

Academic Article

องค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลต่อการจัดการโรงแรมในสถาบันการศึกษา DIGITAL TRANSFORMATION KEY COMPONENTS OF HOTEL MANAGEMENT IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

พงศ์ภูมิ สรชมแก้ว* ชาอวฤทธิ์ เชาว์แสงรัตน์ และ สุนันทา เสถียรมาศ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Phongphoom Sornchomkaew* Chaowalit Chaowsangrat and Sunanta Satieramas
Rattanakosin College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

*E-mail: phongphoom.sorn@mutr.ac.th

Received: 2025-03-25

Revised: 2025-07-16

Accepted: 2025-08-20

บทคัดย่อ

ในยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) องค์กรต่าง ๆ กำลังเผชิญกับปัญหาในการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ รวมถึงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน องค์กรต้องเผชิญหน้ากับแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ต้องปรับตัวด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีต่าง ๆ นักวิชาการหลายท่านมองว่าความสามารถในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถก้าวผ่านการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว โรงแรม ในสถาบันการศึกษาเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ฝึกภาคปฏิบัติสำหรับนักศึกษาหลักสูตร การโรงแรม หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความชำนาญในการดำเนินธุรกิจโรงแรม เป็นสถานที่ในการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) นอกจากนี้ยังเป็นหน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจและจัดการรายได้ที่สำคัญของสถาบันการศึกษาอีกด้วย องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

บทความฉบับนี้เป็นการปริทัศน์และสังเคราะห์วรรณกรรมอย่างละเอียดเกี่ยวกับแนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมบริการโรงแรม และการจัดการโรงแรมในสถาบันการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุองค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อโรงแรม ในสถาบันการศึกษาแก่ผู้บริหารให้สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและเตรียมความพร้อมองค์กร

ในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ผู้เขียนได้เสนอกรอบแนวคิดที่ระบุ 6 องค์ประกอบที่สำคัญในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ประกอบด้วย 1) ประสบการณ์ลูกค้า 2) กระบวนการทำงาน 3) การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ 4) เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล 5) การพัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรมดิจิทัล และ 6) การมีส่วนร่วมของนักศึกษาองค์กรดิจิทัล

คำสำคัญ: องค์กรดิจิทัล การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การจัดการ

ABSTRACT

In the era of digital transformation, various organizations are facing challenges in struggling to keep pace with these changes, including the impact of the coronavirus (COVID-19) pandemic affecting all sectors. Organizations must confront the New Normal approach and adapt to digital technology and various technologies. Many academics believe that digital transformation capability is a crucial key that will help organizations navigate through changes rapidly. Educational institution hotels are established to serve as practical training for students in hotel management, or related fields, providing them with the expertise to run hotel businesses. This serves as venues for Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE). Furthermore, these hotels operate as business entities, generating substantial revenue for their affiliated educational institutions. Therefore, organizations must adapt and elevate their capabilities to remain competitive in the business landscape during the digital transformation era.

This article is a comprehensive review and synthesis of the literature on the concept of digital transformation, the application of digital technology in the hotel industry, and the management of educational institution hotels. The objective is to identify the components of digital transformation that impact educational institution hotels, enabling administrators to make informed decisions and prepare their organizations for an effective and successful digital transformation. The author proposes a conceptual framework identifying six key components of digital transformation: 1) Customer Experience, 2) Operational processes, 3) Data Management & Analytics, 4) Digital Technology & Infrastructure, 5) Digital People & Culture, and 6) Student Digital Engagement in Organizational Transformation.

Keywords: Digital Organization, Digital Transformation, Management

บทนำ

เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงในวงกว้าง กำลังแผ่ขยายกระจายไปทั่วทุกมุมโลก ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในหลายส่วนของภาคอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ และสร้างความท้าทายให้กับองค์กรที่มีการดำเนินงานรูปแบบเก่าอย่างมาก (Lansiti & Lakhani, 2014) องค์กรที่มองข้ามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลหรือบริหารจัดการองค์กรรูปแบบเดิม อาจไม่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และอาจถูกองค์กรอื่นที่ปรับตัวแล้วเข้ามาท้าทายและอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันหรืออาจหยุดชะงัก (Disruption) จนต้องหยุดการดำเนินธุรกิจนั้นไป ส่วนองค์กรที่ผู้บริหารมีการวางกลยุทธ์และยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลจะมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจขององค์กรมากขึ้นโดยการพัฒนาหรือสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานภายในองค์กร และการใช้ประโยชน์จากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านั้นไปใช้ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการอยู่รอดขององค์กร (Hess et al. 2016) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เมื่อไม่นานมานี้ ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมภาคธุรกิจหลายแห่งสูญเสียรายได้ บางแห่งต้องลดจำนวนพนักงาน บางแห่งต้องปิดกิจการและขายธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้ากับแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ธุรกิจไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ล้วนเร่งปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ นอกจากนี้การปรับตัวด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้การทำงานผ่านระบบดิจิทัลสร้างความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นการสร้าง

