขอบเขตทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น
3. ความยั่งยืน (Sustainability) ความยั่งยืนในทุกด้านของธุรกิจได้กลายเป็นจุดสนใจหลักหลัง COVID-19 เช่น การเพิ่มความตระหนัก/ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืน แรงผลักดันในการใช้ชีวิตและการดำเนินงาน

อย่างยั่งยืน อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว โดยการใช้วัสดุสิ้นเปลืองแบบออร์แกนิก/ทรัพยากรที่ยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชน/ท้องถิ่น เป็นต้น

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทำให้เกิดแนวความคิด ESG คือ การดำเนินงานในรูปแบบที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

5. ความเป็นส่วนตัว (Personalization) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่าง ๆ ให้เป็นมีความเป็นส่วนตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเดินทาง การต้อนรับ และการท่องเที่ยว

6. โครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน (Support Infrastructure) เช่น การสนับสนุนทางการเงิน งานและการจ้างงาน การรับรอง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ

ช่วงที่ 2: พึ่งตัวจากโรคระบาด

โดยคุณกาญจนา แอนนอน (Director, National Institute of Competitiveness Enhancement (NICE) Thailand Productivity Institute)

กล่าวถึง ปฏิบัติการของการฟื้นตัวจากโรคระบาดใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมบริการและดำเนินกิจกรรมต่อไป รวมถึงวิธีการต่าง ๆ ของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลับมาดำเนินธุรกิจและการริเริ่มมาตรการสำคัญของรัฐบาล

- จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้จำนวนเที่ยวบินทั้งภายในและนอกประเทศไทยลดลงร้อยละ 74 – 95 และมีอัตราการใช้โรงแรมลดลงในทั่วทุกภูมิภาค เป็นสาเหตุมาจากคำสั่งห้ามการเดินทาง การปิดร้านอาหารและบาร์และข้อจำกัดที่กำหนดโดยหน่วยงานของรัฐ รวมถึงมาตรการเคอร์ฟิวและล็อกดาวน์ภายในกรุงเทพฯ จนทำให้ภาคอุตสาหกรรมบริการเกิดปฏิกิริยา/การตอบสนองใน 2 รูปแบบ ได้แก่

1. การปรับตัว/การยอมรับ เช่น การบริการด้านอาหารในรูปแบบส่งถึงหน้าบ้าน การจัดทำเมนูตั้งในกล่องพร้อมทาน การโรงแรมมีการติดตามและตรวจสอบ COVID-19 การลงทะเบียนเข้าใช้บริการล่วงหน้า ผู้ประกอบเริ่มเน้นการจำหน่ายสินค้าให้กับตลาดในประเทศ การลงทุนเพื่อการจัดส่งสินค้าถึงหน้าบ้าน การซื้อกลับบ้านและการขับรถผ่าน เป็นต้น



2. การเปลี่ยนแปลง เช่น การโรงแรมที่มีการให้บริการพักเพื่อทำงานจากโรงแรมหรือการค้างแรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น (Staycation) การจัดคอนเสิร์ตให้กับผู้เข้าพักระดับ VIP ภาคการท่องเที่ยวยกระดับเป็นการท่องเที่ยววิถีใหม่โดยผ่านการใช้แพลตฟอร์ม (Smart Tourism) การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) การชมพิพิธภัณฑ์ออนไลน์ (E-Museum)



Transform the hotel to the best VIP concert hall



Mövenpick Myth Hotel Patong Phuket



จากรูปแบบการปรับตัว/การยอมรับและการเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรมบริการนั้น ส่งผลให้เกิดการนำพาธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้ การใช้มาตรการหรือนโยบายของภาครัฐเป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นและช่วยเหลือเศรษฐกิจในระดับประเทศได้ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน (We Travel Together) โครงการแซนด์บ็อกซ์ (Sandbox) เป็นต้น จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างรุนแรงของ COVID-19 นี้ ทำให้การดำเนินงานของภาคการเดินทางและการท่องเที่ยวต้องเพิ่มสภาพคล่องและการลดต้นทุน ไม่ว่าจะเป็นการใช้มาตรการลดอัตราดอกเบี้ย การลดภาระผู้ประกอบการนำเที่ยว การเตรียมการเปิดประเทศและกระตุ้นการท่องเที่ยว

ช่วงที่ 3: การใช้ข้อมูลดิจิทัลมาช่วยในภาคอุตสาหกรรมบริการ

โดยคุณ Atsuhiko Takayanagi (Senior Adviser Overseas Business Development Unit Mitsui Consultants Co., Ltd.)

ในส่วนนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปของอุตสาหกรรมบริการ อันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยการใช้ข้อมูลดิจิทัลเป็นกุญแจสำคัญในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจและความต่อเนื่องของการดำเนินงาน



What is digitalization? What is ICT?



