การจัดการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19

Management of Medium Sized Hotels in Chiang Rai Province During The COVID-19 Crisis

มนสิชา ซาวคำ[*]

Monsicha Saokham[*]

สุริยา ส้มจันทร์[**]

Suriya Somcham[**]

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ[***]

Prakobsiri Pakdeepinit[***]

นิรมล พรมนิล[****]

Niramol Promni[****]

วันที่รับบทความ: 9 มี.ค. 67

วันที่แก้ไขบทความ:

ครั้งที่ 1 : 16 พ.ค. 67

ครั้งที่ 2 : 6 ก.ค. 67

วันที่ตอบรับ: 13 ก.ย. 67

[*] นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

[*] Ph.D. Candidate, (Tourism and Hotel Management), School of Business and Communication Arts, Phayao University.

[**] ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม) หลักสูตรดุษฎีบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาสารคม (2555) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

[**] Ph.D. (Tourism and Hotel Management), Mahasarakham University (2012). Currently as Assistant Professor at Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, School of Business and Communication Arts, Phayao University.

[***]Ph.D. (Doctor of Philosophy in Architectural Heritage Management and Tourism) มหาวิทยาลัยศิลปากร (2551) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

[***] Ph.D. (Doctor of Philosophy in Architectural Heritage Management and Tourism), Silpakorn University (2008). Currently as Assistant Professor at Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, School of Business and Communication Arts, Phayao University.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้สถิติพื้นฐาน สถิติเชิงบรรยาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการโรคระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้นกับโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบกิจการธุรกิจโรงแรม ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับล่างของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นข้อมูลบัญชีโรงแรมที่เปิดดำเนินกิจการโรงแรมในเขตจังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย มีจำนวนโรงแรมขนาดกลาง 104 แห่ง และ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงรายจากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2563 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และแบบสอบถามการรับมือวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.97 ผลการวิจัยพบว่า ลำดับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสุขอนามัย ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ สำหรับการรับมือโรคระบาดโควิด-19 ของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ตามลำดับ สรุปผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายสามารถรับมือได้มากกว่าที่นักท่องเที่ยวต้องการในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ

[****]Ph.D. (Doctor of Philosophy in Hospitality Management), Oxford Brooks University, United Kingdom (2562). ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำ สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

[****] Ph.D (Doctor of Philosophy in Hospitality Management), Oxford Brooks University, United Kingdom (2019). Currently as Lecturer at Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, School of Business and Communication Arts, Phayao University.

คำสำคัญ: ภาวะวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 การจัดการโรงแรม การตัดสินใจเข้าพักโรงแรม พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Abstract

This research is quantitative research that uses basic statistics. The purpose of the descriptive statistics was to study the management of the COVID-19 pandemic in medium-sized hotels in Chiang Rai. The population and sample are hotel business operators, senior executives, middle-level executives, and lower-level executives of medium-sized hotels based on the hotel account data for hotel operations in Chiang Rai. According to the Chiang Rai Provincial Statistics Office in 2018, there were 104 medium-sized hotels. The sample group of Thai tourists who visited Chiang Rai consisted of 400 people, according to the Ministry of Tourism and Sports statistics in 2020. The study tools were questionnaires regarding decision-making for hotel accommodation during the COVID-19 pandemic and how the medium-sized hotels in Chiang Rai were handling the COVID-19 crisis. The Cronbach's Alpha Coefficient was found between 0.97. The results showed that the influencing tourists' decision to stay at a hotel during the COVID-19 pandemic were service, price, hygiene, safety, facilities, and environment, respectively. The COVID-19 responses of medium-sized hotel operators in Chiang Rai were service, environment, safety, hygiene, facilities, and price, respectively. The medium-sized hotel operators in Chiang Rai can manage more than tourists' needs during the COVID-19 pandemic, namely environment, safety, and service.