ข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (Prapasa & Dokchan, (2022) ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยสนับสนุนการบริหารความเสี่ยงและการตัดสินใจ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพควรใช้ทั้งข้อมูลในอดีตและปัจจุบัน ข้อมูลในอดีตเป็นการแสดงผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับเป้าหมายแสดงแนวโน้มของเหตุการณ์และช่วยคาดการณ์การปฏิบัติงานในอนาคต อีกทั้งยังให้สัญญาณเตือนล่วงหน้าเกี่ยวกับเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น (Thaweethong, 2022) องค์กรในยุคดิจิทัลจะต้องยึดรูปแบบการบริหารองค์กรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อช่วยให้องค์กรมีวิสัยทัศน์และแนวทางการจัดการองค์กรที่เหมาะสม มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและก่อให้เกิดแรงกระตุ้นเพื่อครั้งใหญ่ให้กับองค์กรในทางที่ดีขึ้น ส่วนปัจจัยด้านเทคโนโลยีนับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดการองค์กรในยุคดิจิทัลที่มีผลต่อระดับภาวะผู้นำสมัยใหม่ของผู้บริหาร เพื่อช่วยให้องค์กรพร้อมปรับตัวรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ (Wongdusitburi, 2023)

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจไปทั่วโลก และมีความสำคัญมากในการนำไปใช้ในการดำเนินงานพัฒนาองค์กรธุรกิจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการในภายในองค์กร และการสร้างมูลค่า (Zaoui & Souissi, 2020) ปัจจุบันการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ได้รับการนิยามไว้หลากหลายตามบริบทของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเป็นความต้องการให้องค์กรจัดการกับปรากฏการณ์ของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ให้ดีขึ้น โดยให้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น

เป็นสมรรถนะหลักขององค์กร เนื่องจากองค์กรกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่การให้บริการลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ ความคล่องตัวต่อการเปลี่ยนแปลงนี้จะช่วยให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทำได้อย่างต่อเนื่อง (Bloomberg, 2018) สอดคล้องกับ Maopraman & Pooripakdee (2023) ได้สรุปว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจเกิดการริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ หรือการสร้างสรรคแนวคิดใหม่ถูกนำมาใช้ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ในปัจจุบัน โดยอาศัยแนวคิดด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้นภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ จึงได้รับผลกระทบตามไปด้วย ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปฏิรูปองค์กรสู่ดิจิทัล มีการเตรียมความพร้อมให้องค์กรมีขีดความสามารถ ศักยภาพ ซึ่งเป็นการปฏิรูปองค์กรจากองค์กรรูปแบบเดิมสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างเท่าทันเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้บริโภค หลีกเลียงจากการถูกทำลาย ที่เรียกว่าการทำลายล้างในยุคดิจิทัล (digital disruption) ในภาคอุตสาหกรรมบริการได้มีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยี แรงกดดันด้านต้นทุนและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และต้องปรับสมดุลระหว่างการดำเนินการระบบเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทางเลือกเชิงกลยุทธ์ในการทำให้เป็นดิจิทัลจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ

องค์กรที่จะได้รับความได้เปรียบในการแข่งขันและการอยู่รอดในอุตสาหกรรมบริการ (Wynn & Lam, 2023)

จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การพัฒนาองค์กรในภาคอุตสาหกรรมบริการยุคการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ซึ่งรวมถึงธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เป็นการพัฒนาองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการทำงานภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Chantane & Saengthong-dee (2022) ได้สรุปว่า ผู้บริหารองค์กรที่ต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงและประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล นอกจากการตัดสินใจในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรแล้ว ต้องให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร ชุดความคิดทางด้านดิจิทัลในทุกระดับ สนับสนุนการทำงานเป็นทีม การสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า และสร้างความร่วมมือหรือเครือข่ายระหว่างธุรกิจให้แข็งแกร่งเพื่อทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

โรงแรมในสถาบันการศึกษาเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ฝึกภาคปฏิบัติสำหรับนักศึกษาหลักสูตรการโรงแรม บริหารธุรกิจโรงแรมหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ความชำนาญในการดำเนินธุรกิจโรงแรม เป็นการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ของสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นแนวคิดของการจัดการศึกษาเชิงประสบการณ์ บนฐานสมรรถนะ ใช้การเรียนรู้หน้างานควบคู่กับ

กระบวนการปฏิบัติและวัตถุประสงค์อีกด้านหนึ่ง เป็นสถานที่สำหรับให้บริการอย่างมืออาชีพ รวมทั้ง การจัดหารายได้ให้กับสถาบันการศึกษา

