

การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ
The Implications of the Virtual Organizations
in the Hospitality Industry

พูนเพ็ญ เสรีวิชยสวัสดิ์*

Poonperm Serivichayaswadi

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบขององค์การ จากรูปแบบองค์การแบบดั้งเดิมที่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ เวลา และทรัพยากรมาเป็นองค์การเสมือนจริง โดยลักษณะขององค์การเสมือนจริงประกอบด้วย 1) มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2) ดำเนินการผ่านระบบเครือข่าย 3) พนักงานต้องควบคุมตนเองให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) มีการจ้างงานหน่วยงานภายนอก การนำองค์การเสมือนจริงมาปรับใช้กับองค์การจะทำให้ได้รับประโยชน์ในเรื่องของการลดต้นทุน ความรวดเร็วในการดำเนินงาน และการขยายตัวทางธุรกิจ บทความนี้มุ่งเน้นที่จะวิเคราะห์การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ บทความนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) ความหมาย ลักษณะ และประโยชน์ขององค์การเสมือนจริง 2) ความหมายและลักษณะขององค์การด้านอุตสาหกรรมบริการ และ 3) การวิเคราะห์การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในอุตสาหกรรมบริการ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเรื่ององค์การเสมือนจริงและการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

คำสำคัญ: องค์การเสมือนจริง; อุตสาหกรรมบริการ; ประโยชน์

* อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี.
ติดต่อได้ที่: poonperm.se@dttc.ac.th.

Abstract

Changes in Information and communication technology have led to a change in organizational models from the traditional organizational model that has limitations in place, time and resources to the virtual organizational model. The virtual organization has four characteristics, which are utilizing information and communication technology, processing through network systems, efficient performance of employees through self-control, and outsourcing. Applying the virtual organization model to an organization benefits the organization in terms of cost reduction, processing time reduction, and business expansion. This article focuses on analyzing the use of the virtual organization model in the hospitality industry. The article consists of three parts. The first gives the meaning, the characteristics, and the benefits of the virtual organization; the second gives the meaning and the characteristics of the hospitality organization; and the third analyzes the use of the virtual organization model in the hospitality industry and will be of use in further studies of the virtual organization and applications of this model.

Keywords: virtual organization; hospitality industry; benefits

บทนำ

ยุคของสารสนเทศ (Information Age) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเมือง สังคม รวมไปถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้เกิดผลกระทบต่องานขององค์กรต่างๆ ทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริหารจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และดำเนินการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การเข้าสู่รูปแบบองค์การแบบใหม่ที่ตอบสนองต่อความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมได้ดี รูปแบบองค์การใหม่ที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่ง คือ “องค์การเสมือนจริง (virtual organization)” ซึ่งอาศัย “เทคโนโลยีการสื่อสารและ

โทรคมนาคม” เชื่อมโยงบุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงานเข้าด้วยกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนทักษะ ทรัพยากร และสินค้าหรือบริการ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2549: 145) ซึ่งสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้าง “ความได้เปรียบในการแข่งขัน” (competitive advantage) ในระยะยาวให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (แวววาว, 2553)

อุตสาหกรรมบริการ (hospitality industry) เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างมากในปัจจุบัน ประกอบด้วยองค์การทางธุรกิจหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร ท่องเที่ยว สปา ธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการ โรงพยาบาล และองค์การทางธุรกิจอื่นๆ ที่มุ่งเน้นด้านการบริการต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ อันเกิดความประทับใจในการให้บริการ ซึ่งได้มาจากการรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการต่างๆ รวมไปถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อการให้บริการ และส่งผลให้เกิดการยอมรับในองค์การ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

องค์การเสมือนจริง เข้ามามีบทบาทต่อองค์การธุรกิจต่างๆ มากมาย ซึ่งมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อการดำเนินงาน ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจด้านอุตสาหกรรมบริการเอง ก็มีการปรับตัวนำรูปแบบขององค์การเสมือนจริงเข้ามาปรับใช้ในส่วนงานต่างๆ ขององค์การ บทความนี้จึงต้องการที่จะนำเสนอการใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในองค์การด้านอุตสาหกรรมบริการผ่านมุมมองทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบขององค์การเสมือนจริง และการนำรูปแบบขององค์การเสมือนจริงมาปรับใช้กับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการต่อไป

แนวคิดขององค์การเสมือนจริง

องค์การเสมือนจริงมีจุดเริ่มต้นมาจากการจ้างเหมาคนหรือหน่วยงานนอกองค์การ (outsourcing) ใช้งานไปทำแทน (เรวัต แสงสุริยงค์, ออนไลน์, ม.ป.ป.) ซึ่งมาจากหลายสาเหตุ เช่น ความต้องการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พนักงานไม่มีความชำนาญ เป็นต้น ซึ่งต่อมาจะกลายเป็นพันธมิตรขององค์การในอนาคต ทำให้

เกิดความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลง มีการใช้นวัตกรรมและสินค้าใหม่ๆ ตามที่แต่ละฝ่ายมีความถนัด โดยไม่ต้องมีปัญหาหรืออุปสรรคในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์การให้รองรับภารกิจใหม่ เพื่อสนองต่อความต้องการของตลาดและลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความหมายขององค์การเสมือนจริง

