

การจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติ วิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

Hotel Management in Muang District, Phayao Province to Support the New Normal Tourists

กรณัฏฐรัตน์ คะวัตกุล^{1*}

Krantharat Khawatkun^{1*}

Abstract

The purposes of this research were to examine tourist behaviors in using services of hotels in Muang District of Phayao Province and to study hotel business management to support the “new normal” in tourism. The instruments for collecting data were 1) a questionnaire and samples were 260 people selected by applying accidental sampling and the data were analyzed through descriptive statistics, and 2) an interview with 30 informants selected by using purposive sampling as well as using content analysis by organizing and coding the data. The findings were that staff attention and service (42.31%) is the main factor influencing tourists’ decisions to chose a place to stay, followed by cleanliness and safety (33.85%). The guidelines for hotel business management should include the following four management approaches: 1) the management of assuring safety; 2) the management of marketing; 3) the management of services; and

¹คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ต.แม่กา อ.เมือง จ.พะเยา 56000

¹School of Business and Communication Arts, University of Phayao, Maeka Sub-district, Muang District, Phayao Province 56000

*ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: krantharat.kh@up.ac.th)

รับบทความวันที่ 26 พฤศจิกายน 2564 แก้ไขวันที่ 8 เมษายน 2565 รับลงตีพิมพ์วันที่ 22 เมษายน 2565

4) the management of employees. These four approaches would be managed through the concept of the “new normal” by increasing attention to hygiene, cleanliness, safety, and using various technologies in providing services.

Keywords: Hotel Management, New Normal, Phayao Province

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของวิจัยนี้ คือ ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง ของจังหวัดพะเยา และศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ 1) แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 260 คน เลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและ 2) แบบสัมภาษณ์ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 30 คน เลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดระเบียบข้อมูลและการกำหนดรหัสของข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน (ร้อยละ 42.31) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความสะอาดและความปลอดภัย (ร้อยละ 33.85) แนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ควรมีแนวทางการจัดการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) การจัดการด้านการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย 2) การจัดการด้านการตลาด 3) การจัดการด้านการบริการ และ 4) การจัดการด้านพนักงาน แนวทางทั้ง 4 ประการนี้จะดำเนินการจัดการบนแนวคิดความปกติใหม่ โดยเพิ่มความใส่ใจในเรื่องสุขอนามัย ความสะอาด ความปลอดภัย และการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการให้บริการ

คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจโรงแรม ชีวิตวิถีใหม่ จังหวัดพะเยา

บทนำ

ช่วงต้นปี 2563 การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ที่นอกจากจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตแล้วยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย การใช้มาตรการล็อกดาวน์เพื่อควบคุมการระบาดส่งผลให้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกต้องหยุดชะงักลง และส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตปกติวิถีใหม่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีการวางแผนล่วงหน้า มากขึ้น มีความใส่ใจ รับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ให้ความสำคัญและคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น อีกทั้งยังนิยมใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความมั่นใจและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี (Kaewchoo, 2020) ธุรกิจโรงแรมจัดเป็นหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็น ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบหนักมากที่สุดธุรกิจหนึ่งจากการระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (PPTV Online, 2020) โรงแรมหลายแห่งเริ่มปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตปกติวิถีใหม่ (New

Normal) ของนักท่องเที่ยว ในขณะที่โรงแรมอีกหลายแห่งต้องปิดกิจการ

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานจำนวนผู้เข้าพัก จังหวัดพะเยา ตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2563 (Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports, 2020) พบว่า จำนวนผู้เข้าพักลดลงเมื่อเทียบกับปี 2562 โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายน อัตราการเข้าพักลดลงถึง ร้อยละ 42.81 และมีจำนวนผู้เข้าพักเพียง 10 คน เท่านั้น ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลตัดสินใจใช้มาตรการขั้นเด็ดขาด โดยประกาศใช้ พ.ร.ก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยหนึ่งในเนื้อหาที่สำคัญ คือ การให้อำนาจผู้ว่าราชการจังหวัดร่วมกับคณะกรรมการควบคุมโรคสามารถตัดสินใจสั่งปิดกิจการที่มีแนวโน้มว่าเป็นสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 และในช่วงเดือนพฤษภาคม จำนวนผู้เข้าพักในจังหวัดพะเยาเริ่มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็น 2,335 คน เนื่องจากการเข้าสู่การผ่อนปรน ระยะที่ 1 แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายงานจำนวนผู้เข้าพักในจังหวัดพะเยา ประจำปี 2563 แล้วจะพบว่า ในช่วงตั้งแต่ต้นปี 2563 อัตราการเข้าพักและจำนวนผู้เข้าพักลดลง และลดลงอย่างมากในช่วงเดือนเมษายนถึงร้อยละ 42.81 และ 99.95 ตามลำดับ จากสถิติจะเห็นได้ว่าโรงแรมในจังหวัดพะเยามีอัตราการเข้าพักลดลงอย่างมาก ซึ่งถือเป็นวิกฤตของโรงแรมและส่งผลกระทบต่อการทำงานของ