บทความนี้นำเสนอสาระเกี่ยวกับการจัดการ โรงแรมของสถาบันการศึกษายุคเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยเริ่มจากการประมวลเอกสาร ทฤษฎีและแนวคิด เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมบริการ โรงแรม และการจัดการโรงแรมในสถาบันการศึกษา นำมา จัดการให้องค์กรด้านธุรกิจโรงแรมของสถาบัน การศึกษามีความสามารถในการเปลี่ยนผ่านสู่ องค์กรดิจิทัล จากนั้นกำหนดองค์ประกอบแล้วจึง เชื่อมโยงเป็นกรอบแนวคิด เพื่อการศึกษาวิจัยต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation)

ในช่วงเปลี่ยนคริสต์ศักราชจากปี ค.ศ.1990s ถึงปี ค.ศ.2000s หลังจากที่เครื่องคอมพิวเตอร์ เริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ซึ่งคอมพิวเตอร์เป็นมากกว่าเครื่องมือที่ช่วยใน การคำนวณ จัดการและประมวลผลข้อมูล ทำให้เกิด คำว่า การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ขึ้นและเป็นกระแสอย่างมากอยู่ใน ปัจจุบัน ในช่วงแรกของยุคดิจิทัลได้มีการพัฒนา เว็บไซต์เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารกับลูกค้า ต่อมา เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลได้พัฒนาอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาโทรศัพท์สมาร์ทโฟนก็เริ่มมี การทำการตลาดกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จนเกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ผ่านแพลตฟอร์มบน สมาร์ทโฟน ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสสร้างช่องทาง การหารายได้ของธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ การเปลี่ยนผ่าน

สู่ดิจิทัล จึงเป็นเป้าหมายหลักขององค์กรที่ต้อง แข่งขันและสร้างธุรกิจให้เติบโตโดยอาศัยเทคโนโลยี ดิจิทัล ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายของผู้บริหารยุคดิจิทัลนี้ (Thailand Productivity Institute, 2019) จากวิวัฒนาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล จะเห็นได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อ ทุกภาคส่วน การปฏิรูปทางดิจิทัลได้เปลี่ยนพื้นฐาน วิธีการดำเนินธุรกิจและการจัดการองค์กร ควบคู่ ไปกับความต้องการของบุคลากรในองค์กรและ ผู้บริโภคที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปซึ่งเป็นคุณลักษณะ ขององค์กรดิจิทัล (Hartl & Hess, 2017) การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเป็นกลยุทธ์สำหรับใช้ ขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ ซึ่งปัจจุบันมีนักวิชาการ และหน่วยงาน ต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยมีการกำหนดองค์ประกอบไว้ มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของศูนย์ธุรกิจดิจิทัล MIT Sloan Center for Information Systems Research โดย Westerman et al. (2011) ได้มีแนวทาง มาจากพื้นฐานความเข้าใจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูลดิจิทัลที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ใน 3 ประการสำคัญ คือ (1) ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) (2) กระบวนการทำงาน (Operational Process) และ (3) รูปแบบธุรกิจ (Business Model) โดยยังต้องมีการปรับเปลี่ยนส่วนอื่น ๆ ในองค์กร ควบคู่กัน นอกเหนือจากประเด็นสำคัญ 3 ด้าน ดังกล่าว พบว่ายังมีอีก 1 ประเด็นสำคัญ คือ ความสามารถทางดิจิทัล (Digital Capability)

ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของ 3 ประเด็นสำคัญข้างต้น

2. องค์ประกอบหลักของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล 5 ประการ ของ David Rogers นักวิชาการด้านการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลแห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย Rogers, D. L. (2016) ได้อธิบายว่า แนวคิดใหม่ทางธุรกิจสำหรับยุคดิจิทัล สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งการเปลี่ยนสู่ดิจิทัลไม่ใช่การเปลี่ยนทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเท่านั้น แต่เป็นการปรับปรุงวิธีการคิดเชิงกลยุทธ์ ซึ่งองค์ประกอบหลัก 5 ประการของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ประกอบด้วย (1) ลูกค้า (Customers) (2) การแข่งขัน (Competition) (3) ข้อมูล (Data) (4) นวัตกรรม (Innovation) และ (5) ค่านิยม (Value)

3. องค์ประกอบหลักของการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล 6 ประการของบริษัท McKinsey & Company ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการองค์กร โดย Desmet et al. (2015) ได้อธิบายว่า องค์กรหลายแห่งรู้ถึงข้อดีของการเป็นองค์กรดิจิทัลในยุคปัจจุบัน แต่มีองค์กรจำนวนไม่มากนักที่จะประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล ซึ่งองค์ประกอบหลัก 6 ประการในการเป็นองค์กรดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูง ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์และนวัตกรรม (Strategy and Innovation) (2) วิธีการตัดสินใจของลูกค้า (Customer Decision Journey) (3) กระบวนการแบบอัตโนมัติ (Process Automation) (4) องค์กร (Organization) (5) เทคโนโลยี (Technology)