Laudon & Laudon (1999) ให้คำนิยามขององค์การเสมือนจริงไว้ว่า หมายถึง องค์การที่ใช้เครือข่ายในการเชื่อมโยงคน ทรัพยากรและความคิดต่างๆ เพื่อสร้างและกระจายสินค้าและบริการโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตขององค์การแบบเดิมหรือข้อจำกัดในด้านสถานที่ตั้งขององค์การ

Haag, et al. (2000) ให้คำนิยามขององค์การเสมือนจริงไว้ว่า หมายถึง เครือข่ายขององค์การอิสระที่เชื่อมโยงกันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อที่จะใช้ประโยชน์ด้านการตลาด โดยการแลกเปลี่ยนทักษะ ลดต้นทุนและการเข้าถึงตลาด

Travica (1997) กล่าวว่า องค์การเสมือนจริง หมายถึง รูปแบบขององค์การแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วยคน กลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์การที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ องค์การเดียวกัน และกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในลักษณะชั่วคราวหรือถาวร โดยผ่านการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจะดำเนินการในกระบวนการผลิต

Rahman and Bhattachryya (2002: 5) กล่าวว่า องค์การเสมือนจริง หมายถึง รูปแบบขององค์การแบบเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยงองค์การธุรกิจอื่นๆ ไว้ด้วยกันเสมือนเป็นองค์การเดียวกันเพื่อร่วมกันสร้างคุณค่า และใช้ความชำนาญเฉพาะด้านหรือจุดแข็งของแต่ละองค์การในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจให้แก่กัน โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในการเชื่อมโยงและติดต่อประสานงาน

สรุปความหมายขององค์การเสมือนจริงได้ว่า หมายถึง “เครือข่ายขององค์การที่มีการเชื่อมโยงกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์การ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยลดข้อจำกัดด้านขอบเขตและสถานที่ตั้งขององค์การ เพื่อประโยชน์ด้านการตลาด กระบวนการผลิต และการติดต่อสื่อสาร”

ลักษณะขององค์การเสมือนจริง

Jackson (1999: 179) สรุปว่า องค์การเสมือนจริงมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการดำเนินงานและดำรงชีพ
2. ไม่มีรูปแบบที่เป็นกายภาพ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างเป็นแบบชั่วคราว และใช้

เทคโนโลยีเสมือนจริง (virtual technology) เป็นตัวกำหนดขอบเขตการทำงาน

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ ธุรกิจต่าง ๆ มีการใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน เช่น ให้ข้อมูลสินค้าและพูดคุยกับกลุ่มลูกค้า ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตลอดเวลา และสามารถจ้างหน่วยงานภายนอกมาช่วยดำเนินงานได้

นอกจากนี้ Jackson (1999: 180) สรุปเพิ่มเติมว่า เป็นการทำลายลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา (hierarchy) และลดบทบาทของเส้นแบ่งหน้าที่การทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์การ มีการทำงานในรูปแบบของโครงการ (project-based) และลดการทำงานแบบรวมศูนย์ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

Jägers, Jansen & Steenbakkens (1998) สรุปว่า องค์การเสมือนจริงมีลักษณะดังนี้

1. ทำงานแบบข้ามแดน องค์การต้องมีขนาดเล็ก มีความยืดหยุ่น พร้อมตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา โดยใช้คนจากหลากหลายหน่วยงาน
2. รวมความสามารถและใช้ทรัพยากรร่วมกัน องค์การเกิดการทำงานร่วมกันของบุคคลหลายฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์การ มีการแบ่งปันทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ร่วมกัน
3. มีความกระจัดกระจายทางภูมิศาสตร์ สถานที่ตั้งขององค์การไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป เนื่องจากสามารถทำงานร่วมกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
4. ทำงานแบบร่วมมือ ทุกฝ่ายต้องประสานและทำงานด้วยกัน เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จ

5. หุ่นส่วนมีความเท่าเทียมกัน รับผิดชอบในงานที่แต่ละคนได้รับมอบหมาย อยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลร่วมกัน ไม่ต้องนึกถึงกระบวนการตามหน้าที่ขององค์การ

6. ใช้ระบบการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นอีเมล ข้อความเสียง หรือการประชุมทางไกล ช่วยให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกสบาย

7. มีลักษณะแบบชั่วคราว เกิดขึ้นตามความต้องการเฉพาะกิจ เมื่อการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ก็จะสลายตัวไปหรือปรับเปลี่ยนหน้าที่ใหม่ที่เกิดขึ้นได้

สรุปได้ว่าลักษณะขององค์การเสมือนจริง มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ใช้เทคโนโลยีใหม่ทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ และมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร เพื่อความเข้าใจในสารที่ถูกต้องตรงกัน ทำให้เกิดการสื่อสารได้อย่างสะดวกสบายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การทำงานผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีสถานที่ตั้งขององค์การ พนักงานทำงานจากที่ใดก็ได้ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน ทุกฝ่ายต้องประสานงานและร่วมมือกัน เกิดการช่วยเหลือกันในการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