ฉะนั้นกล่าวได้ว่า การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม ทำให้ต้องมีการปรับหรือเปลี่ยนแปลงการจัดการและการดำเนินการของธุรกิจให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีการดำเนินชีวิตแบบปกติวิถีใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. ศึกษาแนวทางในการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมมีบทบาทหลักในการบริการห้องพักแขก (Guest Room) บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Facilities) ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เดินทาง โดย Khwanboon (2006) ได้กำหนดประเภทของโรงแรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ตามวัตถุประสงค์และความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของตน ซึ่งหากพิจารณาจากความเป็นเจ้าของ Ownership Hotel หรือ Independent Hotel หมายถึง โรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารงานของโรงแรมที่เจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง ไม่จำเป็นต้องมีเจ้าของร่วม สามารถกำหนดนโยบายและวิธีการบริหารได้โดยใช้อิสระ และ Chain Hotel หมายถึง รูปแบบการบริหารงานภายใต้

เครือข่าย โดยการบริหารทุกเครือโรงแรมจะต้องได้มาตรฐานเดียวกัน เช่น Marriott Chain และ InterContinental Chain เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจโรงแรม

การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management) หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในธุรกิจโรงแรม ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 7 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การประสานงาน การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การควบคุม และการประเมินผล (IM2, 2015) การบริหารและการจัดการโรงแรมเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการสมัยใหม่เข้ามาช่วยเป็นอย่างมาก ในสมัยแรกระหว่าง ค.ศ. 1794 - 1907 ธุรกิจโรงแรมมิได้มีการพัฒนาการบริหารจัดการแต่อย่างใด เพราะส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กจำนวนไม่มาก ไม่มีการแข่งขัน การบริหารจัดการจึงไม่มีความจำเป็นต่อธุรกิจโรงแรม (Dangrojana, 1995) การบริหารจัดการโรงแรมที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีทั้งศิลปะและกลวิธี เพราะจะช่วยให้ผู้บริหารดำเนินการบริหารจัดการได้อย่างรัดกุมและสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตลอด ไม่มีการทกหลงหรือขาดสมดุลทำให้การบริหารจัดการเป็นไปด้วยความสมบูรณ์เต็มที่

การบริหารจัดการโรงแรม เริ่มจากการวางแผน การจัดองค์การ การประสานงาน การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การควบคุม และการประเมินผล ผู้บริหารจะต้องดำเนินการที่ละขั้นตอนต่อเนื่อง หมุนเวียนสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ อีกทั้งการจัดการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้เกิดผลกำไร ลูกค้านหรือกลุ่มตลาดเป้าหมายจึงเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจโรงแรม การวางแผนการจัดการด้านการตลาด จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารจะคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้าให้เลือกมาใช้บริการในธุรกิจของตน โดยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทาง การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริม (Promotion) กระบวนการ (Process) บุคลากร (People) และองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Evidence)

งานวิจัยนี้ศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรม โดยมุ่งเน้นการวางแผนทางการตลาด ซึ่งมีส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือหลักในการพิจารณากำหนดแนวทางการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยผู้บริหารจะใช้ดุลพินิจคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางการทำงานในอนาคต เนื่องจากรูปแบบของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีลักษณะเป็นการบริหารงานโรงแรมแบบอิสระ (Independent Hotel) จึงมีความสะดวกรวดเร็วต่อการตัดสินใจและวางแผนดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญคือต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6Ws 1H เพื่อนำคำตอบที่ได้ไปใช้ในการกำหนด

ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (Kotler, 1997) ซึ่งการวิจัยนี้ได้ประยุกต์ คำถาม 6Ws 1H (Sereerat, 2007) เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. นักท่องเที่ยวต้องการซื้ออะไร (What) ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มาอธิบาย
3. ทำไมนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจซื้อ (Why) ต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ
4. ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ต้องการทราบบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
5. นักท่องเที่ยวซื้อเมื่อใด (When) ต้องการทราบโอกาสในการซื้อ
6. นักท่องเที่ยวซื้อที่ไหน (Where) ต้องการทราบช่องทางที่นักท่องเที่ยวซื้อบริการ
7. นักท่องเที่ยวรู้จักโรงแรมได้อย่างไร (How) ต้องการทราบเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลและการค้นหาข้อมูล

แนวคิดเกี่ยวกับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์ “New Normal” เพิ่มเข้ามา โดย รองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา (Thai PBS, 2020) ได้อธิบายคำนี้ผ่านทางเฟซบุ๊ก Malee Boonsiripunth เอาไว้ว่า New Normal แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย รูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วย วิธีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือวนวนหาถึงอดีต

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ที่เรียกว่าการเกิดโรคอุบัติใหม่ หรือโรคติดต่ออุบัติใหม่ หมายถึง โรคติดต่อที่มีแนวโน้มว่าจะพบผู้ติดเชื้อเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ รวมไปถึงโรคที่เกิดขึ้นใหม่ในทีใดที่หนึ่ง หรือโรคที่เพิ่งจะแพร่ระบาดเข้าสู่อีกที่หนึ่ง (Nunthanid, 2018) ซึ่งถือเป็นสถานการณ์ที่ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาอย่างปัจจุบันทันด่วน จากสถานการณ์ในครั้งนี้น่าส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป จนเกิดคำศัพท์ใหม่ขึ้น คือ คำว่า ชีวิตปกติวิถีใหม่ และรวมไปถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับภาคธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยได้รวบรวมบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบถึงการดำเนินการธุรกิจโรงแรม และส่งผลกระทบถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังนี้