Keywords: COVID-19 Pandemic Crisis, Hotel Management, Deciding to Stay in a Hotel, Tourist Behavior

บทนำ

รูปแบบวิกฤตที่เกิดขึ้นในโลก ได้แก่ วิกฤตทางการเงิน วิกฤตทางบุคลากร วิกฤตองค์การ วิกฤตทางเทคโนโลยี วิกฤตทางธรรมชาติ ซึ่งมีความแตกต่างกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน วิกฤตโควิด-19 ครั้งนี้เป็นลักษณะพิเศษคือเป็นวิกฤตคู่ทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์พร้อมกัน (Pedro, Duarte, & Faria-e-Castro, 2020) ส่งผลต่อเนื่องไปสู่ผลกระทบด้านการค้าและการลงทุนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ปี พ.ศ.2562 ก่อนเกิดโรคระบาดโควิด-19 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบ 40 ล้านคนต่อปี ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิด 19 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากและผันผวนตามสถานการณ์การแพร่ระบาด และมาตรการของภาครัฐ โดยเฉพาะช่วงปิดพื้นที่ (Lockdown) ที่จำกัดการเดินทางทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ อย่างไรก็ดี หลังจากสถานการณ์เริ่มบรรเทาลง ภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ และเริ่มเปิดประเทศในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ในครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2565 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมาอยู่ที่ประมาณ 93 ล้านคน หรือร้อยละ 40 ของช่วงก่อนโควิด (Bank of Thailand, 2022) ทำให้โรงแรมเกือบทุกแห่งประสบกับสภาวะขาดทุนจากการดำเนินงานและมีโรงแรมบางแห่งจำเป็นต้องปิดกิจการ โดยเฉพาะโรงแรมขนาดกลาง-เล็ก ที่มีเงินทุนไม่มากนักและไม่สามารถทนต่อสภาวะขาดสภาพคล่องติดต่อกันได้ยาวนานหลายเดือน (Economic Intelligence Center (EIC) Siam Commercial Bank, 2020) ธุรกิจโรงแรมของไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยเฉพาะจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักและจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพอย่างเช่นจังหวัดเชียงราย (TAT Intelligence Center, 2018) เนื่องด้วยจังหวัดเชียงรายมีความพร้อมของพื้นที่ เป็นเมืองรองที่ติดเมืองใหญ่อย่างจังหวัดเชียงใหม่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยง นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและถูกพูดถึงอย่างมาก อีกทั้งจังหวัดเชียงรายยังมีสนามบินนานาชาติ และมีด่านตรวจคนเข้าเมืองกับเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์และประเทศลาว เกิดการหมุนเวียนทั้งในเรื่องแรงงาน การค้าขาย และการท่องเที่ยว แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 รัฐบาลประเทศปิดประเทศเพื่อจำกัดการแพร่ระบาดของโรค จำกัดการเดินทาง ด่านปิดไม่สามารถค้าขายได้ แรงงานถูกส่งตัวกลับบ้าน การท่องเที่ยวถูกกระทบหนักสุดโดนก่อนแต่ฟื้นตัวได้หลังธุรกิจอื่น