3. การควบคุมตนเอง เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพ พนักงานมีอิสระในการดำเนินงานด้วยตนเอง ไม่ต้องมีเจ้านายมาควบคุมการทำงาน ลดแรงกดดันจากการทำงาน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ทำให้งานออกมามีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การจ้างงานจากหน่วยงานภายนอก ทำให้พนักงานลดภาระในการดำเนินงานและสร้างพันธมิตรทางการค้าให้เกิดขึ้นกับองค์การ เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้า และเสริมสร้างเครือข่ายการทำงานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งการดำเนินงานแบบนี้เกิดขึ้นแบบชั่วคราวตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งขึ้น

ประโยชน์ขององค์การเสมือนจริง

ปารดา บัณฑุณีพิท (ออนไลน์, 2554) สรุปประโยชน์ขององค์การเสมือนจริงไว้ตามมุมมองด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านองค์กรการ ช่วยเสริมสร้างให้ธุรกิจขนาดเล็กแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ ในเรื่องของการใช้ทรัพยากรร่วมกันภายในระบบเครือข่าย สร้างให้เกิดความชำนาญเฉพาะด้านให้มีความโดดเด่น
2. ด้านผลผลิต ช่วยปรับปรุงการผลิตและการบริการให้มีคุณภาพและรวดเร็ว ลดระยะเวลาการผลิต และเกิดการขยายตัวของสินค้าที่ธุรกิจเดี่ยวไม่สามารถทำได้โดยลำพัง
3. ด้านคนทำงาน ให้ความสำคัญแก่ทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น เปิดโอกาสให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทักษะ และประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ผ่านระบบเครือข่าย
4. ด้านระยะทาง ลดข้อจำกัดในเรื่องการเดินทาง ทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างคล่องตัว ทั้งในเรื่องของการประชุม การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้วย
5. ด้านสถานที่ตั้ง รูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ทำให้ลดการเกิดปัญหาทางกายภาพ เช่น ไฟไหม้ แผ่นดินไหว หรือระเบิด ทำให้ต้นทุนลดลง

ตามทัศนะของผู้เขียน มองว่าองค์การเสมือนจริงทำให้องค์กรได้รับประโยชน์ในมุมมองด้านต่างๆ ดังนี้

1. **การลดต้นทุน** การทำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้ ช่วยลดต้นทุนให้กับองค์กรได้ในหลายส่วน เช่น การจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าเช่า ค่าประกันภัย การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นต้น
2. **ความรวดเร็วในการดำเนินงาน** ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นได้ทันทีทุกเวลา ทำให้สะดวกสบายขึ้น เกิดการทำงานได้ทันทีทุกเวลา ใช้ทรัพยากรการทำงานร่วมกันได้ทันที เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ทันที
3. **การขยายตัวของธุรกิจ** ทำให้เกิดพันธมิตรทางธุรกิจ และส่งผลให้ธุรกิจเติบโต ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้

ข้อจำกัดขององค์การเสมือนจริง

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2549) สรุปข้อจำกัดขององค์การเสมือนจริงไว้ดังนี้

1. ด้านสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บริหารลดลง อาจทำให้ขาดการกระตุ้นจากการได้พบตัว หรือการได้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน นอกจากนี้ยังทำให้เส้นแบ่งชีวิตที่บ้านและการทำงานไม่ชัดเจน อาจเกิดความเครียดเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านความผูกพันกับองค์กร พนักงานที่มีความรู้มีคุณค่าจะมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรน้อยลง อาจถูกซื้อตัวด้วยการให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่า อัตราการเข้าออกของพนักงานอาจสูงขึ้น เกิดลักษณะการทำงานในรูปแบบของงานอดิเรก ไม่จริงจังในการทำงาน เกิดการแบ่งแยกระหว่างพนักงานที่ทำงานเป็นประจำกับพนักงานที่ทำงานเป็นงานอดิเรก

นอกจากนี้แล้ว ตามทัศนะของผู้เขียนยังมองเพิ่มเติมว่า องค์การเสมือนจริงทำให้พนักงานขาดความรู้ความชำนาญในทักษะที่จำเป็น เนื่องจากสามารถหาได้จากการจ้างหน่วยงานภายนอกเข้ามาดำเนินงานแทน ทำให้พนักงานไม่ใส่ใจหรืออาจขาดความสนใจในงานได้

แนวคิดของอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry)

ความหมายของอุตสาหกรรมบริการ

Reynolds & Chase (2014: 6) สรุปว่า อุตสาหกรรมบริการ หมายถึง การพบปะ พูดคุยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความมีน้ำใจไมตรีและความปรารถนาดี นำมาซึ่งการให้บริการกับลูกค้าที่เดินทาง ตัวอย่างเช่น อาหาร ที่พัก การเดินทาง การท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจ

Walker (2013: 4) สรุปว่า อุตสาหกรรมบริการ หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ให้ที่พักอาศัยแก่นักเดินทาง

ภาติยะ พัฒนาศักดิ์ (ออนไลน์, ม.ป.ป.) สรุปว่า อุตสาหกรรมการบริการ หมายถึง การประกอบธุรกิจด้านการให้บริการหรืออำนวยความสะดวก เช่น