และ (6) ข้อมูลและการวิเคราะห์ (Data and Analytics)

กล่าวโดยสรุป การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจและกระทบต่อวิถีชีวิตของประชากรทั่วโลก ทำให้องค์กรต้องพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางดิจิทัล เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรดำเนินการอยู่ในสภาพปัจจุบัน การพัฒนากลยุทธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรจะต้องเร่งดำเนินการ องค์กรจะต้องมีความเข้าใจอย่างแท้จริงในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยเฉพาะองค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรม การโรงแรม

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลขององค์กรโรงแรมเริ่มต้นด้วยการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในทุกส่วนของโรงแรมตั้งแต่กระบวนการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการจัดการอาคารโรงแรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้า (Busulwa et al. 2022) ปัจจุบันนี้ งานด้านการบริการกำลังเผชิญกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การเช็คอินผ่านโทรศัพท์มือถือ การชำระเงินออนไลน์ การควบคุมทำงานด้วยเสียงและลายนิ้วมือ ส่วนลูกค้าที่ปลดล็อกสมาร์ตโฟนและแล็ปท็อปด้วยการใช้ระบบจดจำใบหน้าและลายนิ้วมือ มักจะคาดหวังความสะดวกสบายเช่นเดียวกันในการเข้าถึงห้องพักของโรงแรม (EHL Insights, 2022) เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การปรับปรุงประสบการณ์

และจดจำความชอบของลูกค้าเป็นเรื่องง่ายมากขึ้น ส่วนใหญ่เว็บไซต์จะมีการโต้ตอบด้วยการแจ้งเตือนแบบป๊อปอัพและ เซทบอต (SiteMinder, 2022) การสนทนาด้วยเซทบอตเป็นประโยชน์อย่างมากในการให้คำตอบในทันที โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพนักงานไม่สามารถให้บริการได้ หลายครั้ง การโต้ตอบดังกล่าวช่วยในการแก้ไขปัญหาแบบง่าย ๆ

ในเบื้องต้นได้ (Ukpabi, et al. 2019) ท่ามกลางโอกาสและความท้าทายในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงและการยกระดับถือเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนสำหรับองค์กรโรงแรม เทคโนโลยีดิจิทัลได้รับการพัฒนาและสนับสนุนโดยนำมาใช้ในการให้บริการของโรงแรมในหลายส่วน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการของโรงแรม (Lui & Zhang, 2021)

ประเภทการบริการ	ลักษณะการให้บริการของโรงแรม	เทคโนโลยีดิจิทัล
การบริการลูกค้า	ระบบการจองห้องพัก	เทคโนโลยีการชำระเงินออนไลน์
	การเช็คอินและเช็คเอาท์	ระบบการเลือกห้องด้วยตนเอง
	การนำลูกค้าเข้าห้องพัก	เทคโนโลยีจองจำใบหน้า
	การสั่งอาหารด้วยตนเอง และการจัดส่งอาหารโดยหุ่นยนต์	เทคโนโลยีจองจำใบหน้า ระบบลิฟต์อัจฉริยะ
ประสบการณ์ในห้องพัก	ห้องพักอัจฉริยะ	อุปกรณ์ห้องพักอัจฉริยะ
		เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ความเป็นจริงเสมือน เทคโนโลยีสั่งการด้วยเสียง
การประชุมสัมมนา	การแปลคำพูดเป็นคำบรรยาย	เทคโนโลยีการสังเคราะห์เสียง
	การแปลต่อเนื่องในทันที	ระบบแปลภาษาอัจฉริยะ
	การไลฟ์สดเสมือนจริง	เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง ความเป็นจริงเสมือน
การจัดการความปลอดภัย และสุขภาพของลูกค้า	การรักษาความปลอดภัย	กล้องวงจรปิดอัจฉริยะ เทคโนโลยีจองจำใบหน้า
	การตรวจวัดฝุ่นละอองในอากาศ	ระบบตรวจจับควันอัจฉริยะ
	การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย	ระบบเซ็นเซอร์อินฟราเรดอุณหภูมิอัจฉริยะ
	การปรึกษาแพทย์ออนไลน์	ระบบการแพทย์ระยะไกลผ่านเครือข่าย 5G
การตลาด	ข้อมูลการขายผลิตภัณฑ์และบริการ	การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่
	การตัดสินใจและการวางแผนการตลาด	การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่
การบริหารจัดการทางการเงิน	การตรวจสอบกระบวนการบริหาร	เทคโนโลยีการรู้จำภาพอัจฉริยะ
	จัดการทางการเงิน	เทคโนโลยีการรู้เสียงและการระบุความหมาย
	การตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน	ระบบบริหารจัดการทางการเงินอัจฉริยะ

