

## การประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมยุคดิจิทัล

### Technology Application and Innovation for Digital Era Hotel Industry

<sup>1</sup>ณัฐวุฒิ เหมาะประมาธ และ <sup>2</sup>เกดศิริ เจริญวิศาล

<sup>1</sup>Nattawut Maopraman and <sup>2</sup>Kaedsiri Jaroenwisat

<sup>1</sup>มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และ <sup>2</sup>มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>1</sup>Phuket Rajabhat University and <sup>2</sup>Silpakorn University

<sup>1</sup>Corresponding Author Email: Nattawut.m@pkru.ac.th

#### บทคัดย่อ

ในอุตสาหกรรมโรงแรมถูกจัดให้เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างงานและเป็นเครื่องให้เกิดการกระจายและไหลวนของรายได้ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในลำดับต้นๆ ของแต่ละประเทศหลายๆ ประเทศที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยการให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านเงินลงทุนและด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะประเทศไทยที่ได้วางแผนพัฒนา (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566–2570) โดยกำหนดให้ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน กำหนดให้มีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและสตาร์ทอัพประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการพัฒนา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวตลอดจนส่งเสริมการวิจัย พัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการส่งเสริมการบริการการตลาด และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ก็เพื่อมุ่งหวังให้ประเทศไทยมีธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมระดับโลก ที่มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในประเทศให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม การที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมให้เติบโต เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาและความมั่นใจอีกทั้งต้องการการสนับสนุนความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคธุรกิจเอกชนเข้ามาดำเนินธุรกิจร่วมกันให้มีการดำเนินการที่สอดคล้องรองรับไปในแนวทางเดียวกัน และอีกสิ่งหนึ่งที่ถือเป็นความจำเป็นในโลกดิจิทัลที่มีการติดต่อสื่อสารถึงกันตลอดเวลา ก็คือ เทคโนโลยีและนวัตกรรม นั่นเอง

**คำสำคัญ :** เทคโนโลยี; นวัตกรรม; อุตสาหกรรมโรงแรม

#### Abstract

In the hotel industry, it is classified as an industry that can create jobs and generate income distribution and circulation. to stimulate the economy in the first place of each country Countries that the government strongly supports by providing assistance in both investment and infrastructure. The target implementation period for the plan is year 2023 to the year 2027 (Thai years 2566–2570) By designating Thailand as a tourism destination that emphasizes quality and sustainability. Encourage entrepreneurs and startups to apply creative economy concepts, cultural identity, technology, and innovation to develop. and create added value for tourism as well as promote research Developing the use of information technology and innovations to promote marketing services and facilitate tourists This is to expect Thailand to have a world-class tourism and hotel business. with foreigners

traveling to the country to spend as much as possible, however, in order to develop the hotel industry to grow known and it is popular with the service users. It is imperative that it takes time and confidence and requires the support and cooperation of all parties involved. Whether government or private businesses come into business together to have consistent operations in the same way. And another thing that is considered a necessity in the digital world that is constantly communicating with each other is technology and innovation.

**Keywords:** Technology; Innovation; Hotel Industry

## บทนำ

ประเทศไทยนับเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากการมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจติดอันดับโลกกระจายอยู่ตามภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยกรุงเทพฯ เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมสูง สะท้อนจากรางวัลที่ได้รับจากหน่วยงานต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ภาคใต้/ภาคตะวันออกยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียง และพื้นที่หลายจังหวัดในภาคเหนือยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อีกด้วย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในด้านราคาห้องพักและค่าครองชีพที่อยู่ในระดับต่ำทำให้การท่องเที่ยวในไทยมีความคุ้มค่าเงิน (Value for money) ประกอบกับการคมนาคมที่สะดวกมากขึ้นจากโครงสร้างพื้นฐานที่ทยอยพัฒนาเป็นลำดับ ทั้งนี้ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) ล่าสุดปี 2020 ของ World Economic Forum จัดให้ไทยอยู่อันดับ 31 จากทั้งหมด 140 ประเทศทั่วโลก และอันดับ 3 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รองจากสิงคโปร์และมาเลเซียโดยเฉพาะความสามารถทางการแข่งขันด้านทรัพยากรธรรมชาติของไทยมีอันดับที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (World Economic Forum, 2020)

อุตสาหกรรมโรงแรม/อุตสาหกรรมโรงแรม (โรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์) เป็นอุตสาหกรรมโรงแรมเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดโรงแรมและภัตตาคารปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 5.6% ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมดหรือประมาณ 9.2 แสนล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทั้งนี้ปัจจุบันอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เฉลี่ย 4.7-6.0 ต่อปี โดยเฉพาะต่างจังหวัดที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่ามีเงินหมุนอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรมประมาณ 5 แสนล้านบาท โดยกลยุทธ์ของทางกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรมปัจจุบันคือการสร้างการเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุดโดยการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสร้างการเข้าถึงลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมขนาดกลางที่ชื่อเสียงยังไม่เทียบเท่าโรงแรมใหญ่ๆ การใช้นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตในการจองออนไลน์และการสื่อสารต่างๆ จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น (Marketeer Team, 2016) จากการที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไป จึงเกิดความท้าทายให้ผู้ประกอบการแสวงหาโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ในการสร้างสินค้าและบริการที่สมบูรณแบบ ให้กับลูกค้า โดยนำกระบวนการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยให้การทำงานต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพมากขึ้น (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559)