Smart Finder (2021) กล่าวถึงปัญหาที่สำคัญที่สุดของโรงแรมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19 คือ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการลดลงมากจนแทบจะไม่มีเลย

โดยได้เสนอแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมที่เหมาะสมกับสถานการณ์ดังกล่าว ไว้ ดังนี้ 1) ทำการตลาดมากขึ้นเพื่อดึงลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ 2) การพัฒนาศักยภาพการทำงานและศักยภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรม 3) จัดโปรโมชั่นที่มีความเหมาะสมด้านต้นทุนและผลกำไร 4) จัดกิจกรรม Staff Party เพื่อเป็นการระดมสมองของพนักงานในการช่วยกันหาวิธีแก้ไขรับมือกับวิกฤตสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งยังเป็นการสร้างกำลังใจให้แก่กันระหว่างพนักงานภายในองค์กรอีกด้วย และ 5) การจัดกิจกรรม Big Cleaning เพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในเรื่องความสะอาดและปลอดภัยในการใช้บริการ โดยโรงแรมควรจัดทำคู่มือ SOP (Standard Operation Procedure) เพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

การบริหารจัดการของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต (Dusit Hotels & Resorts, 2020) ผู้บริหารมีการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการโดยการออกแบบโปรแกรม “ดุสิตแคร์” ที่ประกอบด้วยมาตรฐานใหม่ในการบริการ 5 ประการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยเมื่อเข้าพักหรือใช้บริการที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. เลือกเวลาได้ตามความสะดวกของลูกค้า
2. มั่นใจเต็มร้อยเรื่องความปลอดภัยและการใช้ชีวิตแบบมีสุขภาพดี
3. มอบประสบการณ์แบบโลคัล (Local) อย่างแท้จริง โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องออกเดินทางออกนอกโรงแรม
4. เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยด้วยเทคโนโลยี
5. เซ็ตดุสิตแคร์ มีให้บริการฟรีในห้องพักของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและมั่นใจ

Innovation Technology Co.,Ltd (2020) กล่าวว่า ด้วยสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 (Covid-19) หลายธุรกิจต่างประสบกับปัญหา อาจถึงขั้นหยุดกิจการหรือปิดกิจการ ซึ่งเป็นผลกระทบอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจการโรงแรม ที่เกิดจากการปิดพื้นที่ Lockdown ประเทศ และถึงแม้ว่าตอนนี้รัฐบาลได้มีมาตรการคลายล็อกดาวน์ เพื่อให้ธุรกิจสามารถกลับมาดำเนินงานได้ปกติอีกครั้ง แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปตามปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ซึ่งโรงแรมต้องปรับตัว เปลี่ยนแปลง ยกระดับการปฏิบัติงาน การเข้าพัก และการให้บริการให้ได้มาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดี สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักหรือเข้าใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด บริษัท อินโนเวชั่นเทคโนโลยี จำกัด จึงได้มีการแนะนำแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

1. จัดทำมาตรการเร่งด่วน ยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยในสุขอนามัยให้กับโรงแรม โดยโรงแรมควรต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และได้รับสัญลักษณ์ SHA หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่น และความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการ

2. จัดเตรียมแผนสำรองด้านกำลังพลในกรณีฉุกเฉิน เนื่องจากพนักงานถูกกักตัวด้วยเหตุการณ์สัมผัสผู้ป่วย หรือผู้สงสัยติดเชื้อ การจัดตารางการทำงานแบบยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มระยะห่างระหว่างพนักงาน

และลดความแออัดในสถานที่ทำงาน

Pitikraisorn (2020) นักวิเคราะห์จากศูนย์ EIC ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้วิเคราะห์ไว้ว่า สถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศลดลงอย่างมาก และกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมในภาวะที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ได้แก่ 1) การเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่น 2) การลดค่าใช้จ่าย และ 3) การชะลอค่าใช้จ่ายออกไป ปัจจุบันโรงแรมหลายแห่งได้รักษาสภาพคล่องและสภาพการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างรอให้จำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เข้าพักกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ผ่าน 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1. การสร้างรายได้และสภาพคล่องจากการบริการที่มีอยู่ในโรงแรม เช่น การลดค่าห้องพัก การให้บริการอาหารแบบส่งกลับบ้านและบริการ Food Delivery การให้บริการห้องพักและบริการอื่น ๆ ที่จำเป็นแก่ประชาชนทั่วไปที่ต้องการแยกอยู่อาศัยจากครอบครัวเพื่อกักกันโรค โดยคิดค่าห้องพักเป็นรายสัปดาห์ และการให้บริการห้องพักแก่ผู้ป่วยโรค COVID-19 ที่มีอาการไม่รุนแรงตามโครงการของกระทรวงสาธารณสุข

2. การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น การปิดพื้นที่ให้บริการบางส่วนหรือหยุดให้บริการชั่วคราว การชะลอค่าใช้จ่ายบางประเภทออกไป เช่น ยกเลิกการจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอก และการเจรจาขอยืดเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

3. การสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าในเรื่องความปลอดภัยของโรงแรม

