

การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร บริบทศึกษา: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

กนกพร กระจำแสง¹ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์² จันทนา แสนสุข³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายและองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโรงพยาบาลเอกชน สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ในการแสวงหาความรู้ความจริงด้วยการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตจากผู้ที่ประสบกับสถานการณ์นั้นโดยตรงด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมกับผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานการรักษาระดับสากล จำนวน 6 แห่ง โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารแต่ละ 1 คน

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการจัดการโดยรวมขององค์กรในการสร้างและปรับเปลี่ยนแนวคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงเชิงรุก การเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ และการบูรณาการเทคโนโลยี

คำสำคัญ: นวัตกรรม; ความคิดสร้างสรรค์; การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์; ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม; ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

กนกพร กระจำแสง, วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ และจันทนา แสนสุข. (2565). การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร บริบทศึกษา: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วารสารดุชนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์*, 12(2), 338-350.

¹ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

46 ถนนเจริญสุขุมวิท แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร, 10600 ประเทศไทย

อีเมล: kanokporn.kraj@gmail.com

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Creative Innovation Management to Excellence in Innovation and Organizational Performance Education Context: Private Hospital Business in Thailand

Kanokporn Krajangsaeng¹ Viroj Jadesadalug² Jantana Sansook³

Abstract

This research article aims to study the meaning and components of creative innovation management of private hospitals to excellence in innovation and the performance of organizations. By using phenomenological methods in pursuit of knowledge of the truth by studying the phenomenon and life experience of those who experience that situation directly with in-depth interviews and non-invasive observation with private hospital administrators in Thailand that have been certified for international quality standards for the treatment of 6 locations. By interviewing 1 executive each.

The results show that: creative innovation management is the organization's overall management capability. In creating and changing the concepts of creating new things for innovation in which elements of creative innovation management are important. Consists of Proactive change, Learning continuously, Creative connection, and Technology integration.

Keywords: Innovation; Creativity; Creative Innovation Management; Excellence in Innovation; Private Hospital Business

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Krajangsaeng, K., Jadesadalug, V., & Sansook, J. (2022). Creative innovation management to excellence in innovation and organizational performance education context: Private hospital business in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 12(2), 338-350.

¹ Faculty of Business Administration, Siam Technology College
46 Charan Sanit Wong Road, Wat Tha Phra, Bangkok Yai, Bangkok, 10600, Thailand
Email: kanokporn.kraj@gmail.com

² Faculty of Management Science, Silpakorn University

³ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับบริบทของสังคมไทย จากแผนพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 มีแนวทางกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันเชิงรุกให้กับอุตสาหกรรมบริการที่มีศักยภาพ โดยส่งเสริมการลงทุน และการพัฒนาการบริการสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ โดยมีการกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีอัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศที่มีมาตรฐานการรักษาในระดับเดียวกัน ประกอบกับมีประสิทธิภาพด้านการรักษา และคุณภาพการบริการที่ดีสูงติดอันดับโลก จึงทำให้รัฐบาลได้กำหนดนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย (medical hub of Asia) และมีการผลักดันยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสังคม และคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ความต้องการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชากรไทยที่มีรายได้สูงหรือมีอำนาจในการซื้อสินค้า ดังนั้นประชากรส่วนใหญ่จึงหันมาเข้ารับบริการกับโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสะดวก รวดเร็วกว่าโรงพยาบาลของรัฐเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจึงจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการบริการทางการแพทย์ เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการมั่นใจในความปลอดภัย และเชื่อมั่นในคุณภาพของการดูแลรักษาพยาบาล

โรงพยาบาลเอกชน จึงถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น และเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงถึง 80,000-120,000 บาท ต่อคน ทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยสูงถึง 80 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ที่