• Digitalization

- Using digital technology to change **business models** to create new profits and value, the process of transitioning to digital business.
- Transforming "Individual Information", such as telephone conversation or printed matter to **reusable** and **modifiable** "Data"

• Information & Communication Technology (ICT)

- It refers to communication using digital technology. A general term for industries and services that use not only information processing but also communication technology such as the Internet.
- Simply put, the state of "**Connected**"



ภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปของอุตสาหกรรมบริการในภาวะโรคระบาดใหญ่ ส่งผลให้การสัมผัสทางร่างกาย จึงกลายเป็น"ภัยคุกคาม" ผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ภาคอุตสาหกรรมบริการมีความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนแนวคิด "การให้บริการลูกค้า" รวมถึงมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมาก เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication Technology: ICT) กลายเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้า ซึ่งมุ่งเน้นสู่การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จคือการรู้จักธุรกิจของตนเองจากภายในสู่ภายนอก อย่าติดกับเทคโนโลยีมากเกินไป (Technology Blackbox) จำเป็นต้องวางแผนการเปลี่ยนแปลงของคุณโดยรู้ว่า "ทำไม" "อะไร" และ "อย่างไร" ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานด้วย การพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญ การเชื่อมต่อกับลูกค้าได้ดีขึ้นจะช่วยเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าและเกิดการให้บริการซ้ำ



Challenges for the Transformation

➤ Financing

- ◆ Think big, but start small

➤ Existing Habit

- ◆ Ask the internal expert's idea to avoid the challenges
- ◆ Acknowledge the expertise - Communication is the key
- ◆ Award the Kaizen ideas

➤ Fear of the Unknown

- ◆ Provide trainings
- ◆ Award the progress

ช่วงที่ 4: การกำหนดกลยุทธ์เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลัง COVID-19

โดยคุณ Atsuhiko Takayanagi

แผนฟื้นฟูธุรกิจและความคิดริเริ่มที่นำมาใช้โดยผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมบริการภายหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงการนำเสนอกรณีศึกษาด้านการนำแผนธุรกิจไปใช้ให้เกิดความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น

จากข้อมูล Fujitsu Survey (2021) พบว่า การใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจ ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์อย่างมาก โดยเฉพาะการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับลูกค้าและการเพิ่มความคล่องตัวให้กับหน่วยธุรกิจ ทั้งนี้ การนำเสนอกรณีศึกษาของผู้ที่ได้รับรางวัล Nihon Service ในประเทศญี่ปุ่น อาจจะเป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดให้กับหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ได้เรียนรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาและรับมือให้พ้นผ่านภาวะหลังวิกฤตการณ์นี้ไปได้

- รางวัล Nihon Service เป็นรางวัลของนวัตกรรมบริการที่เป็นเลิศในประเทศญี่ปุ่นที่จะมีการมอบรางวัลให้กับหน่วยธุรกิจที่เปรียบพร้อมในทุก ๆ 2 ปี ซึ่งจัดโดยสภา SPRING (Service Product Productivity & Innovation for Growth) ริเริ่มโดยภาคอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา และรัฐบาล ดำเนินการโดย Japan Productivity Center (JPC)

ตั้งแต่ 2549 รวมทั้ง ได้รับการสนับสนุนจาก 6 กระทรวงซึ่งนำโดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม มีตัวอย่าง 3 หน่วยธุรกิจที่ได้รับรางวัล ดังนี้

1. Ganko Food Service Co., Ltd.

Ganko เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมก่อตั้งขึ้นในปี 1963 มีจำนวน 95 ร้านทั่วประเทศ จะให้บริการที่สามารถสัมผัสวัฒนธรรมญี่ปุ่นในขณะที่เพลิดเพลินกับอาหารโคเชกิในบ้านแบบดั้งเดิมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสูงและสมเหตุสมผลกับระบบบริการด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมที่ถูกสร้างขึ้นให้มีประสิทธิภาพ เช่น “Omotenashi” (การต้อนรับแบบญี่ปุ่น) ให้บริการอาหารโคเชกิในบ้านแบบดั้งเดิม “Yashiki” (คฤหาสน์) ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสวนญี่ปุ่น สามารถสร้างอัตรากำไรจากการดำเนินงานสูงประมาณ 9 % ถึง 10 % พนักงานสามารถมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าการบริการและมีผลผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้น 11.7 % ใน 5 ปี ชั่วโมงการทำงานลดลง 34 % ใน 10 ปี และอัตรากារหมุนเวียนของพนักงานลดลง 6.6 % ใน 10 ปี นอกจากนี้ ร้านนี้ยังเป็นแบบอย่างของวิศวกรรมบริการแนวทางผ่านความร่วมมือระยะยาวกับสถาบันวิทยาศาสตร์อุตสาหกรรมขั้นสูงแห่งชาติและเทคโนโลยี

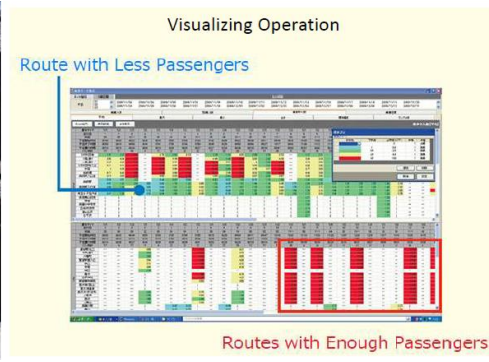


วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในการให้บริการมีวัตถุประสงค์ 1) มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้บริการ วิทยาศาสตร์ พัฒนาระบบบริการที่ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ หุ่นยนต์ การวัดตำแหน่ง การจำลอง การจัดการเวลา ระบบการผลิต VR การทำเหมืองข้อมูล การวัดทางจิตวิทยา 2) การสังเกตพฤติกรรม เพื่อให้เห็นภาพช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของพนักงาน ผ่านการวิเคราะห์เชิงปริมาณสร้าง e-learning และเสริมสร้างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ฐานข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการทำอาหาร การพัฒนากระบวนการปรุงอาหารและการออกแบบครัว