อุตสาหกรรมโรงแรม การท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภค (infrastructure) ต่างๆ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2538) สรุปว่า อุตสาหกรรมบริการเป็น กระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกและเอื้อ ผลประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ มีการจัดแบ่ง ประเภทของอุตสาหกรรมบริการไว้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดแบ่ง เช่น ด้านการท่องเที่ยวและการขนส่ง (travel and transport) การบริการที่พัก (accommodation) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม (food and beverages) การบริการด้านความบันเทิงและพักผ่อน (entertainment and recreation) เป็นต้น

สรุปความหมายของอุตสาหกรรมบริการได้ว่า หมายถึง กระบวนการทาง ธุรกิจที่มุ่งเน้นเพื่อการพบปะพูดคุย ดูแลเอาใจใส่ ให้บริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการรับบริการด้วยความมีน้ำใจ ไม่ตรีและความปรารถนาดี โดยมีการจัดประเภทของอุตสาหกรรมบริการตามเกณฑ์ ที่จัดแบ่ง ได้แก่ การท่องเที่ยว การขนส่ง การบริการที่พัก การบริการอาหารและ เครื่องดื่ม การบริการด้านความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

การเดินทาง	ที่พัก	การประชุม และการจัดการ งานอีเว้นต์	ร้านอาหาร และการจัดการ บริการ	การพักผ่อน หย่อนใจ
- เครื่องบิน - เรือโดยสาร - รถไฟ - รถโค้ช - รถยนต์ - ท่องเที่ยวเชิง นิเวศ	- โรงแรม - โมเต็ล - รีสอร์ต	- การจัดประชุม - การจัดประชุม ขนาดใหญ่ - การแสดง สินค้าและ นิทรรศการ	- ร้านอาหาร - การจัดการ บริการ	- สถานที่ นันทนาการ - เกม - สวนสาธารณะ - นันทนาการ

ภาพที่ 1 ขอบเขตของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
ดัดแปลงจาก Scope of the Hospitality and Tourism Industries
(Walker, 2013: 13)

ประเภทขององค์การในอุตสาหกรรมบริการประเภทต่าง ๆ

1. ธุรกิจการบริการที่พัก (lodging industry) ธุรกิจประเภทนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (Reynolds & Chase (2014: 172-180)

1.1 โรงแรมที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (full-service hotel) เป็นโรงแรมที่พัฒนามาจากโรงแรมขนาดใหญ่ มีตึกที่สวยงาม แวกที่พักมีฐานะแต่งตั้งตัวดี พนักงานมีเครื่องแบบที่มีสีสันให้ความบันเทิงแก่ลูกค้าในทุกๆ ความต้องการ มีบริการจัดเลี้ยง และการให้บริการห้องพักด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึงโรงแรมที่เน้นการบริการจัดประชุม (convention hotels) โรงแรมที่เน้นความหรูหรา (luxury hotels) โรงแรมแบบรีสอร์ท (resort hotels) โรงแรมที่พักระยะยาว (extended-stay hotels) และโรงแรมแบบคอนโดมิเนียม (condominium hotels) อีกด้วย

1.2 โรงแรมที่ให้บริการไม่เต็มรูปแบบ (limited-service hotel) นำเสนอการบริการในระดับกลางและราคาปานกลาง มักมีชื่อเรียกว่า inn อยู่ในชื่อ มีการให้บริการมากกว่า motel แต่น้อยกว่าโรงแรม โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่มีห้องอาหารหรือพนักงานขนกระเป๋า ให้บริการอาหารเช้าในลิโอบบี้ มีสระว่ายน้ำในร่ม บางแห่งมีห้องประชุมและให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพักรด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงโรงแรมต้นทุนต่ำ (budget hotels) ที่บางครั้งเรียกว่า economy hotel, budget motels หรือ economy motel อีกด้วย

1.3 ที่พักแบบพิเศษ (specialty accommodations)

1.3.1 ศูนย์ประชุม (conference centers) สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่บริการห้องพักส่วนใหญ่ มากกว่า 60% ออกแบบมาเพื่อให้บริการเกี่ยวกับการประชุมซึ่งอยู่ตามหัวเมืองหรือชนบท หรือวิทยาเขตของสถานศึกษา ซึ่งโดยมากจะมีบริการห้องพัก ห้องประชุม และอาหารว่างสำหรับการประชุมเล็กๆ ด้วย

1.3.2 ที่พักสำหรับพักผ่อน (lodges) ให้บริการห้องพักและแม่บ้านสำหรับทำกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมดังกล่าวรวมไปถึงการล่าสัตว์ เล่นสกี ตกปลา และขี่ม้า เป็นต้น

1.3.3 ที่พักแบบส่วนตัว (bed and breakfast operations) เป็นที่พักสำหรับลูกค้าที่ต้องการการบริการแบบส่วนตัว ในสถานที่ที่สวยงาม มีลักษณะเป็นแบบบ้านพักส่วนตัว ที่มีห้องพักตั้งแต่ 1 ห้องขึ้นไป