ที่ผ่านมาพบว่าการศึกษาการจัดการโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 เป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการช่วงโควิด-19 โดยศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาพักโรงแรมในระดับดาวที่ต่างกัน (Phuchatam, 2021; Pandey, Plasoo, Sawangsak, & Rodhirun, 2021; Robina-Ramirez, 2022) ศึกษาการจัดการวิกฤตจากทำเลที่ตั้ง ศึกษาจากโรงแรมขนาดใหญ่ (Ritchie, Bentley, Koruth, & Wang, 2011) ศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก (Zhukov, Sardo, & Ullah, 2018) และศึกษาจากโรงแรมขนาดเล็กละขนาดกลาง SME (Promnil & Polnyotee, 2023) แต่ยังไม่มีการศึกษาเฉพาะเจาะจงโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ จึงทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลโรงแรมของจังหวัดเชียงราย พบว่า จังหวัดเชียงรายมีโรงแรมขนาดกลางจำนวน 104 แห่ง (National Statistical Office, 2018) ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง ร้อยละ 61.54 อำเภอแม่สาย ร้อยละ 15.38 อำเภอเชียงของ ร้อยละ 7.69 และอำเภอเชียงแสน ร้อยละ 6.73 ซึ่งแต่ละอำเภอล้วนเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย จากสถานการณ์การระบาดโรคโควิด-19 ทำให้โรงแรมประสบปัญหาภาวะซบเซา โรงแรมได้มีการปรับเปลี่ยนการบริการและการจัดการหลากหลายวิธีเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โรงแรมเครือข่ายขนาดใหญ่ที่มีค่าห้องแพงสามารถลดราคาได้มากกว่าโรงแรมขนาดกลางไม่สามารถลดราคาได้มากกว่านี้ รวมถึงเรื่องการบริหารจัดการที่โรงแรมขนาดกลางยังต้องการความช่วยเหลือเมื่อเกิดภาวะวิกฤต ดังจะเห็นได้จากเมื่อเกิดภาวะวิกฤตโรคระบาดที่ผ่านมามีข่าวการขายโรงแรมจำนวนมากเพราะไม่สามารถบริหารต่อไปได้ จากข้อมูลและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาโรงแรมขนาดกลางทั้งด้านวิชาการและเชิงปฏิบัติการ การลดผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการจัดการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิกฤต

วิกฤต (Crisis) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดไว้ล่วงหน้า เป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้กำหนดไว้ แต่อาจจะส่งผลเสียถึงภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ขององค์การ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลเชิงลบในระยะยาว (Jaichansukkit, 2009) ซึ่งวิกฤตอาจเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือเป็นผลมาจากความผิดพลาดหรือความตั้งใจมุ่งร้ายของมนุษย์ (Chomdee, 2016) ซึ่งส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของผู้คน รวมทั้งสร้างความเสียหายต่อสังคมเป็นวงกว้าง จึงจำเป็นต้องเร่งบริหารจัดการเพื่อแก้ไขและควบคุมให้อยู่ในสภาวะปกติตามความเหมาะสมของเหตุการณ์ (Thadasirichoke, 2020) หากวิกฤตเกิดขึ้นกับธุรกิจจะก่อให้เกิดผลกระทบกับลูกค้าหรือแบรนด์ธุรกิจร้านอาหาร (Prommarak, 2017) ต้องการการแก้ปัญหาและการสื่อสาร เพื่อคลี่คลายสถานการณ์โดยเร็วที่สุด

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวในสถานการณ์ปกติมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สิ่งจูงใจ ทัศนคติ การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว และการเดินทางเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ แต่เมื่อเกิดวิกฤตโควิด-19 ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวรวมทั้งการเข้าพักโรงแรมเปลี่ยนแปลงและมีปัจจัยอื่นเพิ่มเติม ซึ่งจากการศึกษาบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงเกิดโรคระบาดโควิด-19 เพื่อประกอบการศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้มีทั้งหมด 20 เรื่อง แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ โดยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยจากนักวิชาการทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จากการศึกษาพบว่า งานวิจัยของ Schimanovich (2021), Schürhoff (2021) และ Li, Zhong, Zhang, and Hua (2021) กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักเนื่องจากสภาวะการท่องเที่ยวที่เกิดการหดตัวอย่างรุนแรงส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับนานาชาติจนถึงภายในประเทศ ทำให้เกิดการชะงักในระบบเศรษฐกิจอย่างรุนแรงส่งผลกระทบต่อภาระค่าใช้จ่ายทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว จากการศึกษาของ Sukheerat and Rinrattanakorn (2021) Meesapthaweekun (2021) Tangtanlam and Phongpanich (2021) Phophet (2019) ตลอดจน Kaewchu (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