ผลลัพธ์และความสำเร็จของการบริการ พบว่า พ.ศ. 2556 จำนวนผู้เข้าชมซีรีส์ยาชิกิจากต่างประเทศ เพิ่มขึ้น จาก 300,000 เป็น 1.35 ล้านใน พ.ศ. 2561 การบริการลูกค้าและการปรุงอาหารที่ได้มาตรฐาน การปรับปรุงประสิทธิภาพและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. Eagle Bus Co., Ltd.

เป็นบริษัทที่เน้นการพัฒนาเมืองคมนาคมอย่างยั่งยืนผ่านไอซีทีและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ก่อตั้งขึ้นในปี 2523 มีพนักงานจำนวน 214 คน โดยเปลี่ยนบทบาทจากผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางในพื้นที่ห่างไกล เป็นผู้สร้างอุปสงค์ที่มีบทบาทในการพัฒนาเมืองร่วมกับภูมิภาค ซึ่งใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของธุรกิจที่มีความสามารถ สร้างความร่วมมือระหว่างเขตการปกครองและแรงสนับสนุนให้รัฐบาลพัฒนาเมืองอย่างจริงจัง การขยายการเดินทางจากประเทศญี่ปุ่นไปต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐประชาชนลาว กัมพูชา เป็นต้น

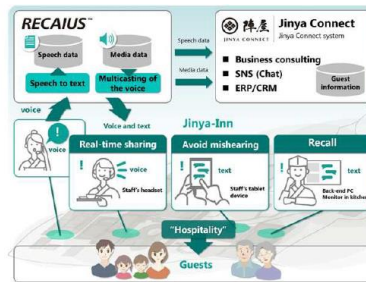


เมื่อ 20 ปีก่อนได้มีการใช้วิธีการทางวิศวกรรม เพื่อค้นหาความจำเป็นโดยรู้สถานการณ์ที่แท้จริง ไม่ว่าจะ เป็นการติดตั้งเซ็นเซอร์บนยานพาหนะเพื่อเก็บข้อมูล เช่น จำนวนผู้โดยสารขึ้นและลงในแต่ละป้ายและพัฒนาซอฟต์แวร์ ของตนเองเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมไว้ โดยจัดตารางการเดินทางใหม่ ตรวจสอบตำแหน่งของป้ายรถเมล์ และเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการลดต้นทุนและเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร การใช้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการจัดการต่างๆ แล้วนำเสนอโปรแกรมการปรับปรุงไปยังองค์กรส่วนท้องถิ่น

ผลลัพธ์และความสำเร็จของการบริการ พบว่า สามารถสร้างเครือข่ายเส้นทางรถบัสจะถูกจัดระเบียบใหม่ เป็นประเภท Hub-and-spoke ในสองอำเภอ จึงเกิดศูนย์กลางใหม่ซึ่งก่อตั้งขึ้นในเมือง Tokigawa ในปี 2010 และ หมู่บ้าน Higashi Chichibu ในปี 2559 เป็นระบบขนส่งที่ง่ายใช้เพื่อการพักผ่อนและเดินป่าในวันหยุดสุดสัปดาห์ การส่งเสริมภูมิภาค อย่างแข็งขัน การฟื้นฟูโดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของผู้ให้บริการเดินรถประจำทางที่สามารถดำเนินการความร่วมมือข้ามเขต การปกครอง ทำให้สามารถขยายขอบเขตของธุรกิจหลักในธุรกิจรถโดยสารประจำทางและเพิ่มสถานะและศักยภาพทางธุรกิจ ในภูมิภาคได้

3. Jinya Ryokan

“Jinya Connect” การปฏิรูปเรียวกังและการจัดการโรงแรมด้วยพลังของ Internet of thing (IT) Jinya Ryokan เป็นที่พักสไตล์ญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2461 มีพนักงานจำนวน 45 คน มีการใช้ระบบคลาวด์ที่พัฒนา ขึ้นเอง ระบบการจัดการพร้อมทั้งฟังก์ชันต่างๆที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยใช้แท็บเล็ตและ PC ที่เปิดใช้งานอย่างรวดเร็วและแบ่งปันข้อมูลเพื่อปรับปรุงบริการคุณภาพและผลิตภาพแรงงานของพนักงาน รวมถึงสนับสนุน การจัดการปฏิรูปและสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคและการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังให้บริการ ICT แก่โรงงานกว่า 300 แห่งอีกด้วย



Real-time display of customer and food list in the kitchen

ผลลัพธ์และความสำเร็จของการบริการ พบว่า การกำจัดการจัดการบัญชีแยกประเภทช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมาก วันหยุดประจำ 3 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำได้ยากในอุตสาหกรรมโรงแรมขนาดเล็ก