นอกจากนี้ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในลักษณะที่เรียกว่าการใช้ชีวิตปกติแบบวิถีใหม่ หรือ New Normal นั้น Nuntramas, Rueanthip, and Laosamrit (2020) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในยุค New Normal คือ “เที่ยวไทย เที่ยวใกล้ และเที่ยวปลอดภัย” โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยจะเปลี่ยนไป โดยคนไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวในประเทศก่อน และการท่องเที่ยวระยะทางไกล ๆ สั้น ๆ โดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นวิธีการเดินทางที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อได้ดีกว่า นอกจากนี้การเที่ยวสถานที่ Unseen ซึ่งมีคนไม่พลุกพล่าน ทำให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อมากกว่า ทั้งนี้ รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยจะกลายเป็นรายได้หลัก โดยจะมีสัดส่วนกว่า 60% ในปี 2563 - 2564 จาก 36% ในปี 2562

Booking.com (2020) กล่าวว่า ผลสำรวจการคาดการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวในอนาคตแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กำลังมองหาจุดหมายปลายทางที่เข้าถึงได้โดยรถยนต์ ยิ่งไปกว่านั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยชอบประสบการณ์ที่เรียบง่าย และเต็มใจที่จะแสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างจังหวัดที่ไม่ค่อยมีใครไป เพลิดเพลินกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่คาดไม่ถึง รวมถึงกิจกรรมกลางแจ้งต่าง ๆ นอกจากนี้คนไทยยังเชื่อมั่นในเทคโนโลยีมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก โดย 81% ยอมรับว่าเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการควบคุมความเสี่ยงด้านสุขอนามัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อว่านวัตกรรมด้านเทคโนโลยีการเดินทางจะถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วจากสถานการณ์การระบาดที่เกิดขึ้น

ทั่วโลก หากพูดถึงมาตรการด้านสุขภาพระหว่างการเดินทาง คนไทยให้ความสำคัญกับมาตรการด้านนี้มากที่สุดในโลก และเลือกปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยทางสุขภาพ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยยอมให้ตรวจสุขภาพเมื่อเดินทางถึงที่พัก และสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกจองเฉพาะที่พักซึ่งระบุข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการด้านสุขภาพและอนามัยไว้อย่างชัดเจนเนื่องจากสุขภาพและความปลอดภัยยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

Thongprakob (2021) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกที่พัก คือ ราคา โดยราคาที่ยอมเยี่ยงเป็นตัวเลือกสำคัญของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับโปรโมชั่นและส่วนลดต่าง ๆ รวมถึงค่าเดินทางที่สมเหตุสมผล ที่พักที่ให้บริการดีและให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ตลอดจนการจัดการเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่คนไทยนำมาพิจารณา นอกจากนี้พบว่า การเดินทางระยะสั้นและการไปพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติจะเป็นที่นิยมในปี 2564 โดย PMUC (2021) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปภายใต้ความปกติใหม่โดยเพิ่มความใส่ใจในสุขอนามัย ความสะอาด ความปลอดภัย ระยะห่างทางสังคม เทคโนโลยี ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา เลขที่โครงการ 2.1/090/63 การดำเนินการวิจัยนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการห้องพักของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นจึงหากกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบของ Choen (1988) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 258 คน ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 260 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในบริเวณโรงแรมต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม และผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 10 แห่ง ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนด จำนวน 3 คน ต่อหนึ่งธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

เครื่องมือวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พฤติกรรมการท่องเที่ยว (ความต้องการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการป้องกันการติดเชื้อจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19) และพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม (ปัจจัยในการเลือกโรงแรม ความคาดหวังในการบริการของโรงแรม)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยว

การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) พบว่า ผลการทดสอบค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อ

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.90

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล และตำแหน่งงาน และข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมโดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นกรอบในการสัมภาษณ์ภายใต้ประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบที่ได้รับจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดระเบียบข้อมูลและการกำหนดรหัสของข้อมูล (Coding)

ผลการวิจัย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.15 มีช่วงอายุระหว่าง 34 - 41 ปี ร้อยละ 31.92 ประกอบอาชีพค้าขาย หรือทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.85 มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 73.46 และนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับ มากที่สุด ร้อยละ 70.00 และหากนักท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนจะเลือกที่พักประเภทโรงแรมเพื่อความสะดวกสบายในการพักผ่อน ร้อยละ

53.08 ปัจจัยในการพิจารณาเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้อยละ 61.54 และราคาไม่สูงมากนัก สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากสถานที่พักแรมนั้น ๆ ได้แก่ การต้อนรับที่เป็นมิตรและอบอุ่น ร้อยละ 42.31 และความสะอาดและความปลอดภัย ร้อยละ 33.85 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ร้อยละ 34.23 กิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ การชมวิว ทิวทัศน์ ร้อยละ 38.08 และไหว้พระ ทำบุญ ร้อยละ 32.31 เนื่องจากจังหวัดพะเยามีกว๊านพะเยา ซึ่งถือเป็นบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ ที่นักท่องเที่ยวสามารถชมความสวยงามได้ตั้งแต่เช้าจรดเย็น นอกจากนี้จังหวัดพะเยายังได้ชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานมากเป็นอันดับต้น ๆ ในเขตจังหวัดภาคเหนือ และตลอดการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คำนึงถึงความปลอดภัยทางด้านสุขอนามัยโดยการสวมหน้ากากอนามัย ร้อยละ 33.08 ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ ร้อยละ 23.85 และพยายามหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวแออัดและพลุกพล่าน ร้อยละ 23.85

