



การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์โควิด-19* THE RESILIENCE OF HOTEL BUSINESS IN COVID-19 SITUATION



ศรายุทธ ทองหมั่น, นิมิต ชุ่นสั้น

Sarayute Thongmun, Nimit Soonsan

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Phuket Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: Nimit.s@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง เช่น วิกฤตเศรษฐกิจ การระบาดใหญ่ของ COVID-19 และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เป็นต้น ดังนั้น บทความวิชาการนี้จึงเสนอการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์โควิด-19 เป็นประเด็นสำคัญเพื่อความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ จึงมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ผลกระทบจาก COVID-19 ที่เกิดขึ้นต่อโรงแรมและการปรับตัวของแรงงานภาคธุรกิจโรงแรม โครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration แนวทางการปรับตัวของโรงแรม การปรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การปรับเปลี่ยนรูปแบบให้บริการอาหาร การปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ความคิดสร้างสรรค์ในการใช้นวัตกรรม และการพัฒนาทักษะแรงงาน บทความนี้จะเสนอเป็นประโยชน์สำหรับการจัดการธุรกิจโรงแรมเพื่อปรับตัวในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ โดยสรุปเป็นแนวทางการปรับตัวให้กับธุรกิจโรงแรมและผลการดำเนินงานในสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง

คำสำคัญ: การปรับตัว; โรงแรม; เทคโนโลยี; ความคิดสร้างสรรค์

Abstract

The hotel industry in Thailand is facing multiple changes, such as the economic crisis, the COVID-19 pandemic, technological innovations, etc. Therefore, this academic article proposes the resilience of the hotel business in a COVID-19 situation. It is an essential issue for the survival and competitiveness of

* Received August 18, 2022; Revised September 26, 2022; Accepted September 30, 2022

businesses. To that end, it aims to cover various issues such as the impact of COVID-19 on hotels and the adjustment of workers in the hotel sector, the Amazing Thailand Safety & Health Administration project, hotel adaptation guidelines, target customer group adjustment, modification of food service, appropriate use of technology, creativity in using innovation, and Skill development. This article will be helpful for hotel business management to build resilience during the COVID-19 situation for governments, businesses, and entrepreneurs. The conclusion guides the hotel's business and performance in an efficient and sustainable maners.

Keywords: Resilience; Hotel; Technology; Creative

บทนำ

สถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จึงทำให้ธุรกิจหลายอย่างได้รับผลกระทบมากมาย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมโรงแรม (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2563) เพราะนักท่องเที่ยวต้องหยุดการเดินทางเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคให้น้อยลง (Gallen, 2020; Gursoy & Chi, 2020) นอกจากนี้ต้องควบคุมการแพร่กระจายของโรค รวมทั้งกำหนดมาตรการตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก ได้แก่ การจำกัดการเดินทางและการปิดชายแดนเพื่อลดจำนวนผู้ป่วย แต่อย่างไรก็ตามแม้จะส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ แต่มีความจำเป็นต้องใช้มาตรการที่ดีที่สุดที่จะให้สถานการณ์ภาพรวมของโลกดีขึ้น (Bedford et al., 2020; Jiang & Wen, 2020)

สถานการณ์การระบาดของประเทศไทยตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 จนกระทั่งสิ้นปี พ.ศ. 2564 รายได้ของโรงแรมในกรุงเทพมหานครลดลง รวมมูลค่ากว่า 9,194 ล้านบาท (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด, 2563) เพราะโรงแรมหลายแห่งต้องปิดกิจการชั่วคราว แต่อย่างไรก็ตามโรงแรมบางแห่งได้ปรับตัวโดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ เช่น สถานที่กักตัว (Alternative State Quarantine: ASQ) หรือ สถานที่กักตัวทางเลือก (Alternative Local State Quarantine: ALSQ) เพื่อประคับประคองให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) นอกจากนั้นแล้วการผ่อนปรนของนโยบายรัฐบาลที่ช่วยให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจึงช่วยให้เกิดการจองห้องพักจากไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2564 มีอัตราจองห้องพัก ร้อยละ 48.450 มีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 11.94 ของไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2565 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงต้องปรับตัวตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคมและขีดความสามารถใหม่



การให้ความสำคัญกับการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์ COVID-19 โดยเฉพาะการปฏิบัติตามมาตรการภาครัฐเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า คือ มาตรการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) จะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในมาตรการเพื่อเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้น จึงสรุปได้ว่า COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปและการเลือกใช้บริการโรงแรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ธุรกิจโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้านและสร้างความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกจากนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการแล้วการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความสำคัญ เช่นกัน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงควรปรับตัวธุรกิจให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถเกิดการแข่งขันได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกิดขึ้นใหม่เกี่ยวกับผลกระทบของสถานการณ์ COVID-19 ต่อธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีการสำรวจประเด็นต่าง ๆ เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลบ ความไม่แน่นอนของพนักงาน นวัตกรรมทางธุรกิจ และการจัดการบริการของธุรกิจโรงแรมภายหลังสถานการณ์สถานการณ์ COVID-19 ดังนั้นจึงนำเสนอบทความวิชาการเพื่อนำเสนอแนวทางการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ผลกระทบจาก COVID-19 ที่เกิดขึ้นต่อโรงแรมและ การปรับตัวของแรงงานภาคธุรกิจโรงแรม โครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration แนวทางการปรับตัวของโรงแรม การปรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การปรับเปลี่ยนรูปแบบให้บริการอาหาร การปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม และความคิดสร้างสรรค์ในการใช้นวัตกรรม ซึ่งบทความวิชาการนี้มีประโยชน์มากสำหรับเจ้าของธุรกิจโรงแรมที่ต้องการปรับตัวเพื่อเป็นแนวปฏิบัติเชิงกลยุทธ์

โครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration

โครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) เป็นโครงการตามนโยบายของภาครัฐเพื่อสร้างความมั่นใจความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration Plus (SHA Plus) คือโรงแรมที่ผ่านการประเมิน SHA และมีพนักงานในสถานประกอบการได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 จากการศึกษาของ สุเมธ กมลศิริ และวัฒน์บุษรา โทวาทอง (2564) ซึ่งเห็นว่า SHA เป็นโครงการที่ทำให้ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการใช้บริการในโรงแรมมีความมั่นใจต่อมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 ในโรงแรม สอดคล้องกับการศึกษาของดารณี อางหาญ และคณะ

(2564) โดยสำรวจข้อมูลจากที่พักชุมชนที่ผ่านการรับรองตามโครงการ SHA ซึ่งให้เห็นว่าที่พักสามารถควบคุมคุณภาพความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และยังใช้เป็นแนวทางสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและยกระดับที่พักชุมชน และนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อีกด้วย

SHA เป็นแนวทางการบริการจัดการเพื่อป้องกันและสร้างความมั่นใจของสุขอนามัย ซึ่งโรงแรมได้ใช้เป็นแนวทางเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นการได้รับมาตรฐานดังกล่าวจึงทำให้ภาพลักษณ์ของการบริหารจัดการของโรงแรมมีความน่าเชื่อถือด้วย (นันทวัฒน์ พรเลิศกชกร และคณะ, 2565) แต่อย่างไรก็ตามโรงแรมหรือที่พักที่ไม่ได้จดทะเบียนธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่สามารถยื่นขอรับการประเมิน SHA ได้ตามข้อกำหนด โดยเฉพาะโรงแรมขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวจึงต้องกำหนดแนวทางอื่น ๆ ที่เหมาะสมจากหน่วยงานภาครัฐต่อไป (วิเชียร จันทลุน และคณะ, 2565)