1.3.4 ที่พักราคาสมเหตุสมผล (hostels) เป็นที่พักที่ราคาไม่แพง ในการพักอาศัย มีห้องนอน ห้องน้ำ และครัวที่ใช้ร่วมกัน ไม่มีบริการผ้าปูที่นอนและแม่บ้าน ผ้าปูที่นอนต้องนำมาเอง หรือเช่าเพิ่ม บางครั้งการทำความสะอาดห้องพักต้องจ่ายเพิ่มด้วย เตรียมอาหารด้วยตนเอง โดยมากเป็นที่พักของนักผจญภัยและคนที่ต้องออกไปพบปะผู้คนที่มีความหลากหลาย

1.3.5 ที่พักแรมภายนอก (campgrounds) เน้นให้บริการสถานที่ภายนอกในการพักแรม จำพวกกางเต็นท์ โดยมีห้องน้ำอยู่ใกล้ๆ ในปัจจุบัน campgrounds มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายขึ้น ได้แก่ บ้านพัก รถยนต์เช่าสำหรับพักผ่อน และสระว่ายน้ำ

2. ธุรกิจการบริการอาหาร (food service industry) ธุรกิจประเภทนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้ (Reynolds & Chase (2014: 60-65)

2.1 ร้านอาหารที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว (quick-service restaurants) เป็นร้านอาหารที่เน้นความสะดวกสบาย รวดเร็ว และมีบริการแบบพื้นฐานในราคาไม่สูง มุ่งเน้นการให้บริการตนเอง ได้แก่ ร้านอาหารจานด่วน (fast-food restaurants) ร้านอาหารที่มีอาหารให้เลือกบนชั้นวางและสั่งอาหารกับพนักงานหน้า counter (cafeterias) ร้านอาหารที่มีอาหารให้เลือกบนโต๊ะและเดินเลือกตักได้ด้วยตนเอง (buffets) และร้านอาหารแบบสั่งอาหารกลับบ้าน (carryout restaurants)

2.2 ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (full-service restaurants) เป็นร้านอาหารที่ลูกค้าสามารถเข้าไปนั่งที่โต๊ะและสั่งอาหารกับพนักงานเสิร์ฟที่จะนำอาหารมาส่งให้ที่โต๊ะ เช่น ร้านอาหารที่ให้บริการเน้นคุณภาพระดับสูงในเรื่องของการบริการ ส่วนประกอบของอาหาร และบรรยากาศ (fine-dining restaurants) ร้านอาหารที่ให้บริการแบบลำลองที่มีผู้ใช้บริการบ่อยครั้ง (casual restaurants) เป็นต้น

2.3 ร้านอาหารในโรงแรมและสโมสร (hotel and club foodservice) มีร้านอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลายชนิด เช่น บาร์ในล็อบบี้โรงแรม (bar in the lobby) ร้านอาหารสำหรับครอบครัว (family-style restaurants) ร้านอาหารแบบมีระดับ (elegant fine-dining restaurants) ร้านไอศกรีม (soft-serve ice cream shop) บริการแซนด์วิชริมสระว่ายน้ำ (sandwich service by the swimming pool) อาหารที่

บริการถึงห้องพัก (room service) อาหารในงานจัดเลี้ยง (catering service) และที่ขายอาหารใกล้ห้องพัก (vending machine near guest rooms) เป็นต้น

2.4 ร้านอาหารในรูปแบบของงานจัดเลี้ยง (catering) เป็นการจัดหาอาหารและบริการสำหรับงานจัดเลี้ยงพิเศษ ที่เน้นคนจำนวนมากต่อครั้ง และมีรายการอาหารเหมือนๆ กันหรือเลือกอาหารได้จากภัตตาคาร

3. ธุรกิจการเดินทาง (travel industry) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (Reynolds & Chase, 2014: 272-274)

3.1 การวางแผนการเดินทาง (travel planning) เป็นหน่วยงานที่ดูแลในเรื่องตัวแทนจำหน่ายและวางแผนการเดินทาง ช่วยให้นักเดินทางตัดสินใจโดยเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

3.2 ตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ (online travel agencies) นักเดินทางส่วนใหญ่มักจองตั๋วผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์โดยตรง ทำให้ตัวแทนจำหน่ายออนไลน์มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการจ้างงานจำนวนมาก เช่น พนักงานบริการลูกค้า พนักงานรับรอง พนักงานขาย เป็นต้น

โดยส่วนมากการเดินทางส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถเช่า รถไฟ รถโดยสาร เรือเฟอร์รี่ และเครื่องบิน เป็นต้น

4. ธุรกิจท่องเที่ยว (tourism industry) ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในสถานที่เหล่านั้น และสร้างความต้องการในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพ โดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยวจากทั้งภายในและต่างประเทศ

บทวิเคราะห์การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในอุตสาหกรรมบริการ

รูปแบบขององค์การเสมือนจริงนับได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในยุคสารสนเทศ เนื่องด้วยเหตุผลที่ว่าองค์การเสมือนจริงนั้นมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร ทำให้องค์การมีขนาดเล็กลง มีความยืดหยุ่น สามารถดำเนินการได้โดยปราศจากข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา

พนักงานมีคุณภาพมากขึ้นในเรื่องของการควบคุมประสิทธิภาพการทำงานด้วยตนเอง อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานด้วย ทำให้ธุรกิจต่างๆ นำรูปแบบขององค์การเสมือนจริงเข้ามาปรับใช้ในองค์การของตนเอง โดยผู้เขียนขอเสนอรายละเอียดการวิเคราะห์ในเรื่องของการใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในอุตสาหกรรมบริการผ่านมุมมองของทฤษฎีองค์การดังนี้

กรณีศึกษาที่ 1: On24 Customer Case Study Marriott Virtual Learning

Environment

On24 (Online, 2013) สรุปลงถึงกรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการฝึกอบรมให้กับกลุ่มบริษัท Marriott International ซึ่งเป็นบริษัทแฟรนไชส์ในเครือธุรกิจโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักอื่นๆ ผ่านกรณีศึกษา Marriott Virtual Learning Environment โดยจัดการฝึกอบรมภาวะผู้นำให้แก่ผู้บริหารโรงแรมกว่า 733 คนใน 23 ประเทศ เนื้อหาของการฝึกอบรมมุ่งเน้นที่เรื่องของพฤติกรรมภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า และช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้จัดการผ่านโรงแรมในเครือกว่า 100 แห่ง รูปแบบของการฝึกอบรมเริ่มต้นด้วยรูปแบบของการถ่ายทอดสดไปยังโรงแรมแต่ละแห่ง ผู้เข้าอบรมสามารถเข้าร่วมอบรมทางไกลได้โดยไม่ต้องเดินทาง มีต้นทุนที่ต่ำกว่า และผลลัพธ์ที่ได้จากโปรแกรมนี้ก็มีประสิทธิภาพมากกว่า ทั้งนี้บริษัท On24 เป็นผู้ดำเนินการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบเสมือน (virtual learning) ที่ทำให้ผู้จัดการโรงแรมเข้าถึงได้ง่าย สามารถดำเนินการฝึกอบรมออนไลน์ตามระยะเวลาจริง รวมถึงมีการถ่ายทอดสดทางเว็บไซต์ และช่วงเวลาถาม-ตอบก็จะมีการบันทึกการเรียนรู้ไว้ทั้งหมด ผู้จัดการสามารถโต้ตอบได้โดยตรงกับผู้จัดการคนอื่นๆ ผ่านการจัดตารางการสนทนา รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อหนึ่ง และการแลกเปลี่ยน e-card ผู้จัดการแต่ละคนสามารถดาวน์โหลดเอกสารและสื่อต่างๆ ได้โดยตรง

จากกรณีศึกษาที่ 1 ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่า หากมองในเรื่องของลักษณะขององค์การเสมือนจริง สามารถวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารโดยใช้ลักษณะของการจัดฝึกอบรมแบบการเรียนรู้แบบ

เสมือน ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้จัดการแต่ละคน มีการดำเนินงานผ่านระบบเครือข่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ร่วมกัน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้จัดการแต่ละคนไว้ด้วยกัน สอดคล้องกับที่ Jackson (1999) กล่าวสรุปถึงลักษณะขององค์กรเสมือนจริงว่ามีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ผู้จัดการแต่ละคนไม่ต้องเดินทางมาเข้าร่วมอบรมในสถานที่เดียวกัน สามารถอยู่ที่โรงแรมในประเทศของตนเองและเข้าร่วมอบรมได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาในแต่ละประเทศว่าจะเป็นเวลาเดียวกันหรือไม่ เป็นการลดข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา ผู้จัดการแต่ละคนต้องควบคุมตนเอง ให้เข้าร่วมอบรมตามเวลาที่กำหนด ทำให้เกิดการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ในประเด็นสุดท้าย มีการจ้างงานหน่วยงานภายนอกโรงแรมในเครือ Marriott จัดตั้งกลุ่มทำงานชั่วคราวซึ่งดำเนินการตามรูปแบบขององค์กรเสมือนจริง เพื่อติดต่อประสานงานและดำเนินการจัดฝึกอบรมแบบการเรียนรู้แบบเสมือน โดยว่าจ้างบริษัท On24 ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดฝึกอบรม ทำให้เกิดรูปแบบขององค์กรเสมือนจริงในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและส่งผลให้การจัดฝึกอบรมประสบความสำเร็จ

หากมองในเรื่องของประโยชน์ขององค์กรเสมือนจริง ประเด็นของการลดต้นทุน ผู้จัดการแต่ละคนไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาอบรมร่วมกันในสถานที่เดียวกัน เกิดความรวดเร็วในการดำเนินงาน สามารถนัดหมายเข้าร่วมอบรมได้ในระยะเวลาอันสั้นเป็นการลดข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา สามารถดาวน์โหลดเอกสารการฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้เกิดความรวดเร็ว และจากการดำเนินการของบริษัท On24 ทำให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ Marriott International เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ On24 อีกด้วย

กรณีศึกษาที่ 2: Virtual Events และความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ปวีณา ปาเทลา (ออนไลน์, 2555) ให้ข้อมูลว่า แนวโน้มสำคัญที่มีผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ คือ เทคโนโลยีซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลโดยตรงต่อการวางแผนจัดงานไมซ์ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการจัดงานไมซ์