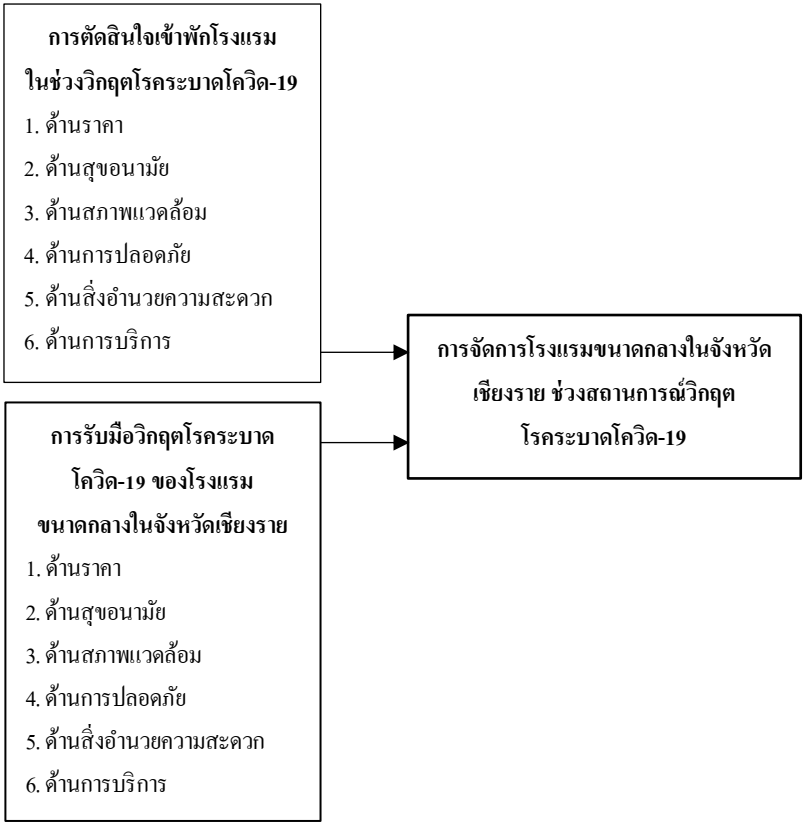
โรงแรมระดับ 3 ดาวต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวแสดงถึงสภาพทางการเงินและงบประมาณในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถบ่งชี้ถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวได้ จากศึกษาค้นคว้างานวิจัยของ Schimanovich (2021) และงานวิจัยของ Atthavithaya and Chamonman (2021) กล่าวว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งของโรงแรมที่กลมกลืนกับชุมชนท้องถิ่น มีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่และธรรมชาติที่สวยงามเป็นปัจจัยที่อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับปัจจัยด้านแบรนด์ของ Hussain, Shah, and Kareem (2020) อธิบายว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองและกฎหมายและด้านสภาวะโรคระบาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยทั้งสอง โดยอาจพิจารณาเข้าร่วมนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ เพื่อเพิ่มศักยภาพของโรงแรมและควรคำนึงถึงการปรับปรุงด้านบริการให้สอดคล้องกับสภาวะโรคระบาด เป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการให้บริการ และพร้อมรับมือกับการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจโดย Sun, Jiang, Feng, Wang, and Zhang (2022) Li, Yao, and Chen (2021) และ Le and Phi (2021) กล่าวว่า โรงแรมที่มีความสะอาดโดยรอบ มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับโรคระบาดชัดเจน มีการจัดเตรียมเจลล้างมือ หน้ากากอนามัย และการเตรียมพนักงานที่มีมาตรฐาน การแต่งตัวที่ปลอดภัยเพื่อลดภาวะการณ์แพร่เชื้อโรค จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่แขกที่เข้าพักเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งจากการศึกษาของ Hong, Cai, Mo, Gao, Xu, Jiang, and Jiang (2020), Atthavithaya and Chamonman (2021) และนักวิชาการอีกหลายท่าน ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ โรงแรมคำนึงถึงการเว้นระยะห่างในสถานที่ให้บริการ การให้ข้อมูลจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานพร้อมรับมือกับการแพร่ระบาด เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงเกิดโรคระบาดโควิด-19

จากการศึกษาตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงเกิดโรคระบาดโควิด-19 รวม 20 เรื่อง สรุปได้ตัวแปร 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ

6) ด้านการบริการ สำหรับการสร้างเครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการการจัดการโรงแรมในช่วงวิกฤตจากโรคระบาดโควิด-19 ซึ่งตัวแปรทั้ง 6 ด้านนี้ใช้สอบถามทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเพื่อหาช่องว่าง สำหรับเสนอการจัดการโควิด-19 วิกฤตสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และอธิบายบรรยายเชิงพรรณนา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงรายจากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2563 พบว่า จำนวน 2,059,088 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2021) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) มีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling)

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการธุรกิจโรงแรม ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับล่าง ของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นข้อมูลบัญชีโรงแรมที่เปิดดำเนินกิจการโรงแรมในเขตจังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย มีจำนวนโรงแรมขนาดกลาง 104 แห่ง (National Statistical Office, 2018) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) ได้ดำเนินการคัดเลือกสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทั้งหมด และได้ตอบกลับมา 77 แห่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกแบบ (Check List) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบไปด้วย

1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 6) ด้านการบริการ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.2 แบบสอบถามการรับมือวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับมือวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 6 ด้าน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ 1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย และ 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านการบริการ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

ก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ IOC จำนวน 5 ท่าน ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.7 ถึง 1 จากนั้นคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 ราย ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.97 ซึ่งมีค่าความเที่ยงสูง (Kongsat & Thammawong, 2008)

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบไปด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ และรายได้ ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) และการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 6) ด้านการบริการ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale)

3.2) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน ประเภทการบริหารธุรกิจ และลักษณะการจดทะเบียนพานิชย์ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ค่าร้อยละ และการรับมือวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 6) ด้านการบริการ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale)

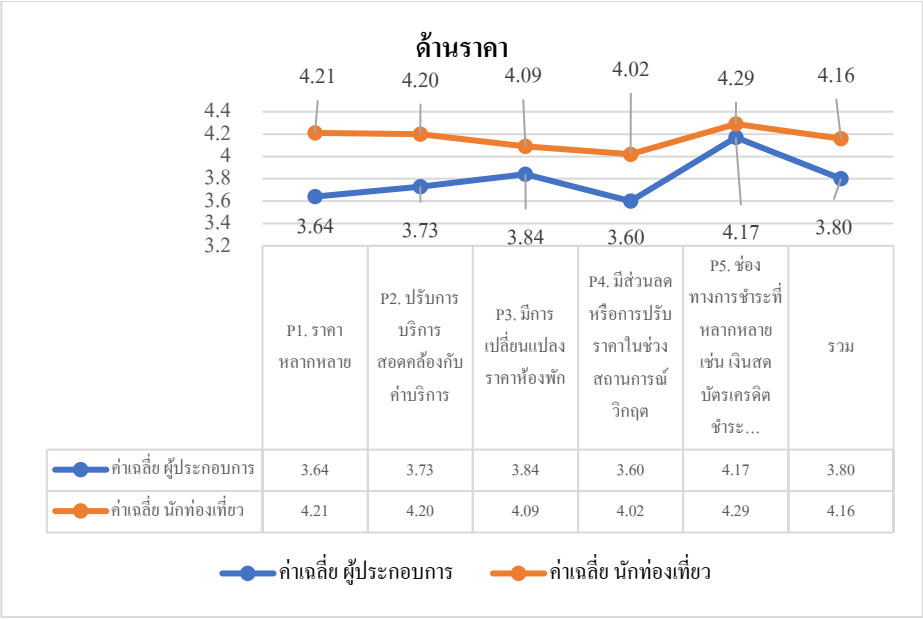
ผลการวิจัย

ผลการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย จากคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) จำนวน 400 ชุด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักโรงแรมเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีผู้ร่วมเดินทางเข้าพักโรงแรมเป็นกลุ่มครอบครัว/ญาติ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 จองห้องพักโดยจองผ่านเว็บไซต์ OTA (Online Travel Agency) เช่น Agoda, Trip และ Traveloka จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยเฟสบุ๊ค จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีระยะเวลาการเข้าพักโรงแรม