ดังนั้น แนวทางการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขในสถานการณ์ COVID-19 เช่น การใช้มาตรการ Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) ควบคู่ไปกับแผนการประเมินความเสี่ยง การตัดสินใจเกี่ยวกับการป้องกันสาธารณสุขและกลยุทธ์ทางธุรกิจในวิกฤตควรขึ้นอยู่กับข้อมูลดิบ และเจ้าหน้าที่ของรัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุข การตระหนักถึงมาตรการใหม่ ๆ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการเสริมสร้างมาตรการป้องกันสาธารณสุข ส่งผลต่อการวางแผนนำไปสู่ความสำเร็จในดำเนินการมาตรการด้านความปลอดภัยด้านสาธารณสุขใหม่ ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการควรติดตามข่าวสารและสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อเสริมสร้างมาตรการป้องกัน

แนวทางการปรับตัวของโรงแรม

แนวทางการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย 1. ควรนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในธุรกิจ เพื่อช่วยให้ก้าวผ่านวิกฤต COVID-19 โดยการพิจารณาการเดินทางของลูกค้าและสร้างความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ 2. ควรสร้างพันธมิตร และการนำแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมมาใช้ สำหรับการสร้างโอกาสในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคในประเทศเพื่อเสนอข้อเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น อย่างไรก็ตามธุรกิจโรงแรม 3. ควรให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ และดิจิทัล เพื่อเชื่อมต่อดังดูด และรักษาผู้เดินทาง โรงแรมสามารถเปลี่ยนแปลงการเดินทางของลูกค้าให้เป็นดิจิทัล ตั้งแต่เช็คอินจนถึงการชำระเงิน รวมถึงการจัดเตรียมข้อมูล สามารถติดตามความชอบของนักท่องเที่ยวได้แบบเรียลไทม์เพื่อออกแบบข้อเสนอที่ดีและมีความเกี่ยวข้องมากขึ้น ในขณะที่ช่องทางจองดิจิทัลสามารถกำหนดเป้าหมายกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันได้ การตลาดดิจิทัล



ยังสามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมา แบ่งปันประสบการณ์ของบนสังคมออนไลน์ และการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมสามารถ เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้แนวทางการปรับตัวของโรงแรมหลังเกิดสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งมีรายละเอียดในการกำหนดแนวปฏิบัติ 5 ประเภท ดังนี้

1. การปรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธุรกิจโรงแรมต้องมีการปรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยเฉพาะโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ จากการศึกษาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2565) ที่สำรวจข้อมูลตามโครงการ Workation Paradise Throughout Thailand เป็นการต่อยอดการท่องเที่ยวในรูปแบบพร้อมการทำงาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและจองโรงแรมภายในประเทศไทยเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในวันธรรมดามากขึ้นเปิดโอกาสให้บุคลากรในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ และกลุ่มคนวัยทำงานสามารถเปลี่ยนสถานที่ทุกแห่งให้เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำงานได้ท่ามกลางบรรยากาศที่แตกต่างไปจากเดิม ดังนั้น โรงแรมต้องหาโอกาสเพื่อปรับกลุ่มเป้าหมายที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการโรงแรมและทำให้โรงแรมมีรายรับในขณะสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะการดึงกลุ่มคนที่ทำงานที่บ้านให้เปลี่ยนสถานที่ทำงานมาเป็นโรงแรม เพื่อลดความเบื่อหน่ายและได้รับประสบการณ์ที่ดีด้วย นอกจากนี้การปรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนมาทำงานทำให้ระยะเวลาการเข้าพักมีระยะเวลานานขึ้น ย่อมช่วยให้โรงแรมมีรายได้ประคับประคองในการดำเนินกิจการในสถานการณ์ COVID-19 ได้