แบบ virtual events หรือการจัดงานที่นำเอาเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ ซึ่งผู้เข้าร่วม ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอยู่ ณ สถานที่จัดงาน แต่สามารถสื่อสารและดำเนินการ ตามจุดประสงค์ของงานได้ตามปกติไม่จำเป็นจะเป็นการประชุมสัมมนา (virtual meetings) หรืองานนิทรรศการแสดงสินค้า (virtual exhibitions) โดยเทคโนโลยีที่สำคัญประเภทต่างๆ ที่ได้ถูกนำเข้ามาใช้อย่างแพร่หลายในการจัดงานดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น Video Conference อีเมล แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยี คลาวด์ (Cloud technology) Podcast Teleconference รวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ได้ ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า แม้ว่าผู้เข้าร่วมงานจะไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน แต่ก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระของ ประโยชน์ ที่สำคัญที่สุดของ virtual events คือการจัดประชุมหรือการจัดงานนิทรรศการแสดง สินค้าด้วยวิธีนี้มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบทั่วไปมาก ซึ่งเป็นผลให้การ จัดประชุมประเภทนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัท หรือสมาคมนานาชาติต่างๆ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดงานโดยเฉพาะในสภาวะ ปัจจุบันที่เศรษฐกิจฟื้นตัวช้า นอกจากนี้ virtual events ยังมีข้อดีอื่นๆ อีกมากมาย เช่น สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานที่มีความหลากหลายได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่ จำเป็นที่จะต้องเสียเวลาเดินทางไปเข้าร่วมงาน ณ สถานที่จัดงานนอกจากนั้น virtual events ยังสามารถให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ได้มากกว่าและจำเพาะเจาะจงกว่า เนื่อง ด้วยข้อจำกัดในเชิงสถานที่และเวลานั้นหมดไป รวมถึงการที่ข้อมูลต่างๆ สามารถถูก จัดเตรียมไว้ได้ก่อน ทำให้การนำเสนอเป็นไปได้อย่างตาย ท้ายที่สุดการเก็บข้อมูลและ ติดตามการใช้งานของผู้เข้าร่วมงานนั้นสามารถทำได้ง่าย โดยผู้จัดสามารถนำข้อมูล ดังกล่าวไปพัฒนาเป็นโปรแกรมบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Program: CRM) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากกรณีศึกษาที่ 2 ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่า หากมองในเรื่องของ ลักษณะขององค์การเสมือนจริง สามารถวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ Video Conference อีเมล Cloud Technology Podcast และ Teleconference ต่างก็เป็นเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่เข้ามามี บทบาทในการจัดงานไมซ์แบบ virtual events ทั้งสิ้น ในประเด็นของ การดำเนินงาน

ผ่านระบบเครือข่าย จะพบว่าเทคโนโลยีที่กล่าวถึงทั้งหมดต้องใช้ระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อเพื่อเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ลดข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา บริษัทหรือลูกค้าที่ต้องการเข้าร่วมงานสามารถเข้าถึงจากที่ใดก็ได้ ผู้เข้าร่วมการจัดงาน virtual meeting และ virtual exhibitions ต้อง**ควบคุมตนเอง** เพื่อเข้าร่วมจัดงานตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น และพบปะพูดคุยกับกลุ่มลูกค้าหรือองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในมุมมองของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ เกิดการ**จ้างงานหน่วยงานภายนอก** หากองค์กรที่เข้าร่วม virtual events ไม่มีทีมงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจต้องจ้างหน่วยงานภายนอกเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือในการดำเนินงาน

หากมองในเรื่องของ**ประโยชน์ขององค์การเสมือนจริง** ประเด็นของการลดต้นทุน แต่ละหน่วยงานไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือการก่อสร้าง เกิด**ความรวดเร็วในการดำเนินงาน** สามารถเข้าร่วมงานได้โดยไม่ต้องเดินทาง หากมีการซื้อขายสินค้าหรือบริการสามารถดำเนินการได้ทันที ทำให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ เกิดการติดต่อสื่อสารร่วมกันกับหน่วยงานที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี

จากกรณีศึกษาข้างต้น เห็นได้ว่าองค์การเสมือนจริงถูกนำเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมโรงแรมและอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์การด้านอุตสาหกรรมบริการอื่นๆ สามารถนำแนวคิดขององค์การเสมือนจริงไปประยุกต์ใช้ได้เช่นกัน หากวิเคราะห์ผ่านลักษณะขององค์การเสมือนจริงและประโยชน์ขององค์การเสมือนจริงแล้ว องค์การด้านอุตสาหกรรมบริการควรนำรูปแบบขององค์การเสมือนจริงไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

บทสรุป

องค์การเสมือนจริง คือ เครือข่ายขององค์การที่มีการเชื่อมโยงกลุ่มคน หน่วยงานหรือองค์การผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยลดข้อจำกัดด้านขอบเขตและสถานที่ตั้งขององค์การเพื่อประโยชน์ด้านการตลาด กระบวนการผลิต และการติดต่อสื่อสาร ลักษณะขององค์การเสมือนจริงต้องมีการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร มีการดำเนินการผ่านระบบเครือข่าย พนักงานต้องควบคุมตนเองในการดำเนินงาน และเกิดการจ้างงานหน่วยงานภายนอก ประโยชน์ขององค์การเสมือนจริง มุ่งเน้นในเรื่องของการลดต้นทุน ความรวดเร็วในการดำเนินงาน และการขยายตัวทางธุรกิจ