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการพักค้างคืน สถานที่พักแรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม ร้อยละ 53.08 และเกสต์เฮาส์ ร้อยละ 28.85 ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับกว๊านพะเยา โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินหรือขี่จักรยานจากที่พักมาสัมผัสบรรยากาศยามเช้าและยามเย็น บริเวณริมกว๊านพะเยาได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกโรงแรมจากความสะอาดสบาย ร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ การเดินทางเข้าถึงง่าย ร้อยละ 23.85 และสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดหวังจากโรงแรม คือ การต้อนรับที่เป็นมิตรและอบอุ่น ร้อยละ 42.31 รองลงมา คือ ความสะอาดและความปลอดภัย ร้อยละ 33.85 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในการบริการของโรงแรมนั้น ๆ และคิดว่าจะกลับมาใช้บริการอีกอย่างแน่นอน

การจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า โดยส่วนใหญ่รูปแบบของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยามีลักษณะเป็นการบริหารงานโรงแรมแบบอิสระ ฉะนั้นจึงง่ายต่อการพิจารณากำหนดแนวทางการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย การตัดสินใจดำเนินกิจการตามความเหมาะสมตามแนวคิดการบริหารจัดการของผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจโรงแรม จากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปฏิบัติงานและผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ทุกโรงแรมได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 เหมือนกัน คือ จำนวนลูกค้าที่เข้าพักแรมลดลง ส่งผลให้รายได้ที่เคยได้รับจากการให้บริการห้องพักลดลง ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจโรงแรมดำเนินกิจการต่อไปโดยไม่กระทบทั้งเจ้าของกิจการและพนักงานลูกจ้าง ทุกโรงแรมจึงมีการวางแผนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีการวางแผนดำเนินกิจการ ดังนี้

การจัดการด้านการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย (Product) ทุกโรงแรมดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัย และมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ภายใต้โครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration หรือ SHA

การจัดการด้านการตลาด (Promotion) ทุกโรงแรมจะใช้วิธีการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการโดยการลดราคาห้องพัก หรือมีการแถมจำนวนวันเข้าพัก ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของทางโรงแรมเอง หรือผ่านเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายห้องพัก เป็นต้น

การจัดการด้านการบริการ (Process) ทุกโรงแรมมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ โดยการเพิ่มระยะห่างระหว่างพนักงานกับลูกค้าและลดความหนาแน่นของลูกค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสร่วมกันของลูกค้า และหลีกเลี่ยงการสัมผัสระหว่างลูกค้าและพนักงาน

การจัดการด้านพนักงาน (People) มีการปรับลดจำนวนวันทำงานลง เพื่อลดต้นทุนด้านการจ้างงาน และความหนาแน่นของจำนวนพนักงานในแต่ละวัน นอกจากนี้ยังเพิ่มกฎระเบียบในการทำงานให้มีความเข้มงวดยิ่งขึ้น โดยเน้นให้พนักงานตระหนักในเรื่องของความปลอดภัยทั้งของตนเอง และลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาจะเดินทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ใช้ระยะเวลาสั้น ๆ ในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Nuntramas et al. (2020) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในยุค New Normal คือ “เที่ยวไทย เที่ยวใกล้ และเที่ยวปลอดภัย” โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยจะเปลี่ยนไปโดยคนไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวในประเทศก่อน แม้ว่าจะสามารถเที่ยวต่างประเทศได้ก็ตาม จากความเสี่ยงต่อการติดเชื้อในประเทศที่สูงกว่าไทย และการท่องเที่ยวระยะทางไกล ๆ สั้น ๆ ขับรถไป เนื่องจากการขับรถเป็นวิธีการเดินทางที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อได้ดีกว่า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thongprakob (2021) ว่าการเดินทางระยะสั้นและการไปพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติจะเป็นที่นิยมในปี 2564 เห็นได้จากที่ผลสำรวจระบุว่า ร้อยละ 74 ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเดินทางเป็นระยะเวลา 1 - 3 คืน โดยต้องการไปในจุดหมายปลายทางที่ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและมีอากาศดี นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลักในการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการป้องกันการติดเชื้อจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 โดยการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยเจลแอลกอฮอล์ รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากบุคคลอื่น (Social Distancing) ไม่เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีคนพลุกพล่านหรือสถานที่แออัด และไม่ใช้สิ่งของร่วมกับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการใช้ชีวิตปกติแบบวิถีใหม่ ดังที่ปรากฏในบทความของกรุงเทพธุรกิจ (Bangkokbiznews, 2020) ว่าการดำเนินชีวิตปกติวิถีใหม่ด้านสาธารณสุขของคนไทยนั้นทุกคนให้ความสำคัญกับการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโคโรนา

โดยการปฏิบัติตามคำแนะนำตามประกาศมาตรการการป้องกันและควบคุมการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ การสวมใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเสมอ การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 2 เมตร ล้างมือบ่อย ๆ พกเจลแอลกอฮอล์ หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด และหลีกเลี่ยงกลุ่มเสี่ยงหรือผู้ที่มีอาการป่วย