ใช้วันลาที่ได้รับค่าจ้างอย่างเต็มที่ อัตราหมุนเวียนของพนักงานลดลงจาก 33% เป็น 4% และการมีพนักงานประจำเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถรักษาพนักงานที่มีทักษะและคุณภาพในการให้บริการพัฒนาได้ การใช้ Jinya Connect ในที่พัก เช่น โรงแรม สถานที่จัดงานแต่งงานและร้านอาหารทั่วประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 300 บริษัททั่วประเทศ สามารถสร้างยอดขายได้ถึง 144% และกำไรขั้นต้นถึง 170% ภายในปีแรกหลังเปิดตัว

จากกรณีศึกษาทั้ง 3 ในประเทศญี่ปุ่นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การจำกัดและบันทึกข้อมูลหลักที่แสดงถึง ภาพสถานะการทำงานแบบ Real-time การดำเนินงานที่ได้มาตรฐานนำไปสู่บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น การแก้ปัญหาด้วย ICT จะสามารถเปิดโอกาสการแบ่งปันการทำงานที่ท้าทายและสร้างโอกาสให้กับบริษัทหรือหน่วยธุรกิจได้

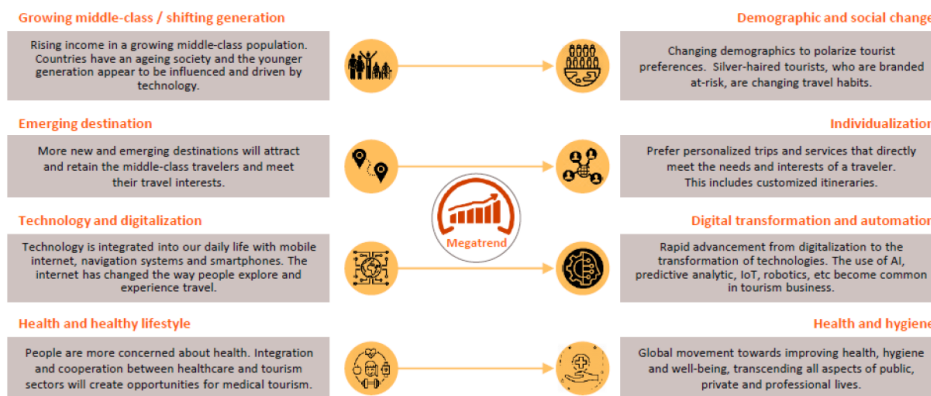
ช่วงที่ 5: นวัตกรรมในภาคบริการ

โดย คุณกาญจนา แชนนอน

สำหรับการบรรยายในส่วนนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของการแนะนำวิธีใหม่ๆ ในการดึงดูดผู้บริโภค ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาคอุตสาหกรรมจะต้องมีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการให้บริการแก่ลูกค้า

นวัตกรรมบริการเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยพัฒนาและสร้างโอกาสด้วยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับกระดุกสันหลังของภาคบริการเพื่อการฟื้นตัวหลังเกิดโรคระบาดนี้ นวัตกรรมในการบริการ หมายถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการในหน่วยธุรกิจในการพัฒนาบริการใหม่หรือปรับปรุงการสร้างสรรค์ บริการใหม่ ๆ เช่น การปรับปรุงการใช้ผลิตภัณฑ์ แผนการบำรุงรักษา การสนับสนุนลูกค้า เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างรายได้และ แนวทางการแก้ไขปัญหาของหน่วยธุรกิจ เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความแตกต่างจากกระแสที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรม เป็นตัวอย่างการจัดการปัจจัยที่ส่งผลต่อหน่วยธุรกิจประเภทนี้ในอนาคต โดยเปลี่ยนจากหลักการ Broad-based Approach เป็น Targeted Approach เช่น คนในยุค Z (Generation Z) ลักษณะมีความการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เปิดกว้าง ชอบไปให้ครบ รักรการผจญภัยและชอบใช้ชีวิตกลางคืน หลังจากการแพร่ระบาดของโรคนั้น ทำให้มีรูปแบบที่มีความถี่น้อยลง มีความพร้อมที่จะท่องเที่ยวอย่างสนุกสนานและมีการใช้งบประมาณจำกัด เป็นต้น

Factors affecting hotel business in the future



Source: Horwath HTL, Copenhagen Institute for Futures Studies, Skift, Krungsri Research

นวัตกรรมบริการอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมการจัดการ นวัตกรรมการสื่อสาร นวัตกรรมช่วงการบริการ และสนับสนุนนวัตกรรม โดยนวัตกรรมบริการจะช่วยเปลี่ยนวิธีการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างคุณค่าต่อลูกค้าและรายได้ของหน่วยธุรกิจ ซึ่งหน่วยธุรกิจจะต้องเรียนรู้ที่จะใช้ประโยชน์จากศักยภาพของนวัตกรรมบริการ เป็นไปได้ด้วยการ ลูกค้ามีความคาดหวังที่สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของการใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือที่มีข้อมูลขนาดใหญ่และขั้นสูง (Big data and advanced analytics) ควรเน้นสร้างประสบการณ์ลูกค้าให้มากกว่าราคา กำหนดเป้าหมายลูกค้าและจัดกลุ่มลูกค้าที่ภักดีที่สุดเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ใช้ความเข้าใจในไลฟ์สไตล์ของลูกค้าด้วยจิตวิทยา เพื่อแสดงให้เห็นถึงประโยชน์และคุณค่าตามที่คุณต้องการ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการแสดงความรับผิดชอบ ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว

แนวโน้มนวัตกรรมชั้นนำในอุตสาหกรรมบริการ เช่น การปรับปรุงเทคโนโลยีภายในห้องพักและเทคโนโลยีบริการตนเอง ซึ่งจัดเป็นนวัตกรรมในอุตสาหกรรมโรงแรม การใช้ Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เพื่อยกระดับประสบการณ์ให้กับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่ตอบสนองผู้บริโภค การต้อนรับที่เป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่ม/ลักษณะบุคคล

ช่วงที่ 6: แนวการปฏิบัติที่ดีที่สุดจากสมาชิก APO

โดยนางสาวดุสิตา ศิวะมาศ และนางสาวสุภาวดี สอดสี

การนำเสนอแนวทางแนวการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) ผู้เข้าร่วมจากประเทศไทยแบ่งปันความรู้ว่าอุตสาหกรรมบริการในประเทศนั้น ได้เริ่มต้นแผนการฟื้นฟูและการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้อย่างไร ซึ่งการนำเสนอในครั้งนี้จะอยู่ภายใต้ขอบเขตของแนวทางการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่ผู้เข้าร่วมรับผิดชอบอยู่และครอบคลุมถึงกลไก มาตรการและนโยบายของประเทศไทยที่ใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมบริการนี้



ASIAN PRODUCTIVITY ORGANIZATION

Digital Multi-country Workshop on Business Models
for the Recovery Phase in the Service Industry
27 – 29 September 2022

PREPARED BY

Dusita Sivamard and Suphawadee Sodsee
(Thailand)

การนำเสนอจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ปัญหาที่ท้าทายอย่างยิ่งที่ภาคอุตสาหกรรมบริการประเทศไทยต้องเผชิญในช่วงโรคระบาด



1. Critical challenges and issues faced by Service Sector in Thailand during pandemic

- No demand from outside the country
- More uncertainty of government policy e.g., lockdown, quarantine policy
- The change of consumer behavior
- More digitalization > inequality > more gap between society
- Workers in service sector are mostly vulnerable and more likely to be laid off

- 2) แผนฟื้นฟูที่ริเริ่มโดยภาคอุตสาหกรรมบริการเพื่อการปรับระดับประคองธุรกิจ



2. The recovery plan initiated by the sector to sustain their business

Short-Run

- Adapt to more online, adopt new technology or innovation to reduce cost
- Transform into new business
- Collaboration between sectors: service and finance
 - Boost up domestic consumption
 - Adapt domestic consumers' behavior to be more familiar with the new normal

Long-Run

- BCG Model (Bio-Circular-Green Model): Resilient and Sustainability
 - National agenda
 - e.g., creative economy is the use of creativity based on knowledge, intellectual property and research studies.
- Up-skill/Re-skill program for private sector
 - Higher education sandbox ex. Thailand plus package, 250% tax exemption
 - Digital transformation ex. AR/VR, seamless digital payment

- 3) กรณีศึกษา



3. Case Study (optional)

We Travel Together

- Stimulate the domestic tourism economy by supporting expenses such as accommodation, food, spa, community products (OTOP), airfare.
- Implemented phase 4th (until October 31, 2022) have been responsive and able to stimulate the economy total spending of 15,342 million baht.
- Entrepreneurs want to expand the We Travel Together project until 2023 to stimulate tourism and also reduce the burden on Thai people who are still affected by the high cost of living. At the same time, many hotel operators still have to rely on the Thai market to travel to Thailand during the period.

ช่วงที่ 7: กลยุทธ์การพัฒนาความสามารถ

โดย Sim Siling (Deputy Director, Singapore Productivity Center: SGPC)




อุตสาหกรรมบริการควรพิจารณาการพัฒนาคนเก่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงหลังการระบาดใหญ่ได้อย่างไร อาจมีการใช้รูปแบบการทำงานใหม่ การใช้ข้อมูลดิจิทัล และดูแลความคาดหวังของลูกค้าโดยจำเป็นต้องทำให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและปรับทักษะใหม่

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติสิงคโปร์ ถูกจัดตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2013 เพื่อขับเคลื่อนผลิตภาพขององค์กรเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการสนับสนุนของ National Productivity Council, SPRING Singapore และคณะกรรมการการท่องเที่ยวสิงคโปร์ มุ่งเน้นที่ภาคบริการ โดยจัดตั้งหน่วยความสามารถเฉพาะสำหรับภาคการค้าปลีก อาหารและเครื่องดื่ม และโรงแรม

- HR Trends and Challenges มีดังนี้




02 HR Trends and Challenges

Highlights of HR Trends

Hybrid Work	Reskilling & Redesigning	Employees' Expectation
 <ul style="list-style-type: none"> 95% of HR leaders expect at least some of their employees to work remotely after pandemic. In 2020, Gartner conducted a survey with 127 companies and 47% of the respondents will allow their employees to work remotely even after pandemic. In the same survey, 43% will introduce flexible days 	 <ul style="list-style-type: none"> On average the skills required for a single job increased by 6.3% Yearly, new skills are replacing old ones Upskilling initiatives help retain employees, boost morale and reduce recruitment cost 	 <ul style="list-style-type: none"> Companies are redefining their employee experiences, engagement style and benefits packages to meet the new employees' expectation. As employees are now more interested in perks such as paid time off, hospital indemnity insurance, mental health support services, employee assistance programs, etc.