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการและการสร้างบริการที่รวดเร็วและมีความแตกต่างจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรมได้ซึ่งจะช่วยให้ความสามารถในการบริหารจัดการของอุตสาหกรรมสูงขึ้น สร้างความแตกต่างในด้านช่องทางการให้บริการ โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคหันมาใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นช่องทางในการรับบริการที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ลดต้นทุนการดำเนินงาน ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยก่อให้เกิดนวัตกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อีกด้วย อุตสาหกรรมโรงแรมควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและควรมีมาตรฐานให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ ในระดับสากล โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และเพิ่มความรวดเร็วต่อกระบวนการขายของอุตสาหกรรมโรงแรมในอนาคตได้ โดยการส่งเสริมการขายในขั้นตอนการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโปรโมชั่นบนเว็บไซต์ของโรงแรม และเว็บไซต์ขององค์กรตัวแทนจำหน่าย การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการขายและการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวก นอกจากนี้ควรมีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลที่นำเสนอใจของโรงแรม และเป็นสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว (ธงไชย สุรินทร์วรังกูร และ สุชา พงศ์ถาวรรักษ์, 2560)

อย่างไรก็ตาม การที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมให้เติบโตเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้นั้น ไม่ใช่เป็นเรื่องเล็กๆ ที่จะกระทำได้ง่ายๆ ภายในเวลาอันสั้น หากแต่ต้องการการวางแผนและการร่วมมือสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคอุตสาหกรรมเอกชนที่ดำเนินอุตสาหกรรมร่วมกันให้มีการดำเนินการที่สอดคล้องรองรับไปในแนวทางเดียวกัน และอีกสิ่งหนึ่งที่ถือเป็นความจำเป็นในโลกดิจิทัลที่มีการติดต่อสื่อสารถึงกันตลอดเวลา ก็คือ เทคโนโลยีและนวัตกรรม นั่นเอง จึงอาจกล่าวได้ว่า การประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้น สิ่งที่ผู้บริหารควรคำนึงถึงก็คือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กรที่ต้องคำนึงถึงความผสมผสานของทุกองค์ประกอบที่ต้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกันไปกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการของการดำเนินอุตสาหกรรม (Business End-to-End Solution) เพื่อให้ได้มาซึ่งการปฏิบัติการผลลัพธ์ และการวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนเป้าประสงค์ของอุตสาหกรรมโรงแรมนั้นๆ ได้อย่างครบวงจร

### ความสำคัญของการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม

ความสำคัญของการนำการประยุกต์ระบบสารสนเทศมาใช้ในอุตสาหกรรมโรงแรมใน 3 ด้าน ประกอบไปด้วย ความสำคัญที่มีต่อผู้บริหารองค์กร องค์กร และประชาชาติ

ความสำคัญที่มีต่อผู้บริหารองค์กร ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพในการวางแผนและควบคุมงานบริหารจัดการตั้งแต่วางแผนการลงทุนด้านไอทีขององค์กร (Investment Plan) วางแผนการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Application Plan) และวางแผนโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีขององค์กร (Enterprise Plan) ทำให้เกิดการมองเห็นภาพความเป็นไปในธุรกิจของตนเองได้อย่างชัดเจน ช่วยประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้า พนักงานในองค์กร องค์กรคู่ค้า รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลภายใน

และภายนอกองค์กรทำให้เกิดการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากร ตลอดจนความเป็นไปหรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นได้อย่างกว้างขวาง ชัดเจน มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการสนับสนุนการบริหารงานและการตัดสินใจเพื่อกำหนดนโยบาย การวางแผน การตัดสินใจ รวมไปถึงการควบคุมวัดผล หรือติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารด้วยกัน หรือระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในองค์กรได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารทุกคน อีกทั้งช่วยในการพยากรณ์หรือคาดคะเนปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ เกิดแนวคิดในการสร้างโอกาส เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มความได้เปรียบในการเพิ่มผลกำไร หรือส่วนแบ่งทางการตลาด

ความสำคัญที่มีต่อองค์กร ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ช่วยทำให้การดำเนินงานในองค์กรมีความแม่นยำขึ้น เกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในองค์กรให้เป็นมาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานรวมกันจะช่วยให้การผลิตจัดการและควบคุมภายในองค์กร การปฏิบัติงานและการควบคุมคุณภาพงานมีมาตรฐานมากขึ้นเป็นที่ยอมรับของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเพิ่มการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขององค์กร ช่วยให้องค์กรมีการประยุกต์ข้อมูลขององค์กรเองที่สมบูรณ์มากขึ้นสามารถใช้ประโยชน์จะสารสนเทศที่มีอยู่ภายในองค์กรได้อย่างคุ้มค่าลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานและการให้บริการช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน และการให้บริการตั้งแต่การลดขั้นตอนการทำงานให้สะดวกและมีความรวดเร็วมีประสิทธิภาพมากขึ้นลดเวลาลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรยกระดับการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรคู่ค้าธุรกิจและกลุ่มพันธมิตรในธุรกิจรวมกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูล นอกเหนือจากนั้นยังเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจช่วยในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องรองรับในทุกสถานการณ์ทำให้คาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำอันจะนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ และการวางแผนในระยะยาว

ความสำคัญที่มีต่อประเทศชาติช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศเข้าไว้ด้วยกัน โดยช่วยให้สามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเผยแพร่และกระจายข่าวสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวไปสู่สายตาชาวโลกได้อย่างกว้างขวาง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจระดับโลกเพื่อเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมโรงแรมของไทยให้เติบโตเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันในระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการขยายความเจริญไปสู่อุตสาหกรรมและธุรกิจด้านอื่นๆได้อีก อีกทั้งเป็นการเพิ่มมาตรการความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว โดยเทคโนโลยีจะเข้ามาสนับสนุนการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างองค์กรเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ใช้บริการข้อมูลของการเดินทาง อีกทั้งภาครัฐยังสามารถตรวจสอบข้อมูลและพิสูจน์หลักฐานทางบุคคลของผู้ก่อการร้ายการป้องกันอาชญากรรมข้ามชาติประวัตินักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและที่สำคัญเกิดการต่อยอดการทำธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆโดยช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นช่องทางในการดำเนินงานทางธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ

### เทคโนโลยีสารสนเทศกับอุตสาหกรรมโรงแรม

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในอุตสาหกรรมโรงแรม ช่วยให้เข้าถึงโรงแรมต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น รวมถึงการปรับปรุงบริการให้ดีขึ้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น แต่เนื่องจากบางเทคโนโลยีมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง การจะนำเทคโนโลยีไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรม บริการคงจะต้องพิจารณาในปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นขนาดของโรงแรม ราคาห้องพัก และนโยบายการให้บริการของเจ้าของกิจการ รวมทั้งผู้บริหารระดับสูง นอกจากนี้หลังจากมีการนำเทคโนโลยีมาใช้งานในธุรกิจโรงแรมแล้วต่อมาก็จะต้องทำให้มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด เพื่อให้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุน และท้ายสุด ค่าใช้จ่ายในเรื่องการบำรุงรักษาอุปกรณ์ ทั้งส่วนที่เป็นซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์โดยเฉพาะเข้ามาดูแลเพื่อให้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์โดยเฉพาะเข้ามาดูแล เพื่อให้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศกับธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้นให้พิจารณาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการ ของโรงแรมดังตารางที่ 1 ซึ่งมีการประยุกต์ใช้กับโรงแรม โดยจะมีการแบ่งออกเป็นส่วนๆ ตามความสามารถของโปรแกรม และแผนกที่จะต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้าไปใช้งาน (ธาดา สมานี, 2562)

ตารางที่ 1 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการของโรงแรม

รายละเอียด	ความสามารถของโปรแกรม	แผนกที่นำไปประยุกต์ใช้งาน
ระบบสำรองห้องพัก (Reservation System)	รองรับการจองและตรวจสอบสถานะห้องพัก <ul style="list-style-type: none"> <li>รองรับการแบ่งกลุ่มประเภทของลูกค้า</li> <li>รองรับการแบ่งประเภทการจองจากแหล่งต่างๆ</li> <li>ควบคุมปริมาณของห้องพัก</li> <li>มีรายงานสรุป ห้องพักว่าง ถูกจองทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต</li> </ul>	แผนกสำรองห้องพัก แผนกต้อนรับ แผนกขายและการตลาด
ระบบต้อนรับ (Front Desk System)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลงทะเบียนเข้าพัก</li> <li>มีระบบค้นหาห้องพักที่ว่าง และพร้อมให้บริการ</li> <li>ระบบค้นหาภายในการให้บริการและ ตรวจสอบ</li> <li>ฐานข้อมูลลูกค้า (Profile)</li> </ul>	แผนกต้อนรับ แผนกรับโทรศัพท์
ระบบเก็บเงิน (Front Cashier)	<ul style="list-style-type: none"> <li>เก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายของลูกค้า</li> <li>รับชำระเงินประเภทต่างๆ มีการแบ่ง การทำงาน เป็นรอบ</li> <li>รองรับการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ออกใบรับเงิน สรุปยอดรายได้ประจำวัน</li> </ul>	แผนกเก็บเงิน แผนกบัญชี

รายละเอียด	ความสามารถของโปรแกรม	แผนกที่นำไปประยุกต์ใช้ งาน
ระบบตรวจสอบรอบกลางคืน (Night Audit)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจสอบ Booking ประจำวันที่ยัง คงค้าง และไม่ได้ Check-in, Check-out</li> <li>• ปิดยอดรายได้ประจำวัน</li> <li>• จัดทำรายงานสรุปรายได้ประจำวันให้ ทางแผนกบัญชีเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง</li> </ul>	แผนกตรวจสอบกลางคืน แผนกบัญชี
สถานะห้องพัก (Room Status)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจสอบสถานะของห้องพัก เช่น ห้อง สะอาด (Clean Room) ห้องสกปรก (Dirty Room) ห้องมีแขกพัก (Occupied Room) ห้องว่าง (Vacant Room) เป็นต้น</li> <li>• อัปเดตสถานะห้องพัก เช่น ห้องปิดซ่อม เป็นต้น</li> </ul>	แผนกสำรองห้องพัก แผนกต้อนรับ แผนกเก็บเงิน แผนกแม่บ้าน แผนกขายและการตลาด
ระบบควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (User Right and Password)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลของพนักงาน แต่ละคน แต่ละตำแหน่ง และแต่ละแผนก</li> <li>• รองรับการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลของแต่ละบุคคล</li> </ul>	แผนกคอมพิวเตอร์ แผนกบัญชี
ระบบเก็บเงินห้องอาหาร (Point of Sales System)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รองรับการควบคุมจำนวนโต๊ะและที่นั่ง ในห้องอาหาร</li> <li>• รองรับการสั่งอาหาร</li> <li>• รองรับการส่งข้อมูลการสั่งอาหาร เข้าครัว บาร์</li> <li>• รองรับการเก็บเงิน</li> <li>• รองรับการตรวจสอบลูกค้าที่มา รับประทานอาหารและต้องการเซ็นต์บิล เพื่อชำระในครั้งเดียวเวลาแจ้งออก หรือ Check-out</li> </ul>	แผนกบริการและเก็บเงินห้องอาหาร แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกบัญชี
ระบบเก็บเงินและควบคุมการใช้โทรศัพท์ รองรับการเชื่อมต่อเข้ากับระบบบริการส่วนหน้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รองรับการกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการของการโทรไปในแต่ละพื้นที่</li> <li>• รองรับการตรวจสอบการใช้โทรศัพท์ บนห้องพัก</li> <li>• รองรับการคำนวณค่าใช้จ่ายการใช้ โทรศัพท์</li> </ul>	แผนกบริการส่วนหน้า แผนกบัญชี