ได้รับ (Bangkok Bank, 2022; National Statistical Office, 2017) ดังนั้นการส่งเสริมและการขยายการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ เป็นส่วนที่จะสร้างรายได้ที่มีเสถียรภาพ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจบริการด้านสุขภาพหรือโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยจึงมีการแข่งขันที่สูงขึ้น โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งจึงให้ความสำคัญกับการนำวิทยาการ หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการรักษาและให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้รับบริการในปัจจุบัน (Bovornkirkatekajorn, 2011) โดยการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรือการส่งเสริมให้พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ และนำความรู้พร้อมทั้งประสบการณ์ที่มีมาปรับใช้ เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้กับองค์กร

จากกระแสโลกาภิวัตน์ และการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น องค์กรต่างๆ ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายในหลากหลายรูปแบบ นับเป็นเรื่องที่ท้าทายความสามารถของธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก (Wong & Chin, 2007) ซึ่งการแข่งขันทางธุรกิจที่เกิดขึ้นนี้เป็นผลมาจากอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนา จึงทำให้องค์กรต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่ภาคธุรกิจนิยมใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันก็คือ การสร้างนวัตกรรมให้แก่องค์กร และให้ความสำคัญต่อการนำนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาดก่อนคู่แข่ง โดยมียุทธประสงค์เพื่อให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และความได้เปรียบนั้นจะเป็นความได้เปรียบที่คงอยู่ต่อไปในระยะยาว (Porter, 1980)

จากเหตุผลดังกล่าว ส่งผลให้แนวความคิดการบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบัน มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ

การมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ยังไม่มีการคิดที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น หากองค์กรใดสามารถทำให้เกิดกระบวนการทางความคิดที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ องค์กรนั้นก็จะมียุทธศาสตร์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป (Dooley & O'Sullivan, 2003)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความหมายและองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ของโรงพยาบาลเอกชนสู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (phenomenological approach) ในการแสวงหาความรู้ความจริงด้วยการศึกษาปรากฏการณ์ และประสบการณ์ชีวิตจากผู้ที่ประสบกับสถานการณ์นั้นโดยตรง (Creswell, 2007) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร ในบริบทของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

1. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการกำหนดผู้ให้ข้อมูล (informant) ด้วยวิธีเจาะจง (purposive sampling) การเก็บข้อมูลที่หลากหลายทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (Podhisita, 2011) โดยงานวิจัยนี้เลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงของโรงพยาบาลเอกชนที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานการรักษาระดับสากล (Joint Commission International Accreditation--JCI) โดยเลือกเก็บข้อมูลกับผู้บริหาร

ของโรงพยาบาลเอกชนที่มีนวัตกรรมทางการแพทย์ นวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อนำมาสู่การอธิบายรายละเอียดการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์จนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัวหรือข้อมูลที่ได้นั้นไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป ดังนั้นจึงทำให้งานวิจัยนี้มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การแสวงหาความรู้ความจริงด้วยการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตจากผู้ที่ประสบกับสถานการณ์นั้นโดยตรง ซึ่งประกอบด้วย ด้วยหลายด้านของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร ในบริบทของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 โรงพยาบาล และโรงพยาบาลเอกชนนอกเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 โรงพยาบาล เพื่อปิดช่องว่างเรื่องของพื้นที่ที่อาจนำมาซึ่งประเด็นของความพร้อมในการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เวลาการศึกษาเอกสาร การเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตและ การสัมภาษณ์เชิงลึก ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ องค์กร หรือโรงพยาบาลเอกชน สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เพื่อวางแผนทางในการกำหนดนโยบายการบริหารในระดับมหภาค เพื่อเป็นแนวทางนำผลการวิจัยไปต่อยอดพัฒนา หลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหาร องค์กรให้เท่าทันสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