2. การปรับเปลี่ยนรูปแบบให้บริการอาหารภายในโรงแรม

ในสถานการณ์ COVID-19 ทำให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมเน้นการรับประทานอาหารนอกบ้านเปลี่ยนเป็นการสั่งอาหารเพื่อรับประทานที่บ้านมากขึ้น ซึ่งธุรกิจโรงแรมที่มีห้องอาหารและมีชื่อเสียงในการให้บริการอาหารจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการให้บริการอาหารที่โรงแรมเป็นการจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค เพราะในสถานการณ์การแพร่ระบาดก็ยังมีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการทานอาหารที่มีคุณภาพ ดังนั้นธุรกิจโรงแรมต้องมีการจัดส่งอาหารเพื่อให้มีรายได้เข้ามาประคับประคองธุรกิจโรงแรม จากการศึกษาของนนท์วัฒน์ พรเลิศกชกร และคณะ (2565) และสุเมธ กมลศิริ และวัฒน์บุษรา โปวาทอง (2564) พบว่า สถานการณ์โรค COVID-19 โรงแรมได้มีการวางแผนการรับมือผลกระทบที่เกิดขึ้น ในการปรับทำอาหารจัดส่งถึงที่เพื่อสร้างรายได้ให้แก่โรงแรม โดยเน้นทำการตลาดกับฐานลูกค้าที่โรงแรมมีอยู่ และทำการตลาดกลับลูกค้ากลุ่มใหม่ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมต้องทำการร่วมมือกับธุรกิจอื่น ๆ ให้มากขึ้น เช่น ธุรกิจจัดส่งอาหารเพื่อที่จะส่งอาหารให้กับลูกค้า ถึงบ้าน พร้อมจัดทำการส่งเสริมการตลาดให้หลากหลายเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางจัดส่งและต้องเตรียมพร้อมทำการตลาดกลับ

ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อผ่านช่องทางจัดส่งนี้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถมารับประทานอาหารที่โรงแรมได้หลังจากที่มีมาตรการผ่อนคลายนอนาคคต

3. การปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการความปลอดภัยและลดระดับความวิตกกังวลเกี่ยวกับโรค COVID-19 ของลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม โดยการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานโรงแรม แนวคิดของ Wooder & Baker (2012) กล่าวถึง นวัตกรรมเทคโนโลยีคือ การผสมผสานของนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่ในลักษณะที่เพิ่มขึ้นหรือการสร้างสิ่งใหม่ในทางที่ต่างไปจากเดิม จากการรายงานของ Garcia (2020) พบว่า โรงแรมในเครือแมริออต (Marriott) ฮิลตัน (Hilton) และไฮแอท (Hyatt) ใช้เทคโนโลยีเพื่อลดปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้าของโรงแรม เช่น ระบบเช็คอินผ่านมือถือ เครื่องเช็คอินผ่านตู้อัตโนมัติ และระบบทำความสะอาดด้วยหุ่นยนต์ นอกจากนี้ยังปรับปรุงขั้นตอนการทำความสะอาดที่เริ่มนำเทคโนโลยีการทำความสะอาดขั้นสูงมาใช้เพื่อการฆ่าเชื้อที่ดียิ่งขึ้น (เช่น เครื่องพ่นไฟฟ้าสถิต เทคโนโลยีแสงอัลตราไวโอเล็ต ฯลฯ) ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีของธุรกิจโรงแรมช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น เช่น การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีโดยการสร้างแพลตฟอร์มสำหรับการจองที่พักโดยตรงด้วยตนเองของ S Hotels & Resorts Public Company Limited (2023)

ดังนั้น การปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว และการจองห้องพักเป็นไปอย่างง่าย รวดเร็ว รวมทั้งสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้แก่ผู้เข้าพัก อย่างไรก็ตามการพัฒนาเทคโนโลยียังคงต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยพนักงาน ซึ่งลูกค้ายังคงต้องการพูดคุยกับพนักงานโรงแรม รวมทั้งธุรกิจโรงแรมจึงต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าพักกับพนักงานโรงแรม ไม่ใช่เข้ามาแทนที่การให้บริการโดยพนักงาน