02 Hospitality and Services Trends

Highlights of Hospitality and Services Trends

Digitalised Guest Experiences	Personalisation Guest Experience	Focus on Sustainability
 <ul style="list-style-type: none"> Upcoming trends in Virtual tours, creating digital content that appeal to guests such as 360-degree views of facilities and products Consumers also demand for seamless experiences from booking to onsite to after purchase Pandemic also brought in new trend of digital and contactless services- mobile check-in, contactless payment, voice control, facial recognition, etc 	 <ul style="list-style-type: none"> Guests and customers expect to be recognized and treated as individual Customer Relationship Management systems coupled with AI functions are more sophisticated than ever that assist to meet the needs of end-to-end personalization for guests 	 <ul style="list-style-type: none"> Guests/ Consumers are more into sustainability It goes beyond disposable plastics, eliminating unnecessary paper consumption, but towards ethical and environmental considerations that hospitality businesses made

- Hybrid Work โดย 95% ของผู้นำฝ่ายทรัพยากรบุคคลคาดหวังให้พนักงานทำงานจากระยะไกล หลังเกิดโรคระบาด ซึ่งในปี 2020 Gartner ได้ทำการสำรวจกับบริษัท 127 แห่ง และ 47% ของผู้ตอบแบบสำรวจจะอนุญาตให้พนักงานของตนทำงานจากระยะไกลได้แม้ว่าจะเกิดโรคระบาดก็ตาม และในแบบสำรวจเดียวกัน 43% จะแนะนำวันที่ทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น

- การเพิ่มทักษะและการออกแบบใหม่ (Reskilling & Redesigning) ในทุกๆ ปี ทักษะใหม่ๆ จะเข้ามาแทนที่ทักษะเก่าๆ การริเริ่มยกระดับทักษะช่วยรักษาพนักงาน เพิ่มขวัญกำลังใจ และลดต้นทุนการสรรหา

- ความคาดหวังของพนักงาน (Employees' Expectation) หน่วยธุรกิจต่างๆ กำลังกำหนดประสบการณ์ของพนักงาน ให้มีรูปแบบการมีส่วนร่วมและชุดสิทธิประโยชน์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการของพนักงานใหม่ เนื่องจากปัจจุบันพนักงานสนใจสิทธิประโยชน์ต่างๆ มากขึ้น เช่น การลาหยุดที่ได้รับค่าจ้าง ประกันค่ารักษาพยาบาล บริการสนับสนุนด้านสุขภาพจิต โปรแกรมช่วยเหลือพนักงาน เป็นต้น

- ประสบการณ์ผู้เข้าพักแบบดิจิทัล (Digitalized Guest Experiences) ทัวร์เสมือนจริงที่สร้างเนื้อหาดิจิทัลที่ดึงดูดลูกค้า เช่น มุมมอง 360 องศาของสิ่งอำนวยความสะดวกและผลิตภัณฑ์ บริการดิจิทัลและแบบไร้สัมผัส เช่น การเช็คอินผ่านมือถือ การชำระเงินแบบไม่ต้องสัมผัส การควบคุมด้วยเสียง การจดจำใบหน้า ฯลฯ

- ประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้มาเยือน ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการยอมรับและปฏิบัติต่อกันเหมือนเป็นรายบุคคล ซึ่งจะต้องมีระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ควบคู่ไปกับฟังก์ชัน AI นั้นซับซ้อนกว่าที่เคย ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลแบบ end-to-end

- เน้นความยั่งยืน ลูกค้าให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมากกว่าพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้ง ช่วยลดการใช้กระดาษโดยไม่จำเป็น แต่หน่วยธุรกิจจะต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจบริการ

- การออกแบบใหม่ การเพิ่มทักษะ (Redesign Reskilling)

4D Job Redesign Methodology ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความต้องการและนำเสนองาน และ 2) การออกแบบงานใหม่ การวางแผนการเปลี่ยนแปลง และการดำเนินการ ซึ่งอาศัยหลักการ 4 องค์ประกอบ ดังนี้



1. Discover การค้นพบของธุรกิจ/บริษัท โดยทบทวนความต้องการและสิ่งที่มีอยู่ เพื่อหาช่องว่างและโอกาส
2. Define การกำหนด/ออกแบบบทบาทใหม่ โดยจัดลำดับความสำคัญและตัดสินใจคัดเลือกสิ่งที่จะทำมากที่สุด
3. Develop การพัฒนาทางเลือกที่เหมาะสม ซึ่งจะทำการออกแบบวิธีการใหม่
4. Deliver การส่งต่อเป้าหมายของหน่วยธุรกิจ โดยสื่อสารแผนของหน่วยธุรกิจให้กับพนักงานและพัฒนาแผนการฝึกอบรมเพื่อเติมเต็มช่องว่างในทักษะและความสามารถของพนักงาน