ที่มา : ธาดา สมานี (2562)

นอกเหนือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานในการบริการของโรงแรม ยังมีเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นและเกี่ยวข้องกับบริการอื่นๆ ในโรงแรม ได้แก่ (1) เว็บไซต์ที่มีรายละเอียดของข้อมูลที่ครบ มีการออกแบบสวยงาม สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวก (2) การสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง

สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) กูเกิลพลัส (Google+) เป็นต้น (3) การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในห้องพัก และบริการต่าง ๆ ของโรงแรม (4) เทคโนโลยี IPTV สามารถสื่อสารผ่านหน้าจอโทรทัศน์ได้โดยตรง (5) ระบบกุญแจเข้าห้องพักแบบระบบสัมผัส RFID

ดังนั้นแล้ว เทคโนโลยีสารสนเทศจึงถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการและการสร้างบริการที่รวดเร็วและมีความแตกต่างจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้ ซึ่งจะช่วยให้ความสามารถในการบริหารจัดการของธุรกิจสูงขึ้น สร้างความแตกต่างในด้านช่องทางการให้บริการ โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคหันมาใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นช่องทางในการรับบริการที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ลดต้นทุนการดำเนินงาน ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยก่อให้เกิดนวัตกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อีกด้วย ธุรกิจโรงแรมควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและควรมีมาตรฐานให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในระดับสากล โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และเพิ่มความรวดเร็วต่อกระบวนการขายของธุรกิจโรงแรมในอนาคตได้ โดยการส่งเสริมการขายในขั้นตอนการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลโปรโมชั่นบนเว็บไซต์ของโรงแรม และเว็บไซต์ขององค์กรตัวแทนจำหน่าย การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการขายและการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวก

นอกจากนี้ควรมีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจของโรงแรมและเป็นสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว (ธงไชย สุรินทร์วรังกูร และ สุชา พงศ์ถาวรรักษ์, 2560) ในขณะที่ ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ (2557) ก็พบว่าการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรมทำให้สามารถนำไปสู่ขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่งที่ส่งผลต่อต้นทุนที่ลดลง มีความคล่องตัวของนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าสำหรับลูกค้าและการบริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

### ประเภทของนวัตกรรมบริการในโรงแรม

นวัตกรรมในการบริการสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกัน การจำแนกที่มักพบในการศึกษาด้านนวัตกรรมคืออระหว่งนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และตอบคำถามด้านวิธีการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งรวมถึงกระบวนการภายนอกและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ในงานด้านธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ได้มีการนำเสนอรูปแบบการมุ่งเน้นที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีความหลากหลายออกเป็น (Leekpai, P. et al., 2014) ได้แก่

1. การสร้างความสามารถทางนวัตกรรม เป็นการสร้างทิศทางขององค์กรในการหาผลิตภัณฑ์ที่จะถูกพัฒนาด้วยนวัตกรรมขึ้นมาให้มีประสิทธิภาพสูงมากยิ่งขึ้น (Rutherford & Holt, 2007)

2. การมุ่งเน้นตลาด เป็นการนำนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจเกิดคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในตลาดมีความสามารถสูงมากยิ่งขึ้น (Naver & Slater, 1990)

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

4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการปรับปรุงไปถึงระดับโครงสร้างองค์กรสร้างระบบผู้นำ และขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรให้มีศักยภาพที่ทันสมัย และเข้ากันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่นวัตกรรมสามารถนำเสนอการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hult et al., 2004)

5. บรรยากาศองค์กร จากองค์ประกอบทั้งหมด บรรยากาศองค์กรจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้นวัตกรรมสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการปรับสภาพแวดล้อมและสร้างความมั่นคงให้กับสมาชิกขององค์กรในการปรับตัวเข้าหานวัตกรรมที่มาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง (Burton et al., 2004)

ด้านมุมมองของผู้บริโภค ยังมีนวัตกรรมบางประการซึ่งผู้ซื้อไม่สามารถสังเกตหรือค้นพบได้ เช่นนวัตกรรมด้านการบริหาร เมื่ออ้างอิงถึงผู้บริโภค พวกเขาจะสามารถสัมผัสนวัตกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางการใช้งานหรือสัมผัสเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม จากการพิจารณาในมุมมองดังกล่าว สามารถดัดแปลงประเภทของนวัตกรรมทั้งสิ้น ได้ดังนี้ (1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่โรงแรมพัฒนาขึ้นเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค (2) นวัตกรรมด้านเทคนิค ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ได้มาจากการครอบครองเทคโนโลยีใหม่จากซัพพลายเออร์หรืออุตสาหกรรมอื่น (3) นวัตกรรมด้านกระบวนการ บริการใหม่ที่สร้างขึ้นจากการสัมผัสบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการ หรือระหว่างผู้บริโภคและอุปกรณ์ (4) นวัตกรรมด้านองค์กร องค์กรใหม่หรือองค์กรที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งธุรกรรมระหว่างโรงแรมและผู้บริโภคจะดำเนินรอยตาม



## วิวัฒนาการของเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม

การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม บนเครื่องคอมพิวเตอร์ระดับเมนเฟรม ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาการของเครื่องคอมพิวเตอร์มีมากขึ้น ได้มีการพัฒนาระบบบนเครื่องที่มีขนาดเล็กลงแต่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกง่ายดายไม่ยุ่งยาก และซับซ้อนเหมือนการใช้คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ในอดีต มีการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำเร็จรูป (Application Software Package) เพื่อใช้กับงานเฉพาะด้านอีกมากมายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตของงาน (Productivity) ได้อย่างมากมีการพัฒนาทางด้านไมโครคอมพิวเตอร์ตลอดจนเครือข่ายการสื่อสารที่ก้าวหน้ารวดเร็ว มีการจัดการเครือข่ายการสื่อสารแบบ Client/Server ที่สามารถเชื่อมต่อผู้ใช้ระบบได้มากและกว้างไกลขึ้น เป็นการช่วยอำนวยความสะดวกในการพัฒนาระบบซึ่งผู้ใช้งานร่วมกันเป็นจำนวนมาก ต่อมาได้มีการพัฒนาเข้ากับระบบเครือข่ายที่มีขีดความสามารถในการรับส่งข้อมูลข่าวสารจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการนำแนวคิดของการพัฒนาแบบระบบเปิด (Open System) เข้ามาใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการเชื่อมโยงระบบต่างๆ ในหลายระดับการใช้งาน (Platform) เข้าด้วยกันโดยใช้ระบบปฏิบัติการที่สามารถสร้างระบบแบบง่ายๆ ได้อย่างรวดเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่ายสูงมาก

วิวัฒนาการในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมมีการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะและรูปแบบความต้องการจากการทำงานแบบง่ายๆ ไปสู่การทำงานที่มีความยืดหยุ่นของตัวระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (User Friendly) ง่ายต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการ (Flexible) ที่สำคัญคือจะต้องมีเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่กว้างขวางเกี่ยวข้องกับหลายระบบ ในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการปฏิรูปการทำธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้าในรูปแบบใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างกว้างขวางหลากหลาย อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจและชีวิตประจำวันของคนทั้งโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมโรงแรมซึ่งจะใช้เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตผ่านหน้าจคอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือที่ใดในโลก การเดินทาง และห้องพัก หรือสั่งซื้อสินค้า รวมไปถึงการชำระเงิน จึงอาจกล่าวได้ว่าการดำเนินธุรกิจในยุคนี้เป็นยุคของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) อย่างเต็มรูปแบบ

วิวัฒนาการของการทำธุรกิจการโรงแรมได้ก้าวเข้าสู่ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) เต็มตัวถือเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งนี้เพื่อขยายฐานลูกค้าไปสู่การค้าระดับโลกอีกทั้งยังช่วยลดรายจ่ายเพิ่มรายได้และศักยภาพในการแข่งขันกับองค์กรในระยะยาว ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เริ่มมีบทบาทชัดเจนขึ้น และกำลังกลายเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับค่านิยมเนื่องจากผู้ใช้สามารถเรียกใช้บริการได้อย่างไร้อุปสรรคผ่านสื่อต่างๆ ที่ใกล้ตัว จากกระแสความก้าวหน้า

ของเทคโนโลยีที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว เป็นเหตุให้วิวัฒนาการของการดำเนินงานธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมมีการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ (Business Model) จากการดำเนินงานธุรกิจตามลำพัง นำไปสู่การพัฒนาการทำธุรกิจระหว่างองค์กรด้วยการเกิดพันธมิตร

จะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีแนวโน้มที่จะถูกพัฒนาให้มีศักยภาพและขีดความสามารถจากแรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน ผู้ใช้สามารถใช้อุปกรณ์เพื่อติดต่อสื่อสารดำเนินธุรกิจได้จากทุกที่ทุกเวลาทั่วโลก ศักยภาพที่สูงขึ้นของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใกล้เคียงจะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในองค์กร รวมทั้งปรับเปลี่ยนหลักการจัดการและการปฏิบัติงาน (Business Practices) ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ

### **แนวโน้มของการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม**

#### **แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในองค์กร**

โดยครอบคลุมในเรื่องหลักๆ ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ และการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร จากการทำงานด้วยมือ ไปสู่การทำงานในรูปแบบที่เป็นอัตโนมัติมากยิ่งขึ้น แนวโน้มในการดำเนินงานในภาพรวมจะมีการใช้บุคลากรในด้านแรงงานน้อยลง มีการนำอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบการทำงานในรูปแบบใหม่ๆ เข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานมากขึ้น ดังนั้น แนวโน้มทักษะของบุคลากรที่จำเป็นต้องมี คือความรู้ความสามารถในการคัดเลือกและประยุกต์เทคโนโลยีนวัตกรรมที่ดีและเหมาะสมที่สุดมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน

#### **แนวโน้มเทคโนโลยีในโลกแห่งอนาคตโครงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม**

การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในโลกแห่งอนาคต จะนำมาบูรณาการ พัฒนาปรับปรุง หรือสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจให้มีความทันสมัยและทันการโดยพิจารณาจาก (Prasanphanich, 2018)

1. รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ (Business Model) สำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมจะเป็นการดำเนินงานธุรกิจที่มีการจับมือเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ มากขึ้น มีการดำเนินงานธุรกิจที่เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ทั้งการดำเนินงานธุรกิจระหว่างองค์กรกับลูกค้าที่เรียกว่า บีทูซี (B2C) และการดำเนินงานธุรกิจระหว่างลูกค้ากับลูกค้าที่เรียกว่า ซีทูซี (C2C)

2. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Computer Hardware) โดยในปัจจุบันมีการพัฒนาขีดความสามารถของการประมวลผลของคอมพิวเตอร์ ความจุของฮาร์ดดิสก์ ความเร็วในการทำงาน อุปกรณ์เสริมและต่อพ่วง รวมทั้งขนาดและน้ำหนักของตัวเครื่องที่ผู้ผลิตมีการแข่งขันพัฒนาสร้างสรรค์คอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ ๆ ออกมา โดยเน้นให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถที่เหนือกว่าคู่แข่งเป็นผลให้เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของซอฟต์แวร์มีการพัฒนาคู่ขนานไปด้วยโดยแนวโน้มจะ

เป็นไปในทิศทางของการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ผู้ประกอบการสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในตลาดออนไลน์ได้ จะมีโอกาสประสบความสำเร็จอย่างมากเนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในโลกออนไลน์ โดยพัฒนาระบบเว็บไซต์และฐานข้อมูลรวมถึงทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้ในตลาดการท่องเที่ยวระดับโลก ปัจจุบันนี้มีการนำ E-commerce มาใช้อย่างแพร่หลายในธุรกิจสายการบิน โรงแรม และอุตสาหกรรมบริการอื่นๆ

4. การแข่งขันทางธุรกิจในตลาดออนไลน์ (E-Marketing) หรือ (Online Marketing) การตลาดออนไลน์ของโรงแรม หมายถึง กระบวนการจัดการของโรงแรมที่มีวัตถุประสงค์จะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของลูกค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเนื่องจากเป็นสื่อที่ทันสมัย สามารถแจกแจงปริมาณการรับชมแต่ละช่องทางได้อย่างละเอียด ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและทำการสำรองห้องพักโรงแรมได้ตลอดเวลา รวมถึงโรงแรมสามารถใช้เป็นช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างการรับรู้ การเรียนรู้ โฆษณา ประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของโรงแรมให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ โดยการทำการตลาดออนไลน์ของโรงแรมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมีรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การตลาดผ่านโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) การตลาดผ่านโฆษณาออนไลน์ คือการสร้างความสนใจไม่ว่าวิธีใดก็ตาม เพื่อจูงใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบการโฆษณาที่เป็นที่นิยมที่สุดบนสื่อออนไลน์ คือการใช้แถบโฆษณาการโฆษณาออนไลน์มีผลต่อธุรกิจโรงแรมด้านการรับรู้และจดจำ สินค้าหรือตราสินค้าแก่ลูกค้า สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีต้นทุนในการโฆษณาต่ำรวมถึงลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา (Ouimanachai, 2011; Yaipairote, 2014)

2) การตลาดผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing หรือ SMM) การทำการตลาดผ่านสังคมออนไลน์มีผลต่อธุรกิจโรงแรม คือเป็นการใช้งานในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยต้นทุนต่ำ ทำให้ธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็ก (SMEs) ที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจและยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก สามารถสร้างการรับรู้และจดจำสินค้าด้วยวิธีการบอกต่อ (Word of Mouth) ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (Charuwan & Kositanont, 2013; Waraboonthaweesook, 2010; Yaipairote, 2014)

3) การตลาดผ่านบล็อก (Blog Marketing) จากการศึกษาเรื่องการตลาดผ่านบล็อก (Blog Marketing) ซึ่งปรับปรุงจากแนวคิดของ Bosangit, Hibbert, & McCabe (2015), Li & Du (2011)