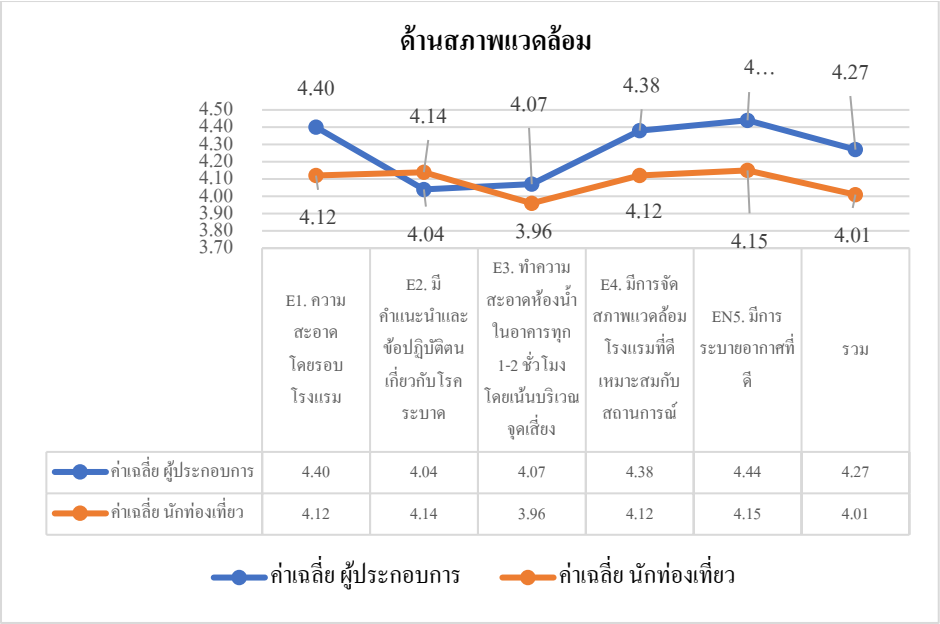
1 วัน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักโรงแรมอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

ผลจากการศึกษาจากผู้ประกอบกิจการธุรกิจโรงแรม เจ้าของกิจการ หรือ/และ ผู้บริหารระดับสูงโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นข้อมูลบัญชีโรงแรมที่เปิดดำเนินกิจการโรงแรมในเขตจังหวัดเชียงราย ปี 2561 ของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย พบมีจำนวนโรงแรมขนาดกลาง 104 แห่ง ซึ่งมีสถานประกอบการตอบแบบสอบถามกลับจำนวน 77 แห่ง จำแนกตามตำแหน่ง พบว่า ตำแหน่งผู้บริหารระดับต้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.74 จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงานของโรงแรม พบว่า ธุรกิจเปิดดำเนินตามปกติ คิดเป็นร้อยละ 55.84 โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) คิดเป็นร้อยละ 79.20 จำแนกลักษณะการจดทะเบียนพาณิชย์ พบว่า บุคคลธรรมดาคนเดียว (กิจการเจ้าของคนเดียว) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.40

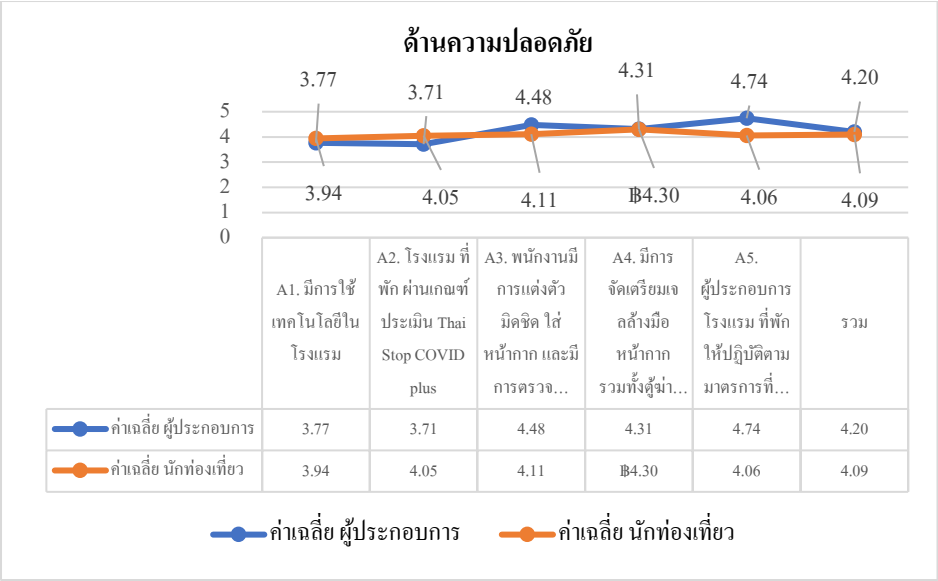
การวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP) ภาพรวมระหว่างการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านราคา 2) ด้านสุขอนามัย 3) ด้านสภาพแวดล้อม 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 6) ด้านการบริการ สามารถอธิบายแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้