กล่าวโดยสรุป การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ได้นำพาโอกาสและความท้าทายใหม่ ๆ มาสู่องค์กรโรงแรมและเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงแรม จากมุมมองของลูกค้าไม่เพียงเพิ่มประสบการณ์ใหม่และเป็นเอกลักษณ์ให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการให้บริการแบบมีอาชีพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ส่วนมุมมองด้านการจัดการขององค์กรโรงแรม เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยลดการใช้ทรัพยากรบุคคลและลดค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานได้ ขณะที่การให้บริการระหว่างลูกค้าและระบบอัตโนมัติร่วมกับการบริการของพนักงาน ช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่กับลูกค้า อีกทั้งพนักงานได้ใช้เวลาในการพัฒนาตนเองในด้านอื่นได้มากขึ้น

การจัดการโรงแรมในสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาหลายแห่งได้เปิดการเรียนการสอนสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจโรงแรม โดยจัดทำหลักสูตรให้ครอบคลุมงานส่วนใหญ่ของโรงแรม นอกจากนี้ยังจัดหลักสูตรให้เป็นสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ซึ่งเป็นแนวคิดของการจัดการศึกษาเชิงประสบการณ์บนฐานสมรรถนะ เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์จากการทำงานจริงที่โรงแรมของสถาบันศึกษาคงคู่กับการเรียนในห้องเรียน ในประเทศไทยมีโรงแรมในสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่กำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกปฏิบัติงานสำหรับนักศึกษาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. โรงแรมของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏธุรกิจโรงแรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นระหว่างปี พ.ศ.2534-2536 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสถานที่พักให้บุคลากรทางการศึกษาและนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาต่อที่วิทยาลัยครูในสมัยนั้น ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏได้เปิดให้บริการห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา ห้องอาหาร และธุรกิจบริการอื่น ๆ เพื่อเป็นแหล่งในการสร้างรายได้สำคัญให้กับมหาวิทยาลัย เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการศึกษา หรือการดำเนินการในกิจการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย รวมทั้งเป็นสถานประกอบการภายในสำหรับรองรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้กับนักศึกษาทุกสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อได้ฝึกปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง (Onchaiya, 2012) ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจโรงแรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อการให้บริการเชิงพาณิชย์ ได้แก่ (1) โรงแรมวังจันทร์เฮอร์วิว มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก (2) ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพจันทร์เกษมปาร์ค มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม กรุงเทพมหานคร (3) ศูนย์ฝึกปฏิบัติการโรงแรมวังสวนสุนันทา (แก้วเจ้าจอม) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2. โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษา และเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาโรงแรมให้มีการดำเนินงานอย่างมีมาตรฐานทั้งด้านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ รวมถึงเป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้แก่สถาบันและเป็นต้นแบบทางวิชาการ รวมทั้งสร้างเป็น

ศูนย์ปฏิบัติการในการฝึกนักศึกษาในสาขาวิชา
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว คหกรรมศาสตร์ การบริการ
ธุรกิจ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ลักษณะ
การฝึกนักศึกษาเหมือนการปฏิบัติงานจริง จึงมี
ความจำเป็นต้องเปลี่ยน แปลงลักษณะของ
ศูนย์ปฏิบัติการให้มีลักษณะเหมือนโรงแรมจริง
มากที่สุด (Mangsiri, 2010) โดยมีบริการห้องพัก
เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง การบริการอาหาร
และเครื่องดื่ม การบริการห้องอาหารดุสิตา บริการ
ห้องประชุมสัมมนา และห้องเลี้ยงรับรอง นอกจากนี้
ยังเผยแพร่วิชาการความรู้ด้านการโรงแรม
และบริการฝึกอบรมในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับ
การดำเนินงานโรงแรม (Thongkong, 2014)

3. วิทยาลัยดุสิตธานี เป็นสถาบันอุดม-
ศึกษาเอกชน เริ่มแรกนั้นได้รับการก่อตั้งในชื่อ
“โรงเรียนการโรงแรมดุสิตธานี” เมื่อปี พ.ศ. 2536
โดย ท่านผู้หญิงชนันต์ ปิยะอูย ผู้ก่อตั้งและอดีต
ประธานกรรมการบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)
และอดีตสมาชิกวุฒิสภา ได้เปิดสอนหลักสูตร
การพัฒนาธุรกิจโรงแรมและการประกอบอาหาร
ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 นั้น โรงเรียนการโรงแรม
ดุสิตธานีได้รับอนุมัติจากทบวงมหาวิทยาลัย
ให้มีฐานะเป็นวิทยาลัยเปิดสอนระดับปริญญาตรี
ปัจจุบันเปิดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี
ปริญญาโท และหลักสูตรอบรมระยะสั้น ใน 1 วิทยาเขต
และ 1 ศูนย์การศึกษา คือ วิทยาเขตกรุงเทพมหานคร
และศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
การจัดการเรียนการสอนมีการลงนามความร่วมมือ
กับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศหลายแห่ง
และได้ศึกษาต้นแบบการจัดการเรียนการสอน
วิชาการโรงแรมในสถาบันการศึกษาระดับโลก