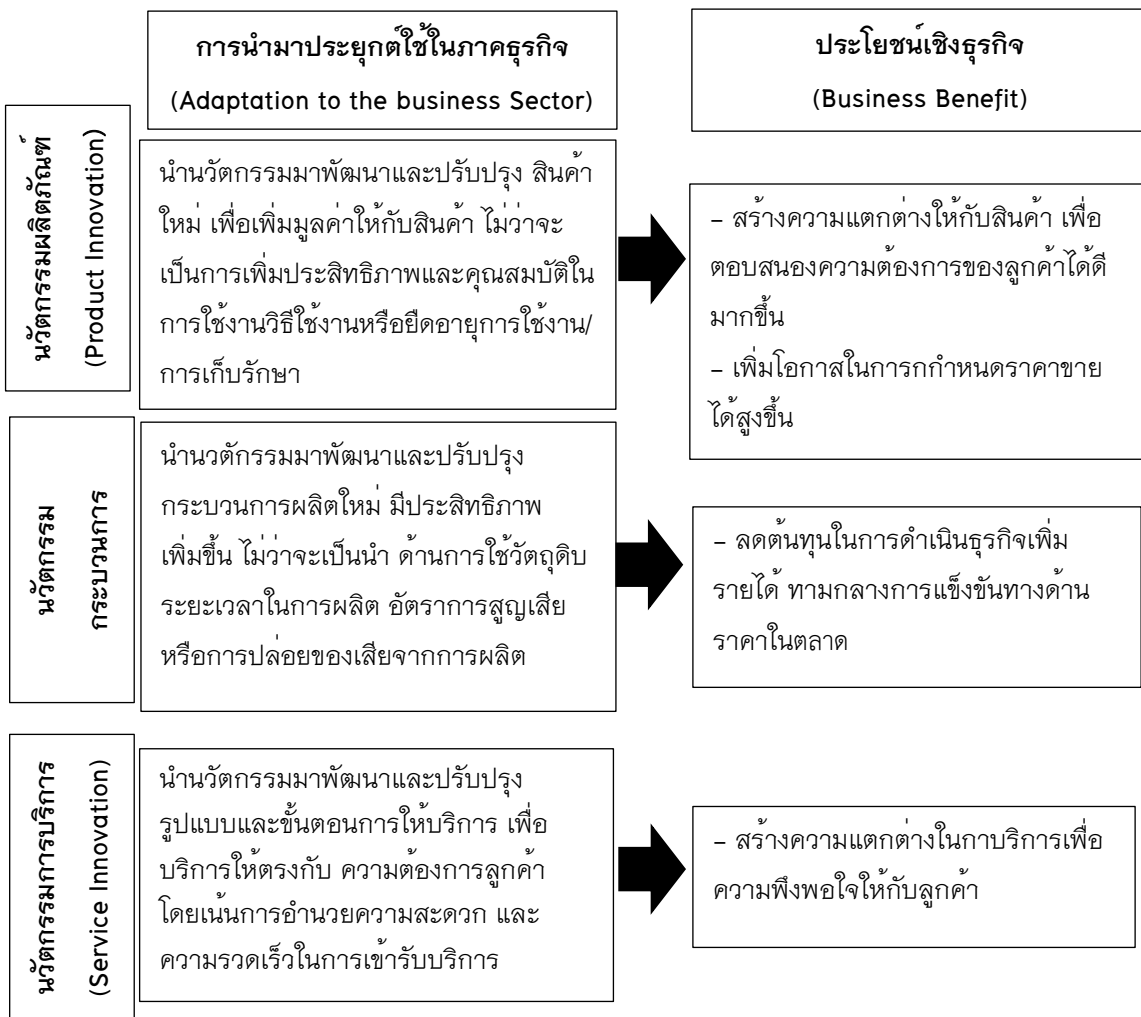
สามารถสรุปได้ว่า “บล็อก” เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม คือ เป็นการบันทึกเรื่องราวประสบการณ์ ความรู้ และข้อแนะนำเชิงลึก ที่เจ้าของบล็อกได้พบเห็นหรือสังเกตระหว่างการทำการกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การสำรองที่พัก ข้อแนะนำด้านการดูแลทรัพย์สินหรือสุขภาพระหว่าง การเดินทางท่องเที่ยวเมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวไปยังเว็บไซต์ที่รองรับบล็อกหรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้ข้อมูลเหล่านี้ได้รับการกล่าวถึงในวงกว้างทำให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปาก (word-of-mouth) โดยเฉพาะในกลุ่มบล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับการกล่าวถึงจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นผู้ใช้บริการมากพอสมควร

4) การค้นหาด้วยคำสำคัญ (Search Engine Optimization หรือ SEO) การตลาดผ่านการค้นหาด้วยคำสำคัญ (Search Engine Optimization หรือ SEO) ปรับปรุงจากแนวคิดของ Sookkho (2015) สามารถสรุปได้ว่าการทำการตลาดผ่านการค้นหาด้วยคำสำคัญ (SEO) นิยมใช้ Search Engine เป็นเครื่องมือในการสืบค้นเว็บไซต์ เช่น Google, Yahoo หรือ Bing เป็นจุดเริ่มต้นในการใช้งานอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรงในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ และโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ถือเป็นช่องทางหลักที่สำคัญในการเข้าถึงข้อมูล

5) การใช้ Google Adwords หรือ Search Engine Marketing (SEM) การทำการตลาดผ่านเว็บไซต์กูเกิล หรือ Google Adwords เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์มีข้อดี คือ ใช้เงินในการโฆษณาไม่มากส่วนใหญ่มูลงโฆษณาจะเสียเงินไม่เกิน 5 บาทต่อหนึ่งคลิก และหากไม่มีคนคลิกก็จะไม่เสียเงินค่าโฆษณาแม้แต่บาทเดียว ทั้งนี้ผู้ลงโฆษณายังสามารถกำหนดงบประมาณต่อวันได้ว่าต้องการใช้งบประมาณมากน้อยแค่ไหนภายในระยะเวลาหนึ่งวัน (ไม่มีขั้นต่ำ) อีกหนึ่งข้อดีของ Google Adwords คือ ความสามารถในการวัดผลการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำ (Sookkho, 2015)

6) การตลาดผ่านตัวแทนการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency หรือ OTA) การทำการตลาดผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของตัวแทนการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ต่าง ๆ ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถทำให้โรงแรมเป็นที่รู้จักได้ทั่วโลก สามารถขายห้องพักได้ตลอดเวลา มีการแสดงภาพห้องพักข้อมูลที่จำเป็นของห้องพักให้นักท่องเที่ยวในการใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเข้าพัก (Naumpai, 2009); Ling, Guo & Yang, 2014)

เมื่อพิจารณาลักษณะของนวัตกรรม ที่ผู้ประกอบการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมบริการ โดยเฉพาะนวัตกรรมบริการเป็นการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการในภาคธุรกิจเพื่อจะได้รับการตรงกับความต้องการลูกค้าเน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับก็คือ การเกิดความแตกต่างในการบริการเพื่อความพึงพอใจให้กับลูกค้า



ภาพที่ 1 ลักษณะของนวัตกรรมที่ผู้ประกอบการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ที่มา : ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, (2559)

จากภาพที่ 1 จะเห็นว่ากระบวนการของการบูรณาการความรู้ที่ต่างกันตามรูปแบบของนวัตกรรมเหล่านี้ ยังไม่อาจรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่กำลังทำในขั้นสุดท้ายจะออกมาเป็นอย่างไร และควรใช้วิธี การใดที่จะช่วยทำให้สำเร็จฉะนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการนวัตกรรม ซึ่งก็คือการเปลี่ยนความไม่แน่นอนให้เป็นความรู้ โดยการใช้ทรัพยากร (Committing Resources) ที่มีอยู่