ช่วงที่ 8: อนาคตของอุตสาหกรรมบริการหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19

โดยคุณ Benjamin Cassim

สำหรับส่วนนี้กล่าวถึงอนาคตของอุตสาหกรรมบริการ โดยเน้นที่ภาคการค้าปลีกและการบริการ ทรัพยากรบุคคลที่หารือเกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจดิจิทัล

- การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของลูกค้าผู้บริโภคลหลังการระบาดใหญ่ เปลี่ยนแปลงตามความเร่งตามพฤติกรรมในอดีตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ การแปลงเป็นดิจิทัล สื่อสังคม ระบบการชำระเงินออนไลน์ที่ปลอดภัย/การรับรองความน่าเชื่อถือ การพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน/การกระจายสินค้า สมาร์ทโฟนมีการขยายเครือข่ายบริการบรอดแบนด์ การเปลี่ยนฐานผู้บริโภคไปสู่กลุ่ม Gen Z พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของลูกค้า ประกอบด้วย

1. เศรษฐกิจประสพการณ์
 - คุณค่าที่สูงขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับการจัดหาประสพการณ์
 - ความรู้ความเข้าใจและอารมณ์ที่เพิ่มขึ้นจะขับเคลื่อนเพื่อสัมผัสกับการผจญภัยครั้งต่อไปของชีวิต
 - ประสพการณ์สร้างความทรงจำ ความทรงจำขับเคลื่อนอารมณ์ อารมณ์เป็นตัวขับเคลื่อนพฤติกรรมการใช้จ่าย
 - มองเห็นความพึงพอใจของแขกที่เชื่อมโยงโดยตรงกับประสพการณ์มากขึ้น
2. ส่วนบุคคล
 - กำลังอยู่ในระบบเศรษฐกิจ 'ME'
 - ขับเคลื่อนด้วยความพึงพอใจแทบจะในทันทีและมีตัวเลือกมากมาย
 - อำนาจในการเลือกได้ย้ายไปอยู่ในมือของผู้บริโภค
 - แม้จะอยู่ในขอบเขตของอาหารจานด่วน (ซึ่งโดยทั่วไปจะมีลักษณะเหมือนกันในการนำเสนอ) ก็ยังมีระดับของการปรับแต่งที่เสนอให้กับผู้บริโภค
3. มูลค่า
 - ความสัมพันธ์กับอายุประสพการณ์ที่เกิดขึ้น
 - การเปลี่ยนแปลงในค่านิยมของผู้บริโภค/พนักงานในวงกว้าง

- ในฐานะองค์กร การเข้าใจลูกค้าและพนักงานของคุณมีความสำคัญมากขึ้น
 - หลักทฤษฎีการเบรจเทค (One-shoe-fits-all methods) ที่เหมาะกับทุกคน
4. การซื้อ/ธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
- การผลักดันให้เปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับวิธีดำเนินการด้านการบริโภค การดำเนินธุรกิจ และห่วงโซ่อุปทานนั้นขับเคลื่อนด้วยการมุ่งเน้นที่ความแข็งแกร่งมากขึ้นในการฟื้นตัวและการลดความเสี่ยง
 - การหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานระหว่างการปิดตัวลงทั่วโลก (ปี 2020) ทำให้ธุรกิจมีโอกาสที่ดีในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อรองรับแรงกดดันด้านสิ่งแวดล้อม การเมือง และสังคมที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ทำงานในลักษณะที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

ช่วงที่ 9: ความท้าทายและโอกาสสำหรับอุตสาหกรรมบริการ

ผู้เข้าร่วมจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มเพื่อหารือเกี่ยวกับความท้าทายและโอกาสสำหรับภาคบริการหลังการแพร่ระบาดของโรค โดยจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสนับสนุนที่จำเป็นต่อภาคอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งการแบ่งกลุ่มจะเป็นการสุ่มเพื่อจะสรุปความคิดที่ได้รับการอบรมมาตลอด 3 วัน และผู้เข้าร่วมสามารถเสนอข้อคิดเห็นที่คิดว่าควรเป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ เพื่อเป็นประโยชน์ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับโมเดลธุรกิจภาคอุตสาหกรรมบริการรูปแบบใหม่ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

■ ประโยชน์ต่อตนเอง

การเข้าร่วมการอบรม Workshop on Business Models for the Recovery Phase in the Service Industry กับ APO ในครั้งนี้ ทำให้ดิฉันได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ทางด้านการปรับตัว ปรับเปลี่ยนและสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ของภาคอุตสาหกรรมบริการภายหลังจากการเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของนานาประเทศชั้นนำ โดยในแต่ละประเทศต่างมีกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาที่พยายามดึงจุดแข็ง (Strengthens) หรือข้อได้เปรียบ (Advantages) ได้อย่างชัดเจน นับเป็นการสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการและให้ความใส่ใจในการดูแล/บริการ หรือการสร้างกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche) ที่หน่วยธุรกิจจะให้บริการเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างจนทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการและมองเห็นความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการจากหน่วยธุรกิจนั้นๆ “การบริการที่ไม่ใช่เพียงการให้บริการ แต่เป็นส่งมอบความรู้สึกที่คุ้มค่าให้กับผู้ใช้บริการ” ควรจะเป็นคำพูดที่เหมาะสมกับโมเดลธุรกิจใหม่ของทุกๆประเทศเหล่านี้

■ ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

สอวช. เป็นหน่วยงานที่ให้บริการเชิงวิชาการ โดยให้ความสำคัญกับการใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รวมถึงภาคอุดมศึกษาในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ดี ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 สอวช. ได้มีการคิดค้นกลไกโดยใช้องค์ความรู้และเครื่องมือต่างๆ รวมถึงการรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อจัดทำเป็นมาตรการแก้ไขปัญหาจากวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ ภายหลังจากเข้าร่วมการอบรมส่งผลให้เกิดมุมมองการทำงานเชิงวิชาการ ข้อเสนอหรือนโยบาย ให้กับหน่วยธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการนั้น มีความละเอียด รอบคอบ และเข้าใจถึงการทำงานทั้งภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการของฝ่ายบุคคล (Human Resource) ขององค์กร การพัฒนาบุคลากรด้วยวิธีการ Re-skilling และ Re-Design การทำงานในรูปแบบ Hybrid นอกจากนี้ภายนอกองค์กรในด้านความอยู่รอดและการแข่งขัน เช่น การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์และคุณค่าเพิ่มขึ้น ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นต้น ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยนวัตกรรมบริการเพื่อพัฒนาภาคอุตสาหกรรมบริการให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งมีการดำเนินงานที่ช่วยให้หน่วยธุรกิจนี้ดำเนินการได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับวิกฤติการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

■ ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการวิชาชีพในหัวข้อนั้นๆ

ภาคอุตสาหกรรมบริการเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น การโรงแรมและต้อนรับ การค้าปลีก การท่องเที่ยว การเผชิญกับโรคระบาดครั้งใหญ่นี้ นับเป็นอุปสรรคและสร้างความเสียหายให้กับหน่วยธุรกิจโดยรวมได้ ในหลายประเทศที่มีรูปแบบและกลวิธีในการปรับตัวซึ่งนับเป็นวิธีการเพื่อช่วยให้หน่วยธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ตามบริบทของประเทศต่าง ๆ หน่วยธุรกิจของประเทศไทยสามารถใช้แนวความคิดและประสบการณ์ของ

ต่างประเทศไปปรับใช้ให้กับหน่วยธุรกิจของตนเองได้ โดยดึงจุดแข็ง การสร้างข้อได้เปรียบและการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมเพื่อสร้างธุรกิจบริการให้เกิดความยั่งยืน

- กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ

การจัดกิจกรรมขยายผลหลังจากการเข้าร่วมอบรมในโครงการนี้ ได้มีการเผยแพร่ความรู้ที่ได้รับแก่เพื่อนพนักงานภายในองค์กร โดยการจัดทำเป็น Sharing session ผ่านระบบออนไลน์ วันที่ 15 พฤศจิกายน 2565 เน้นเล่าเรื่องแนวทางการปฏิบัติของแต่ละประเทศ รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ จากประสบการณ์การใช้บริการจากภาคอุตสาหกรรมบริการต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ จากมาตรการการผ่อนคลายเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ประชาชนมีกิจกรรมร่วมกันเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ การให้บริการของโรงแรมและการต้อนรับ การท่องเที่ยว ฯลฯ มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด จึงทำให้ประชาชนมีประสบการณ์ในการใช้บริการในรูปแบบใหม่ ประกอบกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับการใช้ IT เพิ่มขึ้นเพื่อความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตรูปแบบปกติใหม่นั้น การแบ่งปันความรู้ให้กับเพื่อนพนักงานในครั้งนี้ จึงทำให้ได้รับองค์ความรู้และเรียนรู้จากประสบการณ์เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการเข้าร่วมการอบรม และเกิดความคิดที่จะเข้าไปใช้บริการในสถานที่ที่น่าสนใจหลังจากการปรับตัวของหน่วยธุรกิจเหล่านี้

- กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

การรวบรวมและวิเคราะห์ผลข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของหน่วยธุรกิจภาคบริการเป็นงานอีกส่วนหนึ่งที่ สอวช. คาดว่าจะขยายผลการรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการนวัตกรรม เนื่องจากภาคส่วนนี้เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจประกอบกับการใช้นวัตกรรมที่ค่อนข้างเด่นชัด ภายหลังจากปรับตัวและเปลี่ยนแปลงของหน่วยธุรกิจนั้น ๆ มีการใช้นวัตกรรมที่หลากหลาย รวมถึงมีการรวบรวมฐานข้อมูลลูกค้าผ่านระบบดิจิทัล ซึ่งจะให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองกับพฤติกรรม ความต้องการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น สอวช. ให้ความสำคัญกับการรวบรวมและวิเคราะห์ฐานข้อมูลธุรกิจนวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้และออกแบบนโยบาย/มาตรการต่างๆ ให้เหมาะสมกับการส่งเสริมให้หน่วยธุรกิจสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นและเกิดความยั่งยืนได้