เพื่อนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์แปลงรูปแบบ
มาใช้ เช่น มหาวิทยาลัยคอร์แนล มหาวิทยาลัย
ฮองกงโพลีเทคนิค โรงเรียนการโรงแรมประเทศ
สวีตเซอร์แลนด์ เป็นต้น (Kuprasert, 2013)

4. ศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมและการท่องเที่ยว
ราชชมงคลชมนคลื่น หรือราชชมงคลชมนคลื่นหัวหิน
ได้มีการบริหารจัดการภายใต้การดำเนินงานของ
คณะกรรมการบริหารจัดการอาคารปฏิบัติการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว (ราชชมงคลชมนคลื่น)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อใช้เป็น
สถานที่ฝึกปฏิบัติของนักศึกษาในสาขาวิชาการ
โรงแรมและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางการพัฒนา
ประสิทธิภาพ การเรียนการสอนด้านอุตสาหกรรม
การบริการและการจัดการโรงแรม และเพื่อเป็น
การบริหารทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยให้เกิด
ประโยชน์สูงสุด ซึ่งได้เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ.2558
ให้นักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม คณะอุตสาหกรรม
การโรงแรมและการท่องเที่ยว ใช้เป็นสถานที่ประกอบ
การเรียนการสอนรายวิชาต่าง ๆ อีกทั้งให้บริการ
ด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสนับสนุน
การฝึกอบรมทางวิชาการ การจัดประชุม สัมมนา
การอภิปรายทางวิชาการและกิจกรรมอื่น ๆ ของ
มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย
การจัดการศึกษาด้านการโรงแรม
ในต่างประเทศมีสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรม
ชั้นนำหลายแห่งเปิดให้บริการห้องพักเพื่อให้
นักศึกษาได้ใช้เป็นห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ
ดังนี้

1. โรงแรมสเตลเลอร์ เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติการของนักศึกษา เพื่อเสริมหลักสูตรวิชาการบริการของโรงเรียนสอนการโรงแรม มหาวิทยาลัยคอร์เนลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ตั้งอยู่บนวิทยาเขตที่สวยงาม มองเห็นวิวทิวทัศน์ทะเลสาบยูกะและเมืองอิทาก้า ซึ่งเป็นภูมิภาคที่สวยงามมากในมลรัฐนิวยอร์ก (Kuprasert, 2013) การบริหารโรงแรมก่อตั้งขึ้นที่มหาวิทยาลัยคอร์เนลในปี ค.ศ.1922 โดยสมาคมโรงแรมอเมริกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับบุคลากรโรงแรมที่ผ่านการฝึกอบรม หลักสูตรนี้รวมถึงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ บรรยายโดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและหลักสูตรที่ครอบคลุมวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรม เช่น การบัญชี วิศวกรรม และกฎหมาย (Manes, 1948)

2. โรงแรมไอคอน มหาวิทยาลัยโพลีเทคนิคฮ่องกง เป็นโรงแรมการสอนและการวิจัยแบบบูรณาการแห่งแรกของโลกที่มีเป้าหมายที่จะกลายเป็นโรงแรมแบบจำลองบทบาทเพื่อความยั่งยืนในอุตสาหกรรม เปิดตัวในประเทศฮ่องกงในปี ค.ศ.2011 หลักสูตรและระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยโพลีเทคนิคฮ่องกงในระดับอุดมศึกษาด้านการท่องเที่ยว (Hyemin et al., 2020) โดยเน้นหลักสูตรและระบบการศึกษาที่สมบูรณ์แบบ ซึ่งได้สร้างผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณภาพออกไปสู่อุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยว จุดเน้นของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นไปที่อาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ หลักสูตรที่ทันสมัย และแนวทางการศึกษาเชิงปฏิบัติทำให้สามารถปลูกฝังผู้บริหารอาวุโสด้วยมุมมอง ทักษะ และความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศ ส่วนหลักสูตรการเรียน

มุ่งเน้นไปที่ความสามารถในการปฏิบัติของนักเรียน และให้ความสำคัญของการจัดการเรียนแบบบูรณาการในกับการทำงาน (WIE; Zhong & Tang, 2015)

กล่าวโดยสรุป โรงแรมในสถาบันการศึกษาไม่ว่าจะเป็นในประเทศและต่างประเทศ ต่างมุ่งเน้นผลิตกำลังคนในทุกระดับ เพื่อสนองความต้องการของตลาดแรงงาน อีกทั้งสมรรถนะวิชาชีพการโรงแรมเริ่มจากการจัดเตรียมความพร้อมของห้องปฏิบัติการให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ โดยใช้เวลาศึกษาส่วนใหญ่ในการฝึกปฏิบัติจริงจากโรงแรมที่อยู่ภายในสถาบันการศึกษา นอกจากนี้โรงแรมในสถาบันการศึกษายังเป็นหน่วยงานจัดหารายได้ที่สำคัญของสถาบันการศึกษาก็ด้วย หน่วยงานจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในยุคปัจจุบันได้