นอกจากนี้ ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาที่มีการพักค้างคืนจะเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและความสะอาดปลอดภัยเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ Admink (2020) ที่กล่าวไว้ว่า ราคาที่พัก ความสะอาด และการให้บริการกลับไม่ใช่ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว แต่ปัจจัยด้านอื่นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ คุณภาพและสภาพแวดล้อมของที่พักรวมไปถึงมุมมองของสถานที่พักที่มีจุดขายที่จะสร้างความประทับใจและมีผลต่อประสบการณ์ของคนที่มาพัก ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวบางกลุ่มก็ยังคำนึงถึงปัจจัยด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับ Thongprakob (2021) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกที่พัก คือ ราคา ซึ่งราคาที่ย่อมเยายังเป็นตัวเลือกสำคัญของนักท่องเที่ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกราคาย่อมเยาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจในการเดินทางและเลือกที่พักในปีนี เช่นเดียวกับโปรโมชั่นและส่วนลดต่าง ๆ รวมถึงค่าเดินทางที่สมเหตุสมผล ตามด้วยที่พักที่ให้บริการดีและให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ตลอดจนการจัดการเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นอีกปัจจัยสำคัญ รวมถึงสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่มาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย และอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณา

การจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

การจัดการด้านการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย โรงแรมส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมโครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration หรือ SHA เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเลือกใช้บริการโรงแรมของตน นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการให้บริการที่สอดคล้องกับนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 เช่น มีการทำความสะอาดพื้นที่ต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ติดตั้งเจลทำความสะอาดมือบริเวณทางเข้า-ออกของโรงแรม และบริเวณที่เป็นจุดให้บริการหลัก เช่น บริเวณโถงรับรอง (Lobby) บริเวณการลงทะเบียนเข้าพักและชำระค่าใช้จ่าย (Counter Check-in and Cashier) บริเวณพื้นที่ส่วนรวมที่ลูกค้าใช้บริการ (Public Area) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่บริษัทอินโนเวชั่นเทคโนโลยี จำกัด (Innovation Technology Co., Ltd., 2020) แนะนำไว้ คือ จัดทำมาตรการเร่งด่วน ยกระดับมาตรฐานให้กับโรงแรม โดยการกำหนดมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและการให้บริการที่มีคุณภาพ โดยโรงแรมควรต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และได้รับสัญลักษณ์ SHA หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration ซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการที่สร้างความเชื่อมั่น และความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการ นอกจากนี้ ยังมีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับการบริหารจัดการของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต (Dusit Hotels & Resorts, 2020) กล่าวคือ ผู้บริหารมีการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการโดยการออกแบบโปรแกรมดุสิตแคร์ คือ มาตรฐานใหม่ในการบริการ

ที่จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยทุกครั้งที่เราเข้าพักหรือใช้บริการที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต จึงมีการจัดเตรียม เซ็ตดุสิตแคร์ ที่มีให้บริการฟรีในห้องพักของลูกค้าย ในแต่ละชุดประกอบไปด้วย น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับมือ หน้ากากอนามัย และทิชชูเปียกฆ่าเชื้อโรคในห้องพักแขกทุกห้อง เพื่อให้ลูกค้ายได้เดินทางอย่างปลอดภัยและมั่นใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Srithammarat and Tavonprasith (2017) ศึกษาพบว่า ความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรม และเป็นพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตแบบปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว

การจัดการด้านการตลาด โรงแรมส่วนใหญ่จะใช้กลยุทธ์การลดราคาห้องพักถึงร้อยละ 30 - 50 จากราคาปกติ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ในขณะที่โรงแรมบางแห่งใช้วิธีการแถมจำนวนคืนที่เข้าพัก เช่น พัก 1 คืน แถม 1 คืน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการ และเป็นการกระตุ้นให้จำนวนวันท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในจังหวัดพะเยาเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Pitikraisorn (2020) นักวิเคราะห์จากศูนย์ EIC ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้วิเคราะห์ไว้ว่า จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทยที่ลดลง ทำให้ EIC คาดว่าค่าห้องพักเฉลี่ยต่อห้องพักที่ขายได้ (RevPAR) ของธุรกิจโรงแรมไทยจะลดลง ร้อยละ 55 - 65 ในปี 2563 ซึ่งจะทำให้โรงแรมเกือบทุกแห่งประสบกับภาวะขาดทุนจากการดำเนินงาน โดย 3 กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมในภาวะที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ได้แก่ 1) การเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่น 2) การลดค่าใช้จ่าย และ 3) การชะลอค่าใช้จ่ายออกไป โดยมีการดำเนินการตามแนวทางการสร้างรายได้และสภาพคล่องจากการบริการที่มีอยู่ในโรงแรม เช่น การลดราคาห้องพักเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ดังนั้นการดำเนินกิจการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาจึงต้องมีการปรับและรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 และพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งจากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพะเยานั้น ไม่นิยมพักค้างคืน ฉะนั้นโรงแรมจึงต้องหากลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาพักค้างคืนในจังหวัดพะเยา โดยการปรับลดราคาห้องพัก หรือมีการแถมห้องพัก เพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวแบบ New Normal ก็ยังคงพิจารณาเลือกที่พักโดยมีปัจจัยหลักทางด้านราคาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งสอดคล้องกับ Thongprakob (2021) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกที่พัก คือ ราคา ราคาที่ย่อมเยายังเป็นตัวเลือกสำคัญของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับโปรโมชั่นและส่วนลดต่าง ๆ รวมถึงค่าเดินทางที่สมเหตุสมผล นอกจากนี้ พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกพักโรงแรมซึ่งมีความสะดวกและมีมาตรฐานในเรื่องของความปลอดภัย ซึ่งโรงแรมในจังหวัดพะเยาก็ได้มีการดำเนินการด้านการบริการที่เหมาะสมและมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยตามเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้ หากนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยย่อมส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมมีมากขึ้น