4. ความคิดสร้างสรรค์ในการใช้นวัตกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ได้นำมาใช้ในธุรกิจโรงแรมมากขึ้นเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง โดยธุรกิจโรงแรมได้นำความคิดสร้างสรรค์ในการใช้นวัตกรรมเพื่อให้จับต้อง (Intangible) ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งการปรับปรุงบริการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และนำไปสู่ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีขึ้นหลังการฟื้นฟูภายหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ที่ สุด ตัวอย่าง โรงแรม Kene Hotel Bangkok มีการปรับเปลี่ยนธุรกิจจากห้องพักชั่วคราวสู่ City hotel ระดับ 4 ดาว ผ่านความคิดสร้างสรรค์ของธุรกิจด้วยการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่ปรับเปลี่ยนบรรยากาศการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาที่ต้องได้ นอกจากนี้มีการนำเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาธุรกิจ ได้แก่ การบริหารจัดการ การทำบัญชี และช่องทางการขายใหม่ ทำให้เกิดประสิทธิภาพของธุรกิจมากยิ่งขึ้น (Marketing Oops, 2020)



รวมถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการใช้นวัตกรรมสำหรับธุรกิจโรงแรมควรมีการประยุกต์ร่วมกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับโรงแรม ตามแนวทางของ Green Hotel Association (2012) โดยใช้จุดขายเกี่ยวกับความยั่งยืนหรือแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมควรมีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาปรับใช้เพื่อสร้างประสบการณ์และคุณค่าแก่ลูกค้าในการจัดการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการใช้เทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรมร่วมกับการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อการส่งมอบประสบการณ์ให้กับลูกค้า และการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วย

5. การพัฒนาทักษะแรงงาน

การพัฒนาบุคลากรในโรงแรมท่ามกลางสถานการณ์ COVID-19 ทำให้พนักงานสามารถกำหนดรูปแบบการบริการได้อย่างสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสถานการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงย่อมสร้างความแตกต่างให้แก่ธุรกิจทำให้สามารถดำเนินการภายใต้ข้อจำกัดได้ดีมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่พัฒนาความคิดสร้างสรรค์เกิดการพัฒนาตนเอง เสริมสร้างศักยภาพตามกรอบแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริการ นอกจากนั้นการฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมจากสถานการณ์ COVID-19 ต้องใช้ระยะเวลายาวนาน การที่พนักงานไม่ได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นอาจจะส่งผลทำให้การบริการนั้นมีความล่าช้าหรือไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงแรมควรต้องให้โอกาสพนักงานในการพัฒนาทักษะแรงงานที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาทักษะที่จำเป็น การปรับโครงสร้างองค์กร และการใช้เทคโนโลยีกับการบริการของพนักงานได้อย่างเหมาะสมต่อไปด้วย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์ COVID-19