สรุปองค์ความรู้

บทความนี้มุ่งเน้นการพัฒนาแนวทางการจัดการโรงแรมในสถาบันการศึกษาสำหรับการเริ่มต้นการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ซึ่งผู้เขียนได้ตั้งชื่อว่า “องค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล” ซึ่งดังกล่าวสื่อให้เข้าใจว่า วิธีการเชิงกรอบแนวคิดนี้เปรียบเสมือนเข็มทิศนำพารูปเดิม ให้ดำเนินธุรกิจขององค์กรเข้าสู่สภาวะของยุคเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมาโรงแรมในสถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแบบดิจิทัล กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ได้นำแนวทางการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของนักวิชาการที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ ที่จะนำพารูปการไปสู่การเป็นองค์กร

ดิจิทัล ผสมผสานกับหลักการจัดการธุรกิจโรงแรม ในสถาบันการศึกษาและการจัดการเรียนการสอน มาสร้างความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน สังเคราะห์เป็น แนวทางในการกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ครั้งนี้ องค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กร ดิจิทัลของโรงแรมในสถาบันการศึกษา ประกอบด้วย

1. ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) การสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคล ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี สมาร์ทโฟน และระบบบริการตนเองช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพการให้บริการและการสื่อสารกับลูกค้า การสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ไร้รอยต่อผ่านช่องทาง ดิจิทัลต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

2. กระบวนการทำงาน (Operational Processes) การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล กับกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยลดขั้นตอนของ การทำงาน ปฏิบัติงานได้สะดวกรวดเร็ว และตอบสนอง ต่อรูปแบบธุรกิจใหม่ขององค์กร เพื่อให้เกิด กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูง ช่วยใน การลดต้นทุนภายในองค์กร

3. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ (Data Management & Analytics) การวิเคราะห์ ข้อมูลขนาดใหญ่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและ ความต้องการของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง ในขณะที่ การประมวลผลข้อมูลแบบเรียลไทม์ทำให้โรงแรม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที นอกจากนี้ การนำข้อมูลจากระบบบริการตนเอง มาวิเคราะห์ยังช่วยในการพัฒนาคุณภาพการให้ บริการ รวมถึงการบูรณาการข้อมูลในระบบที่ช่วย

ในการคาดการณ์แนวโน้มตลาดและพัฒนากลยุทธ์ ทางธุรกิจ

4. เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Technology & Infrastructure) การบริการอัจฉริยะเน้นการเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ และระบบต่าง ๆ ผ่านเทคโนโลยี IoT รวมถึง การใช้ระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ในการ ให้บริการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดการสัมผัส ระหว่างบุคคล ทั้งยังเป็นการสนับสนุนการตัดสินใจ ในการบริหารจัดการ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ โรงแรมสามารถให้บริการที่ทันสมัยและตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

5. การพัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรม ดิจิทัล (Digital People & Culture) แนวทาง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุค การเปลี่ยนผ่าน สู่ดิจิทัล ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัลและ การสร้างภาวะผู้นำ ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรมีผลโดยตรง ต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ในขณะที่การพัฒนาทักษะดิจิทัลมีความจำเป็น อย่างยิ่งสำหรับการปรับตัวในสถานการณ์ที่ เปลี่ยนแปลง

6. การมีส่วนร่วมของนักศึกษาสู่องค์กร ดิจิทัล (Student Digital Engagement in Organizational Transformation) การใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการเรียนการสอนอย่างมี ประสิทธิภาพ โดยการรับฟังความคิดเห็นและ ประสบการณ์ของนักศึกษาช่วยให้สถานศึกษา สามารถพัฒนาระบบดิจิทัลที่ตอบสนอง ความต้องการของผู้เรียนได้อย่างแท้จริง การสร้าง การมีส่วนร่วมของนักศึกษาควรครอบคลุมทั้งด้าน

การพัฒนาทักษะดิจิทัล การออกแบบการเรียน การสอน การสร้างชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ และการประเมินผลการเรียนรู้ในรูปแบบดิจิทัล



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของโรงแรมในสถาบันการศึกษา

จากการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า หากองค์กรดำเนินการเปลี่ยนสู่ดิจิทัลทุกคนในองค์กรทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการต้องมีการวางแผนที่ชัดเจน มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศองค์กรในทุกภาคส่วน โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่เปิดใจยอมรับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจให้บุคลากร รวมถึงการจัดสรรงบประมาณด้านเทคโนโลยีดิจิทัล บทความวิชาการนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ในการวางแผนปรับกระบวนการทำงานและยกระดับองค์กรเพื่อก้าวสู่องค์กรในยุคการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

REFERENCES

- Bloomberg, J. (2018). **Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril.** Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/#2dd1ce842f2c>, December 15, 2023.
- Busulwa, R., Pickering, M., Mao, I. (2022). Digital transformation and hospitality management competencies: toward an integrative framework. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 1–16.
- Chantane, A., & Saengthongdee, P. (2022). Corporate Culture in the Digital Era. *Journal of MCU Languages and Cultures*, 2(1), 52-62.
- Desmet, D., Duncan, E., Scanlan, J., & Singer, M. (2015). **Six building blocks for creating a high-performing digital enterprise.** McKinsey & Company.