การจัดการด้านการบริการ ทุกโรงแรมมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ โดยการเพิ่มระยะห่างและลดความหนาแน่นของลูกค้าโดยใช้วิธีการให้บริการโดยพนักงานแทนการให้บริการตัวเองของลูกค้า (Self Service) เช่น การให้บริการอาหารเช้า โดยบางโรงแรมใช้วิธีการให้บริการแก่ลูกค้าภายในห้องพัก บางโรงแรมงดการให้บริการอาหารเช้า และบางโรงแรมปรับเปลี่ยนจากรูปแบบบุฟเฟต์ (Buffet) เป็นแบบอาหารตามสั่ง (A La Carte) เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสร่วมกันของลูกค้า นอกจากนี้บางโรงแรมมีบริการส่งอาหารถึงบ้าน (Delivery) ซึ่งถือเป็นบริการด้านอาหารที่สามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจโรงแรมได้อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการให้บริการลูกค้าของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต (Dusit Hotels & Resorts, 2020) คือ ลูกค้าสามารถเลือกเวลารับประทานอาหารเช้าได้ตามความสะดวกของลูกค้าเพื่อเลี่ยงความแออัด การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายเมื่อลูกค้าเดินทางมาถึง ขั้นตอนการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคอย่างเข้มงวดในโรงแรม และการจัดพื้นที่ห้องอาหารอย่างกว้างขวางเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า รวมถึงตัวเลือกการรับประทานอาหารในห้องพัก

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับบริษัทอินโนเวชันเทคโนโลยี จำกัด (Innovation Technology Co., Ltd., 2020) ที่กล่าวถึงมาตรการลดการสัมผัสและติดต่อระหว่างพนักงานกับลูกค้า เช่น เช็คอิน-เช็คเอาท์ออนไลน์ผ่านอุปกรณ์มือถือ บริการเสิร์ฟอาหารถึงหน้าห้องพัก (In-Room Dining) แทนการลงไปทานที่ห้องอาหารหรือร้านอาหาร และเพิ่มระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) เพื่อลดการสัมผัสเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับ PMUC (2021) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปภายใต้ความปกติใหม่โดยเพิ่มความใส่ใจในสุขอนามัย ความสะอาด ความปลอดภัย ระยะห่างทางสังคม เทคโนโลยี ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบต่อสังคม

การจัดการด้านพนักงาน โรงแรมส่วนใหญ่ไม่มีการปรับลดจำนวนพนักงาน แต่จะใช้ระบบการลดจำนวนวันทำงานลงเพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านการจ้างงาน บางโรงแรมสามารถให้พนักงานดำเนินงานได้ตามปกติโดยมิได้มีการปรับลดจำนวนวันทำงานหรือจำนวนค่าจ้าง เนื่องจากเจ้าของกิจการมีเงินทุนค่อนข้างมากในการดำเนินธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้หลาย ๆ โรงแรมยังเพิ่มกฎระเบียบในการทำงานให้มีความเข้มงวดยิ่งขึ้น โดยเน้นให้พนักงานตระหนักในเรื่องของความปลอดภัยทั้งของตนเองและลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของบริษัทอินโนเวชันเทคโนโลยี จำกัด (Innovation Technology Co., Ltd., 2020) กล่าวว่า โรงแรมควรมีแผนการจัดการเชิงบริหาร จัดตารางการทำงานแบบยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มระยะห่างระหว่างพนักงาน ลดความแออัดในสถานที่ทำงาน อาทิ การบริหารวัน-เวลาทำงาน โดยประเมินจากประสิทธิภาพงานและการดูแลลูกค้าเป็นสำคัญ เนื่องจากในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปตามปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ซึ่งโรงแรมต้องปรับตัว เปลี่ยนแปลง ยกระดับการปฏิบัติงาน การเข้าพัก และการให้บริการให้ได้มาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดี สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักหรือเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Nuntramas et al. (2020) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในยุค New Normal คือ “เที่ยวไทย เที่ยวใกล้ และเที่ยวปลอดภัย” โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนไทยจะเปลี่ยนไปโดยคนไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวในประเทศก่อน และการท่องเที่ยวระยะทางไกล ๆ

สั้น ๆ ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ลดน้อยลง โรงแรมจึงไม่ต้องจัดเตรียมพนักงานเป็นจำนวนมากในการต้อนรับและให้บริการ

ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่าแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงแนวทางการจัดการ 4 ประการ ดังนี้

Product เป็นการจัดการด้านการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย ทำความสะอาดบนพื้นผิวสัมผัส วัตถุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในทุกพื้นที่ ทั้งพื้นที่ของพนักงาน ห้องพัก และพื้นที่สาธารณะอย่างเหมาะสม จัดให้มีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล อย่างน้อย 1 - 2 เมตร และจัดเตรียมจุดให้บริการเจลล้างมือแอลกอฮอล์ให้กับพนักงานและลูกค้า พร้อมส่งเสริมให้มีการล้างมืออย่างสม่ำเสมอ

Promotion เป็นการจัดการด้านการตลาด การลดค่าห้องพักลงอย่างมากเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 การเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่น เช่น การให้บริการอาหารแบบส่งกลับบ้านและบริการ Food Delivery