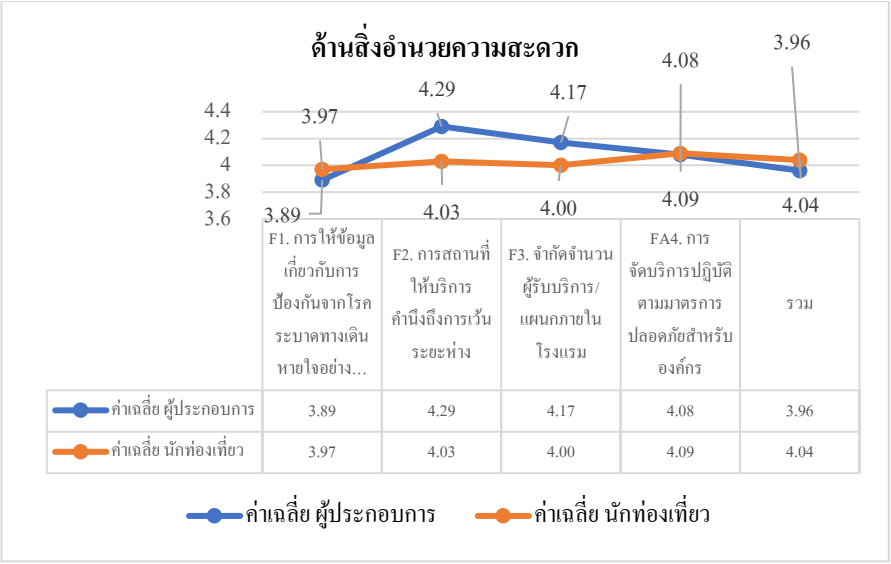
ภาพที่ 2 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านราคา



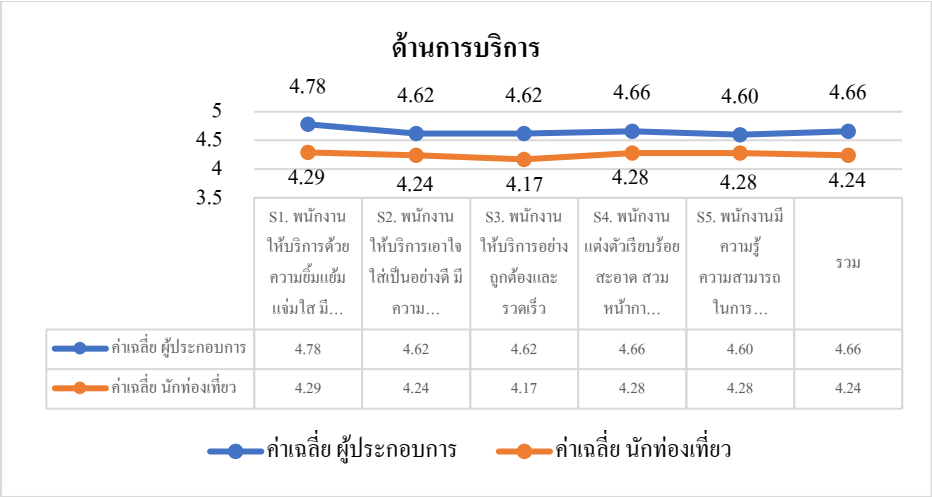
ภาพที่ 3 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านสภาพแวดล้อม