- EHL Insights. (2022). **2022 Top hospitality industry trends**. Retrieved from <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>., December 15, 2023.
- Hartl, E., & Hess, T. (2017). The role of cultural values for digital transformation: Insights from a Delphi study. **The 23rd Americas Conference on Information Systems**, Boston, MA.
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & WiesBock, F. (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. **MIS Quarterly Executive**, 15(2), 123-139.
- Hyemin, V. N., Ada, L., Patrick, Y. and Richard, H. (2020). Hotel ICON: towards a role-model hotel pioneering sustainable solutions. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 25(5), 572-582.
- Kuprasert, N. (2013). **Hotel Management Model in Educational Institutes under the Office of Vocational Education Commission**. Thesis Ph.D. in Educational Administration. Naresuan University.
- Lansiti, M., & Lakhani, K. R. (2014). Digital ubiquity: How connections, sensors, and data are revolutionizing business. **Harvard business review**, 92(11), 19.
- Liu, Y., & Zhang, N. (2021). Study of Hotel AI Application and Development Trends in 5G Era. **2021 4th International Conference on Advanced Electronic Materials, Computers and Software Engineering (AEMCSE)**, 1051-1054.
- Manes, A. (1948). American university instruction in hotel administration. **Tourism Review**, 3(1), 1-3.
- Mangsiri, N. (2010). **Development of Competition Potential for Business Unit in Higher Education : A Case Study of the Suan Dusit Place, Suan Dusit Rajabhat University**. The Degree of Doctoral of Management in Business Management Graduate School. Suan Dusit Rajabhat University.
- Maopraman, N., & Pooripakdee, S. (2023). Service Innovations That Affect Hotel Selection in Phuket. **Journal of MCU Buddhapanya Review**, 8(2), 14-26.
- Onchaiya, S. (2012). **A Causal Relationship Model of Factors Affecting the Performance of Rajabhat Universities' Hotel Business in Thailand**. Doctor of Management (Business Management). Graduate College of Management. Sripatum University.
- Prapasa., W & Dokchan., P. (2022). Impact of Covid-19 to the hotel business. **Interdisciplinary Academic and Research Journal**, 2(5), 345-358.

- Rogers, D. L. (2016). **The digital transformation playbook: rethink your business for the digital age**. New York: Columbia University Press.
- SiteMinder. (2022). **2022 Hotel industry trends to watch out for**. Retrieved from <https://www.siteminder.com/r/hoteltrends-hotel-hospitality-industry/> [2023, 7 Jan.]
- Thailand Productivity Institute. (2019). **Lessons to Learn in Embracing Digital Transformation**. Retrieved from <https://www.ftpi.or.th/en/2019/32386> [2023, 7 Jan.]
- Thaweethong, H. (2022). Thailand's Labor Policy Preparation to Support the Adoption of Digital Technology in Operations. **Journal of MCU Buddhapanya Review**, 8(2), 110-120.
- Thongkong, M. (2014). Marketing Mix Factors Affecting the Decision Making in Using the Services of Rajabhat University Hotels in Bangkok Metropolitan Area. **Research Report**. Suan Dusit Rajabhat University.
- Ukpabi, D.C., Aslam, B. & Karjaluoto, H. (2019), "Chatbot adoption in tourism services: a conceptual exploration", Ivanov, S. and Webster, C. (Ed.) **Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality**, Emerald Publishing Limited, Leeds, 105-121.
- Westerman, G., Calm ejane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). **Digital transformation: A road-map for billion-dollar organizations**. Capgemini Consulting & MIT Center for Digital Business.
- Wongdusitburi, S. (2023). Management of Modern Leaders in the Digital Era of Pattaya Municipality. **Journal of MCU Buddhapanya Review**, 8(1), 136-148.
- Wynn, M., & Lam, C. (2023). Digitalisation and IT strategy in the hospitality industry. **Systems**, 11(10), 501.
- Zaoui, F., & Souissi, N. (2020). Roadmap for digital transformation: A literature review. **Procedia Computer Science**, 175, 621-628.
- Zhong, L., & Tang, J. (2015). **The Curriculum and Education System of Hong Kong Tourism Higher Education -- Taking Hong Kong Polytech University as an example**. 576-579.
-