สรุป

จากการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมขณะสถานการณ์ COVID-19 ได้ทำให้เกิดการเรียนรู้ว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้โรงแรมได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากแต่ในการเกิดวิกฤตก็มีทั้งผลดีและผลเสีย และยังมีโอกาสในการที่จะทำให้ภาคธุรกิจโรงแรมอยู่รอดทั้งในภาคของเจ้าของกิจการและภาคของแรงงาน สิ่งสำคัญคือการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในด้านต่าง ๆ ผลกระทบจาก COVID-19 ที่เกิดขึ้นจากโรงแรม จากการที่ประกาศ Lock down ประเทศ และจังหวัด ทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะโรงแรมรายได้เป็นศูนย์ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเกิดผลกระทบวิกฤตการเงินเป็นอย่างมาก จึงให้เกิดการจ้างงานพนักงานออก บางโรงแรมไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จึงทำให้เกิดการปิดกิจการ และขายโรงแรมให้กับนายทุนใหญ่ ดังนั้นในภาคของธุรกิจโรงแรมเองต้องมีการปรับโรงแรมให้ได้มาตรฐาน Amazing Thailand Safety & Health Administration เพื่อที่จะสามารถรับนักท่องเที่ยวได้ ในภาคของแรงงานพนักงานต้องมีการเพิ่มทักษะให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น และภาครัฐบาลและเอกชนต้องมีการจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญให้กับภาคแรงงาน โรงแรมต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การปรับหากลุ่มเป้าหมายลูกค้าใหม่ การปรับการบริการให้สอดคล้องและรองรับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะสามารถให้ธุรกิจโรงแรมไปต่อได้ในขณะของสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมขณะสถานการณ์ COVID-19 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาสอยู่เสมอเพียงแต่ภาคธุรกิจ ภาคประชาชนต้องไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาองค์กร พัฒนาตนเองและพร้อมที่จะปรับตัวแปลงแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะให้องค์กร และตนเองอยู่รอด โดยต้องไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาศักยภาพในด้านแรงงาน ในด้านเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมการทำงานมากขึ้น และการปฏิบัติตามแนวทางของรัฐบาลและภาคเอกชนที่กำหนดออกมา เพราะแนวทางและนโยบายของรัฐบาลและภาคเอกชนที่ออกมาช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนเป็นนโยบายที่สามารถทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินต่อไปได้ การแสวงหากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวสำรองทำให้ธุรกิจไม่พึ่งพานักท่องเที่ยวกลุ่มเดียว การแสวงหารายได้หลากหลายช่องทางทำเพื่อที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมอยู่รอด

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2022)*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2565, จาก <https://shorturl.asia/8QvyN>



- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). ศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินโควิด-19. สืบค้น 30 เมษายน 2565, จาก hsscovid: www.hsscovid.com
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย. สืบค้น 30 เมษายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/TUeB>
- ดารณี อัจฉาญ และคณะ. (2565). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกซุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตรมหาวิทาลัยธรรมศาสตร์*, 22(1), 191-200.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2563). ความน่าจะเป็นการฟื้นตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวไทย. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://shorturl.asia/GZnT0>
- นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร และคณะ. (2565). ทางออกของธุรกิจโรงแรมกับแนวคิดการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. *สยามวิชาการ*, 23(1), 40-58.
- วิเชียร จันทลุน และคณะ. (2565). คุณภาพการบริการของโรงแรมระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 : กรณีศึกษาเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด. (2563). เจาะลึกพิษไวรัสโคโรนาชุดท่องเที่ยวไทยเท่าไรกัน. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://shorturl.asia/xaH5C>
- สุเมธ กมลศิริวัฒน์ และบุษรา โปวาทอง. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA ต่อผลกระทบ COVID-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2563. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์*, 4(3), 650-663.
- Bedford, J. et al. (2020). COVID-19: Towards controlling of a pandemic. *The lancet*, 395(1), 1015-1018.
- Gallen, S. (2020). *The response of tourism businesses vis-à-vis the economic ramifications of SARS-CoV-2 - Opening intellectual and real avenues for innovations*. Retrieved June 6, 2023, from <https://shorturl.asia/5sLSY>
- Garcia. (2020). *Hilton, Hyatt, and Marriott Will Introduce New Cleaning Protocols*. Retrieved June 6, 2023, from <https://shorturl.asia/UYZ3T>
- Green Hotel Association. (2012). *What are green hotels?*. Retrieved June 6, 2023, from <http://www.greenhotels.com/index.php>
- Gursoy, D. & Chi, C. G. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527-529.



- Jiang, Y. & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563-2573.
- Marketing Oops. (2020). *Exploring the strategy of Kene Hotel Bangkok, changing the family business game from Temporary rooms to City Hotel 4 stars*. Retrieved June 6, 2023, from <https://shorturl.asia/4ExOj>
- S Hotels & Resorts Public Company Limited. (2023). Shr Sets To Double Revenue In 2022, Making No. 2 Thai Hotel Operator With Highest Revenue. Retrieved June 6, 2023, from <https://shorturl.asia/oRDOY>
- Wooder, S. & Baker, S. (2012). Extracting key lessons in service innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 29(1), 13–20.