เพื่อนำพาองค์การไปสู่ความมั่นคง ยั่งยืนต่อไป

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน และธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการมีความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม นำไปปรับใช้ในการสร้างแรงผลักดัน แรงจูงใจกับหัวหน้างาน และพนักงานของในองค์การ โดยมุ่งเน้นให้ทุกคนเข้าใจและรับรู้ถึงสถานะความรุนแรงในการแข่งขัน และลุกขึ้นมาปรับแนวคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมที่นำมาซึ่งการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์การ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์

Woodman, Sawyer, and Griffin (1993) กล่าวว่าองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย กระบวนการเชิงสร้างสรรค์ ผลผลิต บุคคล และสถานการณ์ ที่มองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำหรับแก้ปัญหาต่างๆ ภายในองค์การ (Baldwin & Johnson, 1996) โดยคุณลักษณะพื้นฐานที่ตัดสินคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ความใหม่ และความมีประโยชน์ของความคิด ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์นั้นจะต้องส่งผลทั้งในระดับบุคคลและองค์การในแง่ต่างๆ เช่น เกิดสิ่งใหม่ที่พัฒนาขึ้นจากความรู้ความสามารถ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ โดยที่ผลลัพธ์เหล่านั้นก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อองค์การ แต่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจะไม่เกิดขึ้นหากองค์การไม่มีพื้นฐานที่จะผลักดันหรือไม่คำนึงถึงกระบวนการ โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมจากความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ (Wright, McMahan, & McWilliams, 1994) เพื่อให้องค์การสามารถดำรงอยู่อย่างแตกต่าง และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงเชิงรุกจึงเป็นความสามารถที่จำเป็น

สำหรับการพัฒนาตัวเองและความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงหรือนำมาซึ่งนวัตกรรมที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์การได้ในยุคปัจจุบัน และนอกจากการเรียนรู้แล้ว (Tantivivathanaphand, 2012) การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างแนวคิดและแนวทางปฏิบัติ จะนำไปสู่การผลิตสิ่งใหม่เชิงสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม นอกจากการเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์จะช่วยให้เกิดนวัตกรรมแล้ว Kirkbride (2014) พบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจะทำให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้นอีกด้วย

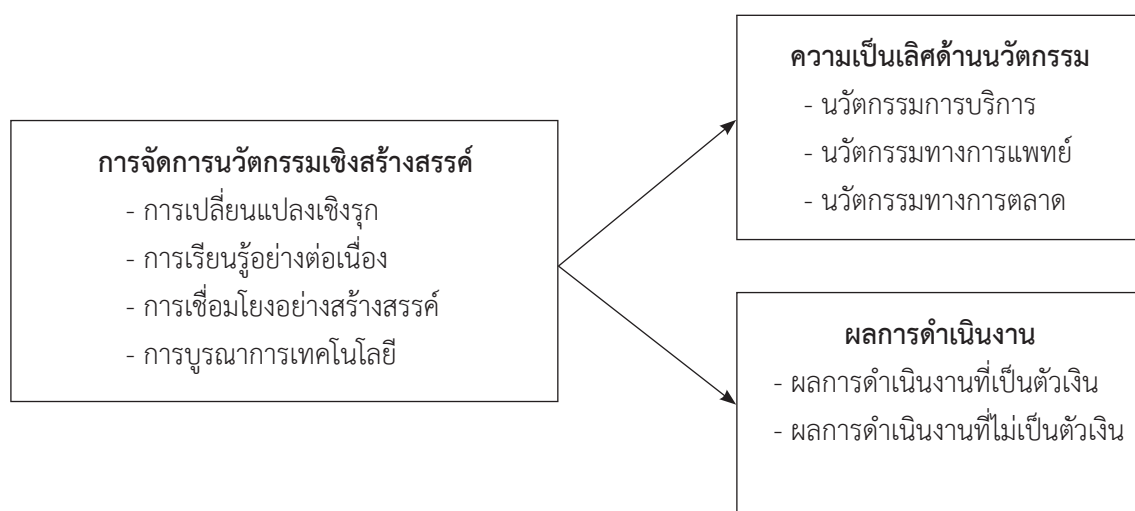
แนวคิดเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยสาเหตุที่สำคัญต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืน และทำให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Goldman, Nagel, & Preiss, 1995) เพราะนวัตกรรมทำให้ระดับผลการดำเนินงานขององค์การดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับองค์การที่ไม่มีนวัตกรรม ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายชิ้นระบุว่า นวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในด้านต่างๆ และมีความจำเป็นสำหรับการแข่งขัน (Weerawardena, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Baldwin and Johnson (1996) ที่พบว่า นวัตกรรมมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจหลายด้านไม่ว่าจะเป็นส่วนแบ่งการตลาด หรือแม้แต่ความสามารถในการทำกำไรตลอดจนการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Dwyer & Mellor, 1993) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Shipley, Edgett, and Forbes (1991) ที่พบว่า การออกนวัตกรรมใหม่หรือการผลิตสินค้าใหม่ ช่วยส่งเสริมให้ยอดขายและกำไรของธุรกิจดีขึ้น ตลอดจนการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นและเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้