อุตสาหกรรมบริการ คือ กระบวนการทางธุรกิจที่มุ่งเน้นเพื่อการพบปะพูดคุย ดูแลเอาใจใส่ ให้บริการในด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการรับบริการด้วยความมีน้ำใจไมตรีและความปรารถนาดี โดยมีการจัดประเภทของอุตสาหกรรมบริการตามเกณฑ์ที่จัดแบ่ง ได้แก่ การท่องเที่ยว การขนส่ง การบริการที่พัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

การวิเคราะห์การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในอุตสาหกรรมบริการ ในบทความนี้เป็นทัศนะของผู้เขียนเป็นหลักและมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างลักษณะขององค์การเสมือนจริงกับการนำไปใช้ในลักษณะต่าง ๆ ของกรณีศึกษาองค์การด้านอุตสาหกรรมบริการเพียง 2 กรณีศึกษาเท่านั้น โดยผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งในอนาคตการดำเนินธุรกิจในรูปแบบขององค์การเสมือนจริงจะได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากก่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมบริการในเรื่องของการลดต้นทุน เกิดความรวดเร็วในการดำเนินงาน และมีการขยายตัวทางธุรกิจด้วย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. 2549. **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: รัตนไตร. เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. ม.ป.ป. **Virtual Organization**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://www.dmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538632228>

[วันที่เข้าถึง 18 พฤศจิกายน 2557].

ปวีณา ปาเทศา. 2555. **Virtual Events** และความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://tourisminvest.tat.or.th/บทวิเคราะห์/บทวิเคราะห์ การลงทุนท่องเที่ยว/157-virtual-events-และความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย> [วันที่เข้าถึง 21 พฤศจิกายน 2557].

ปารดา บัณฑุณีพิท. 2554. “ต้นไม้ที่เติบโตอย่างยั่งยืนแบบองค์กรเสมือนจริง.” [ออนไลน์].

วารสารวิชาการ **Executive Journal** มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw06.pdf [วันที่เข้าถึง 18 พฤศจิกายน 2557].

ภาติยะ พัฒนาศักดิ์. ม.ป.ป. **อุตสาหกรรม**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

[http://e-book.ram.edu/e-book/g/GE/253\(50\)/GE253-11.pdf](http://e-book.ram.edu/e-book/g/GE/253(50)/GE253-11.pdf) [วันที่เข้าถึง 20 พฤศจิกายน 2557].

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2538. เอกสารการสอนชุดวิชาอุตสาหกรรมบริการ.

นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

เรวัต แสงสุริยงค์. ม.ป.ป. **องค์กรเสมือน**. [ออนไลน์]. วารสารวิชาการ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. เข้าถึงได้จาก <http://www.huso.buu.ac.th/rewat/files/downloads/Article/VirtualOrganization.pdf> [วันที่เข้าถึง 18 พฤศจิกายน 2557].

แหววว. 2553. **ทุกอย่างมันอยู่ที่ใจ: องค์กรอรรูปนัย (Virtual Organization)**. [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก <http://nanapai.blogspot.com/2010/06/virtual-organization.html> [วันที่เข้าถึง 18 พฤศจิกายน 2557].

ภาษาอังกฤษ

Haag, Stephan, Maeve Cummings and James Dawkins. 2000. **Management**

Information Systems for the Information Age. 2nd Ed. Toronto: Irwin McGraw Hill.

Jackson, Paul. 1999. **Virtual Working: Social and Organizational Dynamics**.

New York: Routledge.

Jägers, Hans, Wendy Jansen and Wilchard Steenbakkens. 1998. **Characteristics of**

Virtual Organizations. [Online]. Available:

<http://econ3.upm.edu.my/kelasmaya/sumberkursus/A01960/MGM4136JJ/virtual.pdf> [Accessed 18 Nov.2014].

- Laudon, Kenneth C. and Jane P. Laudon. 1999. **Essentials of Management Information Systems: Transforming Business and Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- On24. 2013. **ON24 Customer Case Study Marriott Virtual Learning Environment**. [Online]. Available: <http://www.on24.com/wp-content/uploads/2013/03/ON24-Marriott-Case-Study.pdf> [Accessed 18 November 2014].
- Reynolds, Johnny Sue and Dorothy M. Chase. 2014. **Hospitality Services Food-Lodging-Travel-Tourism-Recreation**. 3rd Ed. Illinois: The Goodheart-Willcox Company, Inc.
- Travica Bob. 1997. "The Design of the Virtual Organization: A Research Model." in **Proceedings of the American Conference on Information Systems**. August 15-17, 1997, Indianapolis: AIS, pp.417-419.
- Walker, John R. 2013. **Introduction to Hospitality**. 6th Ed. Florida: Pearson Education.
- Zillur Rahman and SK Bhatthehryya, 2002. "Virtual Organization: A Stratagem." 2002. "Virtual Organization: A Stratagem". **Singapore Management Review**. [Online]. Available: <http://proquest.umi.com/pqdweb?index>. [Accessed 18 November 2014].