ดังนั้นแล้ว นวัตกรรมจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทุกองค์กรควรให้ความสนใจ ดังนั้นเมื่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามาสู่อุตสาหกรรมโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ให้บริการที่ต้องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเริ่มที่จะปรับตัว โดยการหาจุดเด่นด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นจุดขายให้โรงแรมของตนเอง นอกเหนือจากการสร้างความแตกต่างของโรงแรมเพื่อเพิ่มจุดขาย นับได้ว่าถึงยุคที่ผู้ประกอบการโรงแรมต้องปรับตัวมากขึ้นอย่างแท้จริง ในขณะที่นวัตกรรมเทคโนโลยีก็เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมโรงแรม การมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาจะทำให้โรงแรมได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขัน

โดยการมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาจะทำให้โรงแรมได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขันโดยการหาจุดเด่นด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเป็นจุดขายให้โรงแรมของตนเองนอกเหนือจากการออกแบบที่แปลกแหวกแนวของโรงแรมเพื่อเพิ่มจุดขาย (ณัฐภัทร์ วิเชียรชัย, 2559) และในขณะที่ธุรกิจโรงแรมทั่วโลกพยายามพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างเข้มข้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้นเรื่อย ๆ

## สรุป

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่การท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศทำให้มีอัตราการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นและมีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีการพัฒนานวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น และพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ การนำ Digital Technology, IOT, Artificial Intelligence & Embedded Technology และนวัตกรรมอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกันผ่านอินเทอร์เน็ต มาสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และการนำเสนอความโดดเด่นของธุรกิจให้แก่ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาช่วยในการบริหารจัดการ การบริการ และการตลาดดิจิทัลจะทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานอันจะทำให้เกิดรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้น เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ อันจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 (Tourism Statistics 2019). สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2564, [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=521](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521)
- ชัยพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. วารสารการจัดการสมัยใหม่. ปีที่ 14 (2), 13-24.
- ณัฐภัทร์ วิเชียรชัย. (2559). การแข่งขันและการปฏิวัติเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโรงแรม. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2564, จาก <https://techsauce.co/hardware/hotel-hospitality-industry-growth-technology-competition>.
- ทรงศรี ด่านพัฒนาภูมิ. 2557. ประสิทธิภาพการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออก ของประเทศไทย. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 7 (1), 245-260.

- ธงไชย สุรินทร์วรานุกร และ สุชา พงศ์ถาวรรักษ์. (2560). ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด และการส่งเสริมการขาย. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*. ปีที่ 4 (1), 75–83.
- ธาดา สมานี. (2562). นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. ปีที่ 4 (1), 103–110.
- Bosangit, C., Hibbert, S., & McCabe, S. (2015). “If I was going to die I should at least be having fun”: Travel blogs, meaning and tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 55, 1–14.
- Burton, R. M., Lauridsen, J. & Obel, B. (2004). *The Impact of Organizational Climate and Strategic Fit on Firm Performance*. *Human Resource Management*, 43, 67–82.
- Charuwan, J., & Kositanont, O. (2013). Behavior and Key Marketing Communication Factors that Influence Purchasing Behavior from Social Media Marketing Communication. *Panyapiwat Journal*, 3(2), 38–49.
- Huber, G. P. (1991). Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures. *Organization Science*, 2(1), 88–115.
- Hult, G. T., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). *Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance*. *Industrial Marketing Management*, 33, 429–438.
- Leekpai, Pradthana., Jaroenwisan, Kerdsiri., Trichan, Charlee. & Jirakiattikul, Sopin. (2014). Innovativeness of Hotel Business in Southern Thailand. *Journal of Management Science*, 31(1), 69–95.
- Li, F., & Du, T. (2011). *Who is talking? An ontology-based opinion leader identification framework for word-of-mouth marketing in online social blogs*. *Decision Support Systems*, 51(1), 190–197.
- Ling, L., Guo, X., & Yang, C. (2014). *Opening the online marketplace: An examination of hotel pricing and travel agency on-line distribution of rooms*. *Tourism Management*, 45, 234–243.
- Marketeer Team. (2016). *Close the Digital 1.0–4.0 Era*. Retrieved October 23, 2020, from <https://marketeeronline.co/archives/24632>
- Naaumpai, S. (2009). Making money from travel agency. Retrieved from <http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9520000084352>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.

- Ouimanachai, N. (2011). Online Media Advertising from the Past to the Future. *Executive Journal*, 31(2),167–172
- Prasanphanich, A. (2018). *Online Marketing Mix Development Guideline for Hotel in Special Economic Zone (SEZ), Northeastern, Thailand*. Retrieved October 25, 2020, from [http://www.vu.ac.th/apheitvu/journal/v7n2/1\\_Atitayabhorn%20Prasanphanich.pdf](http://www.vu.ac.th/apheitvu/journal/v7n2/1_Atitayabhorn%20Prasanphanich.pdf)
- Rutherford, M. W., & Holt, D. T. (2007). Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at the Innovativeness Dimension and Its Antecedents. *Journal of Organizational Change*, 20(3), 429–446.
- Sookkho, S. (2015). *How to make popular website by Google AdWords*. Nonthaburi: IDC.
- Waraboonthaweesook, P. (2010). *Social Network and Business: Approach to Marketing*. *Executive Journal*, 30(2), 181–185.
- World Economic Forum (WEF). (2020). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future*. Retrieved October 23, 2020, from [http://ev.am/sites/default/files/WEF\\_TTCR\\_20.pdf](http://ev.am/sites/default/files/WEF_TTCR_20.pdf).
- Yaipairote, N. (2014). *DIGITAL MARKETING: CONCEPT & CASE STUDY*. Nonthaburi: IDC.