Storey and Easingwood (1999) ยังกล่าวว่า ความสำเร็จจากการมีนวัตกรรมหรือการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่งผลประโยชน์หลายอย่างแก่องค์กรที่ไม่ใช่แค่เรื่องของเงิน เช่น โอกาสในการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ การรักษาฐานลูกค้าเก่า การปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร การเปิดโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ และจาก

การทบทวนวรรณกรรมของ Drucker (1954); Fidel, Schlesinger, and Cervera (2015) ได้ข้อสรุปว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กรที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง และทำให้มีผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยรวมดีขึ้น

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานการรักษาระดับสากล (joint commission international accreditation--JCI) โดยศึกษาถึงผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ปัญหาและแนวทางการพัฒนานวัตกรรม โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสัมภาษณ์แบบเจาะจง (purposive sampling) กับผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วยโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชนนอกเขตกรุงเทพมหานคร

จำนวน 3 แห่ง โดยผู้บริหารโรงพยาบาลแต่ละแห่งต้องบริหารงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participate observation) กับผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานการรักษาระดับสากล โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสัมภาษณ์แบบเจาะจง กับผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 6 แห่ง โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารแต่ละ 1 คน เพื่อเป็นกรณีศึกษาที่เป็นตัวแทนแสดงข้อมูลการจัดการนวัตกรรม

เชิงสร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร ของโรงพยาบาลเอกชน

3. การสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวผู้วิจัยที่ถือเป็นฐานเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแนวคำถามในการวิจัยนั้นได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมออกมาเป็นรูปแบบของแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กำหนดประเด็นคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

4.1 การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามวิธีการศึกษาเฉพาะกรณีโดยสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยเลือกสุ่มแบบเจาะจง กับผู้บริหารโรงพยาบาลในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานการรักษาระดับสากล จำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชนนอกเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงพยาบาลเอกชนต่างพื้นที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (Patton, 1990, p. 464)

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก เช่น แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นต้น

4.4 การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจาก การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

เกี่ยวข้องกับบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับการยินยอมในการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก และการเคารพในการให้ข้อมูล โดยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้แนะนำตนเอง พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย การนำข้อมูลไปใช้นอกจากนั้นยังรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบว่า การวิจัยครั้งนี้จะไม่เปิดเผยชื่อ-ชื่อสกุล แต่จะใช้นามแฝงในรายงานการวิจัย เพื่อเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Buaraphan, 2013) ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการบันทึกเสียง การจดบันทึกข้อความ และทำลายการบันทึกเสียงเมื่อสิ้นสุดการวิจัย ส่วนการนำข้อมูลไปใช้ในการอภิปรายหรือการตีพิมพ์เผยแพร่ผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นข้อมูลส่วนรวมในเชิงวิชาการเท่านั้น