Process เป็นการจัดการด้านการบริการ การเพิ่มระยะห่างและลดความหนาแน่นของลูกค้า ลดการสัมผัสและติดต่อกันระหว่างพนักงานกับลูกค้า และเพิ่มระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการสัมผัสเงินสด รวมไปถึงการลงทะเบียนเข้าพัก (Check-in) แบบออนไลน์โดยผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone)

People เป็นการจัดการด้านพนักงาน สร้างความยืดหยุ่นในการทำงาน จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 และการใช้อุปกรณ์ป้องกันเชื้อส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และธุรกิจโรงแรมอื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกับธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สามารถนำแนวทางการจัดการธุรกิจโรงแรมไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนดำเนินกิจการด้านการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าและสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ได้ ดังนี้

1. โรงแรมควรดำเนินการตามเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัย เพื่อให้ได้รับสัญลักษณ์ SHA หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย

2. โรงแรมควรมีการปรับลดราคาห้องพัก หรือแถมจำนวนคืนที่เข้าพัก เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการพักค้างคืน

3. โรงแรมควรปรับปรุงแบบการบริการต่าง ๆ โดยดำเนินการตามหลักการลดการสัมผัส เพิ่มระยะห่างและลดความหนาแน่นของลูกค้า เช่น การชำระค่าบริการผ่านระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการอาหารภายในห้องพัก หรือการลงทะเบียนเข้าพักแบบออนไลน์ เป็นต้น

4. โรงแรมควรสร้างความยืดหยุ่นในการทำงานโดยการปรับลดจำนวนวันทำงานลง เพื่อลดความแออัดในโรงแรมและเป็นการเว้นระยะห่างระหว่างพนักงาน

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อรองรับชีวิตปกติวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยว สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากการได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยภายใต้งบประมาณรายได้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ประจำปีงบประมาณ 2563 มหาวิทยาลัยพะเยา และความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะจากบุคคลหลายท่าน ขอขอบพระคุณผู้บริหารและพนักงานของโรงแรมในจังหวัดพะเยา และนักท่องเที่ยวที่สละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- Admink. (2020). *Covid-19 makes tourists' behavior change "price" or "beautiful view accommodation"*. What kind of tourists do these generations choose?. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2020/12/kresearch-analyze-traveler-behavior-choosing-hotel-after-covid/> [in Thai]
- Bangkokbiznews. (2020). *What is new normal? When covid-19 push us to life normal new way*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/882508> [in Thai]
- Booking.com. (2020). *Booking.com reveals the trend of Thai tourists behavior after Covid-19*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/909641> [in Thai]
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavior sciences* (2nd ed.). Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum.
- Dangrojana, P. (1995). *The art and science of hotel management*. Bangkok: Thongchai Printing. [in Thai]
- Dusit Hotels & Resorts. (2020). *Dusit care*. Retrieved from <https://www.dusit.com/th/covid-19/> [in Thai]
- Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Domestic tourism statistics classify by region and province 2020*. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=594 [in Thai]
- IM2. (2015). *What does management mean?*. Retrieved from <https://www.im2market.com/2015/06/20/1449> [in Thai]
- Innovation Technology Co., Ltd. (2020). *3 Checklists for executive: Hotel management to survive and safe in the era of Covid-19*. Retrieved from <https://inno.co.th/checklist-for-executives-manage-your-hotel-stay-in-order-to-be-safe-and-secure-during-the-covid-19-era/?lang=th> [in Thai]
- Kaewchoo, P. (2020). *Factors influencing change in new normal tourism behavior after Covid-19*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. [in Thai]

- Khwanboon, T. (2006). *Hotel management*. Phitsanulok: Naresuan University. [in Thai]
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Nunthanid, J. (2018). *What is an emerging disease? What diseases are dangerous?*. Retrieved from <https://www.sanook.com/health/11773/> [in Thai]
- Nuntramas, P., Rueanthip, K., & Laosamrit, J. (2020). *Penetrating travel behavior in the New Normal: When Covid changes lives*. Retrieved from https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน_New_Normal_เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน_31_08_63.pdf [in Thai]
- Pitikraisorn, P. (2020). *EIC strategies guidance on hotel business in the face of Covid-19*. Retrieved from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/6759> [in Thai]
- PMUC. (2021). *Covid-19 affects Thai tourism, effects and solutions*. Retrieved from http://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf [in Thai]
- PPTV Online. (2020). *Hotel businesses adapt to fight COVID-19*. Retrieved from <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/127168> [in Thai]
- Sereerat, S. (2007). *Consumer behavior* (4th ed.). Bangkok: Theera Film. [in Thai]
- Smart finder. (2021). *What do hotels do on the day when guests escape “Covid-19”*. Retrieved from <https://1th.me/0MaFp> [in Thai]
- Srithammarat, S., & Tavonprasith, B. (2017). Impact of the crisis on foreign tourists in Phuket Province. *Parichart Journal*, 30(3), 86-95. [In Thai]
- Thai PBS. (2020). *Get to know “new normal”*. Retrieved from <https://news.thaipbs.or.th/content/292126> [in Thai]
- Thongprakob, P. (2021). *Survey reveals that after Covid-19, Thai people take short trips and want to be close to nature*. Retrieved from <https://www.bltbangkok.com/lifestyle/34133/> [in Thai]