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบด้วยเทคนิควิธีสามเส้าของ (Chantavanich, 2013; Patton, 1990) ดังนี้

5.1 ตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (triangulation of sources) คือ เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกันภายใต้วิธีการและเรื่องเดียวกัน ด้วยการสัมภาษณ์กับธุรกิจโรงพยาบาล 2 รูปแบบ ได้แก่ โรงพยาบาลที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และโรงพยาบาลที่อยู่นอกเขตกรุงเทพมหานคร และสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงพยาบาล รองผู้อำนวยการโรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงสถานที่และบุคคล

5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (methods triangulation) ด้วยการใช้วิธีการเก็บรวบรวมที่หลากหลาย ได้แก่ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบวิธีสามเส้า ต้องมีวิธีการซึ่งมีความสำคัญในการสร้างเครื่องมือที่มีคุณภาพได้นั้น ประกอบด้วย

(1) ด้านเอกสาร ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากแหล่งต่างกัน (2) ด้านบุคคล ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากบุคคลหลายคน ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาลที่มาจากหลายแห่ง หรือมีบริบทที่มีความแตกต่าง ในด้านการบริหารจัดการ สภาพแวดล้อม รวมถึงภูมิสำเนาของสถานที่ตั้งโรงพยาบาลนั้นๆ และ (3) ด้านผู้วิจัย ใช้ข้อมูลจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่างกันว่าได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกันแสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงข้อมูล (data display) ทำโดยเขียนในรูปแบบเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายถึงเรื่องราวอย่างมีความหมาย และตรงประเด็น กับสิ่งที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ด้วยการนำข้อมูลที่ได้มาถอดเทปสนทนาแบบคำต่อคำ (verbatim) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดกลุ่ม โดยใช้หัวข้อย่อยในแบบสัมภาษณ์มาเป็นแนวทางสำหรับการจัดกลุ่มและเปรียบเทียบข้อมูลในเรื่องเดียวกันที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกันเพื่อแสดงสาระสำคัญของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร

ผลการวิจัย

1. ความหมายและองค์ประกอบการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ โดยทั่วไปอาจเป็นความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิด ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความคิดนั้นส่งผลในแง่ต่างๆ เช่น เกิดสิ่งใหม่ที่พัฒนาขึ้นจากความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานให้เหมาะสม ซึ่งอาจออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และผลลัพธ์เหล่านั้นก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อองค์การ จึงกล่าวได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นกุญแจสำคัญ

ในการสร้างความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นความสามารถในการจัดการโดยรวมขององค์การ เกี่ยวกับการสร้างและปรับเปลี่ยนแนวคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ รวมถึงเป็นการเพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้เปรียบทางการตลาด และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่ที่การคิดค้นสิ่งใหม่ นวัตกรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการบริการที่แตกต่างจากเดิมเท่านั้น แต่การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับโรงพยาบาลเอกชน ยังรวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีมาบูรณาการปรับใช้เพื่อแก้ปัญหา และส่งเสริมกระบวนการทำงานในส่วนต่างๆ อีกด้วย ซึ่งองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงเชิงรุก การเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ และการบูรณาการเทคโนโลยี ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 การเปลี่ยนแปลงเชิงรุก ปัจจุบันอุตสาหกรรมด้านสุขภาพมีการแข่งขันสูง ทั้งจากคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ทำให้ผู้บริหารของโรงพยาบาลเอกชนหันมาให้ความสำคัญ และมีส่วนร่วมในการผลักดันให้พนักงานทุกคนปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการปฏิบัติงานในทางที่ดีขึ้นเพื่อเตรียมรับความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต มีการจัดหลักสูตรอบรมให้พนักงานในองค์การให้มีแนวคิด วิสัยทัศน์ คิดไปข้างหน้า และช่วยกันสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจโรงพยาบาลของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้องค์การสามารถดำรงอยู่ได้อย่างแตกต่าง และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเชิงรุกยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาตัวเอง และเป็นเหตุจำเป็นซึ่งความคิดสร้างสรรค์ที่จะ

นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงหรือนำมาซึ่งนวัตกรรมที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรได้ในยุคปัจจุบัน

1.2 การเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง ความรู้เป็นเครื่องมือไปสู่ความสำเร็จ จึงมีการกระตุ้นให้พนักงานทุกระดับพร้อมที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการจัดอบรม หรือจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ต่างๆ และนอกจากความรู้แล้วประสบการณ์ก็นับเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะประสบการณ์หรือบทเรียนที่เป็นความผิดพลาดในอดีต ควรเอามาเป็นกรณีศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาและวางแผนรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้ความรู้ใหม่ๆ โดยลักษณะของการให้ความรู้จะเน้นการให้ความรู้เชิงบูรณาการกับเทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อเป็นทางหรือแนวคิดที่จะช่วยต่อยอดให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กรต่อไป

1.3 การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการมองเห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ และความสามารถในการจัดการข้อมูลของที่มีการคิดเป็นระบบ คิดอย่างบูรณาการ ตลอดจนความสามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร ความรู้และการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้อำนวยความสะดวกในการทำงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างนวัตกรรมขึ้นในองค์กร

1.4 การบูรณาการเทคโนโลยี เป็นการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการกับหน่วยงานต่างๆ ในโรงพยาบาล เพื่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นส่งผลทำให้งานในแต่ละฝ่ายสามารถดำเนินการได้โดยไม่ติดขัด นอกจากนี้การมีระบบฐานข้อมูลภายในองค์กรที่พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึง เพื่อส่งข่าวสารและสามารถเรียนรู้งาน หรือแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทุกหน่วยงานได้เรียนรู้ และสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้

2. ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมให้กับองค์กรได้โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้รับบริการมีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้การที่องค์กรมีความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมด้านต่างๆ ก็เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขันได้อีกด้วย ซึ่งความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนนั้นประกอบด้วยความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความเป็นเลิศนวัตกรรมบริการ ส่วนใหญ่มาจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือคนไข้ที่มาใช้บริการ โดยมีการพัฒนาบริการด้วยการนำเสนอการบริการที่ไม่เคยมีหรือไม่เคยปรากฏมาก่อน เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ และที่สำคัญไปกว่านั้น คือ นวัตกรรมบริการของโรงพยาบาลเอกชนจะต้องสร้างประสบการณ์การบริการใหม่ที่มีคุณค่า รวมถึงสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง แต่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้เหนือความคาดหมายให้กับลูกค้า (2) นวัตกรรมทางการแพทย์ การใช้นวัตกรรมทางการแพทย์ เพื่อลดความยุ่งยากในการทำงานของแพทย์ พยาบาลและเจ้าหน้าที่โดยนวัตกรรมเหล่านี้จะช่วยแพทย์เข้าถึงข้อมูลของผู้ป่วยได้ถูกต้อง รวดเร็ว ส่งผลให้การรักษามีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่จะมีการพัฒนานำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ป่วย เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทางมารักษา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการรักษา แต่ผู้ป่วยยังคงได้รับการรักษาที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัยเช่นเดิม และ (3) นวัตกรรมทางการตลาด คือ การเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวก ในการเข้าถึงข้อมูล นำเสนอสินค้าและการบริการในรูปแบบต่างๆ ซึ่งการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการทำการตลาดของ

โรงพยาบาลถือว่าช่วยให้ผู้ป่วยหรือลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและติดต่อกับโรงพยาบาลได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และโรงพยาบาลยังประหยัดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการในการทำประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโรงพยาบาลจากแต่ก่อนเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นนวัตกรรมทางการตลาดยังสามารถสร้างรายได้ให้กับโรงพยาบาลเอกชนได้อย่างมากอีกด้วย

3. ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศด้านผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนนั้นแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ (1) ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน เมื่อธุรกิจมีการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ และเทคโนโลยีนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้เข้ารับบริการได้ดีมากเท่าไร ยิ่งส่งผลทำให้โรงพยาบาลมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้โรงพยาบาลเอกชนที่นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการให้บริการ หรือจะเป็นการนำเอานวัตกรรมทางการแพทย์ใหม่ๆ มาใช้ในการรักษา จะส่งผลทำให้โรงพยาบาลสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้ และยังมีอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาดที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอีกด้วย และ (2) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน สำหรับโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการไม่ว่าจะเป็นจากผู้เข้ารับบริการรายเก่าหรือรายใหม่ และสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์ในการให้บริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐาน การรักษาแล้วคนไข้หายจากโรคที่เป็นหรือโรคที่มีอาการ ทำให้คนไข้ทั้งใหม่และเก่าไว้วางใจที่จะมารักษา หรือใช้บริการที่โรงพยาบาลในครั้งต่อไป หรือเกิดการใช้ซ้ำนั่นเอง

การอภิปรายผล

1. การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม เป็นความสามารถในการจัดการโดยรวมขององค์การ ในการสร้างและปรับเปลี่ยนแนวคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เกิดนวัตกรรม และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่ที่การคิดค้นสิ่งใหม่ นวัตกรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการบริการที่แตกต่างจากเดิม แต่การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับโรงพยาบาลเอกชน ยังรวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีมาบูรณาการปรับใช้เพื่อแก้ปัญหา และส่งเสริมกระบวนการทำงานในส่วนต่างๆ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Wright et al. (1994) ที่กล่าวว่า เพื่อให้องค์การสามารถดำรงอยู่อย่างแตกต่าง และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ การเปลี่ยนแปลงเชิงรุกจึงเป็นความสามารถที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาตัวเองและความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงหรือนำมาซึ่งนวัตกรรมที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์การได้ในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ (Woodman et al., 1993) หากองค์กรมีศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในทุกระดับด้วยการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ก็จะทำให้้องค์การนั้นสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง และนอกจากการเรียนรู้แล้ว Tantivathananaphand (2012) ยังกล่าวว่า การเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างแนวคิดและแนวทางปฏิบัติ จะนำไปสู่การผลิตสิ่งใหม่เชิงสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม นอกจากการเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์จะช่วยให้เกิดนวัตกรรมแล้ว Kirkbride (2014) พบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจะทำให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้นอีกด้วย

2. การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศด้านผลการดำเนินงาน การที่โรงพยาบาลเอกชนที่มีการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ และเทคโนโลยีนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้เข้ารับบริการได้ดีมากเท่าไร ยิ่งส่งผลทำให้โรงพยาบาลมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Woodman et al. (1993) ที่พบว่า หากองค์กรที่มีศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในทุกระดับ ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และใช้ทักษะการเรียนรู้ที่หลากหลาย จนกระทั่งสามารถสร้างนวัตกรรม สินค้า บริการ หรือแนวทางการปฏิบัติและดำเนินธุรกิจใหม่ จะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ Weerawardena (2003) ที่กล่าวว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายชิ้นระบุว่านวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในด้านต่างๆ และมีความจำเป็นสำหรับการแข่งขัน นอกจากนี้ Drucker (1954); Fidel et al. (2015) พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กรที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง และทำให้มีผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ผลการดำเนินงานด้านการตลาด และผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยรวมดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Kaplan and Norton (2004) ที่พบว่า การที่

โรงพยาบาลมีนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ดี นับเป็นอีกหนึ่งความสามารถในการสร้างและส่งเสริมบริการของโรงพยาบาล ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลนอกเหนือจากตัวเงินแล้ว โรงพยาบาลยังมุ่งหวังความพึงพอใจของผู้ป่วย ความผูกพันของผู้ป่วยที่มีต่อโรงพยาบาล และภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลในสายตาของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ความมีชื่อเสียงและการยอมรับจากผู้ป่วยอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบหรืออุตสาหกรรมโรงพยาบาลเอกชน เพียงแค่อย่างเดียว ดังนั้นผลการวิจัยในบางหัวข้อจึงไม่สามารถนำไปใช้ได้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ เนื่องจากมีลักษณะธุรกิจที่มีความเฉพาะเจาะจง ดังนั้นในครั้งต่อไปอาจทำในลักษณะที่ไม่ระบุอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวาง (generalization) อย่างไรก็ตามในการวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยเสนอให้ทำการศึกษาธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนาประเทศและกำลังเจริญเติบโต ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม และธุรกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าวจึงควรแก่การศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันและเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

References

- Baldwin, J. R., & Johnson, J. (1996). Business strategies in more and less-innovative firms in Canada. *Research Policy*, 25(5), 785-804.
- Bangkok Bank. (2022). “Thailand” opens the country to promote tourism entrepreneurs should push wellness tourism, a popular trend that won the hearts of travelers. Retrieved from <https://www.bangkokbanksme.com/en/7sme1-hot-trend-wellness-tourism> [In Thai]
- Bovornkiratekajorn, C. (2011). *Private hospitals business model for innovation management toward excellent health care center of Asia*. Master Thesis of Science (Innovation and Technology Management), Thammasat University. [In Thai]
- Buaraphan, K. (2013). *Qualitative research: Not difficult as thought* (5th ed.). Mahidol University, Institute for Learning Innovation. [In Thai]
- Chantavanich, S. (2013). *Qualitative research methods* (21st ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage.
- Dooley, L., & O’Sullivan, D. (2003). Developing a software infrastructure to support systemic innovation through effective management. *Technovation*, 23(8), 689-704.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.
- Dwyer, L., & Mellor, R. (1993). Product innovation strategies and performance of Australian firms. *Australian Journal of Management*, 18(2), 159-180.
- Fidel, P., Schlesinger, W., & Cervera, A. (2015). Collaborating to innovate: Effects on customer knowledge management and performance. *Journal of Business Research*, 68(7), 1426-1428.
- Goldman, S. L., Nagel, R. N., & Preiss, K. (1995). *Agile competitors and virtual organizations: Strategies for enriching the customer*. Van Nostrand Reinhold.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). Measuring the strategic readiness of intangible assets. *Harvard Business Review*, 82(2), 52-63.
- Kirkbride, G. L. (2014). *Exploring how nurses make sense of the safety features of smart infusion pump technology*. Doctoral Thesis of Philosophy (Nursing), University of Iowa.
- National Statistical Office. (2017). *The 2017 private hospital survey*. Retrieved from <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสุขภาพ/โรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน/2560/FullReport.pdf> [In Thai]
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Sage.

- Podhisita, C. (2011). *Science and art of quality research* (5th ed.). Amarin Printing & Publishing. [In Thai]
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. The Free Press.
- Shipley, D., Edgett, S., & Forbes, G. (1991). *New product success rates among British and Japanese companies*. EMAC 1991 Proceedings (pp. 1160-1175). Rome.
- Storey, C., & Easingwood, C. J. (1999). Types of new product performance: Evidence from the consumer financial services sector. *Journal of Business Research*, 46(2), 193-203.
- Tantivathanaphand, S. (2012). *Influences of technological and behavioral resources on the product and process innovation performance of organizations in Thailand*. Doctoral Dissertation of Business Administration, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Weerawardena, J. (2003). The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy. *Journal of Strategic Marketing*, 11(1), 15-35.
- Wong, S.-Y., & Chin, K.-S. (2007). Organizational innovation management : An organization-wide perspective. *Industrial Management and Data Systems*, 107(9), 1290-1315.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *The Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- Wright, P. M., McMahan, G. C., & McWilliams, A. (1994). Human resources and sustained competitive advantage: A resource-based perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 5(2), 301-326.