ภาพที่ 4 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านความปลอดภัย



ภาพที่ 5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก



ภาพที่ 6 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านการบริการ



ภาพที่ 7 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 และ การรับมือของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 เฉลี่ยแต่ละด้าน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านราคา พบว่า การตัดสินใจเข้าพักโรงแรม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับราคาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เนื่องจากเป็นราคาห้องพักที่สามารถจ่ายได้ซึ่งหากเป็นสถานการณ์ปกติราคาห้องพักอาจมีราคาสูงตามฤดูกาลทำให้ไม่สามารถซื้อห้องได้ แต่ผู้ประกอบให้คะแนนการรับมือที่ต่ำกว่า เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถขายห้องได้ทำให้ต้องยอมลดราคาค่าห้องพักโดยเฉพาะโรงแรมที่รับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาโดยตลอดแต่เมื่อมีประกาศปิดเมืองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถเข้าประเทศได้ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวรับนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การลดราคาและทำโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดความสนใจให้ตัดสินใจออนไลน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้ต้องลดการสัมผัส อีกทั้งผู้คนจำนวนมากใช้อุปกรณ์เชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Smart Device) ทำให้ง่ายแก่การใช้งานและตรงกับความต้องการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ย

ต่ำได้แก่ มีส่วนลดหรือการปรับราคาในช่วงสถานการณ์วิกฤต เนื่องจากผู้ประกอบการทำการตลาดด้วยการลดราคาห้องและการเข้าร่วมกับโครงการของรัฐบาลเราเที่ยวด้วยกัน โดยรัฐบาลช่วยค่าห้องพักไม่เกินร้อยละ 40 ผู้ประกอบการได้รับเงินที่รัฐบาลช่วยค่าที่พักให้นักท่องเที่ยวนั้นไม่ตรงเวลา ผู้ประกอบการรอนาน ส่งผลให้ผู้ประกอบการให้คะแนนรวมด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.80 น้อยกว่านักท่องเที่ยว คะแนนค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ประกอบการให้คะแนนประเมินตนเองในเรื่องการจัดการส่วนลดหรือการปรับราคาในช่วงสถานการณ์วิกฤตต่ำที่สุดเนื่องจากการปิดเมือง (Lockdown) รวมทั้งความกังวลของผู้คนทั่วไปที่จะออกเดินทางเพราะกลัวจะติดเชื้อ ทำให้ผู้คนไม่เดินทาง ส่งผลให้อัตราการเข้าพักต่ำ ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการตลาด ลด แลก แจก แถม ต่าง ๆ นานา ภายใต้มาตรการความปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และทำให้ลูกค้าที่จะเข้าพักมีความสบายใจ Atthavithaya and Chamonman (2021) ที่ศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครมีความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีพฤติกรรมเหมือนเดิม เช่น นิยมเดินทางมาด้วยตนเอง มีงบการเงินที่จำกัด ต้องการราคาห้องพักที่ถูกเน้นการใช้จ่ายที่ประหยัด

2. ด้านสุขอนามัย พบว่า ค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอยู่ในระดับเดียวกันและค่าคะแนนมีความใกล้เคียงกันเนื่องจากทุกคนต้องปฏิบัติตามประกาศและคำแนะนำจากกระทรวงสาธารณสุขเป็นมาตรฐาน สำหรับค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่า ข้อที่ได้คะแนนมากที่สุดตรงกันคือ โรงแรม ที่พัก มีการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อด้วยโซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1% หรือแอลกอฮอล์ 70% รวมอยู่ในระดับมาก และระดับคะแนนมีความใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการได้ดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดอย่างเคร่งครัด

ในเรื่องการใช้เทคโนโลยีในการฆ่าเชื้อ เช่น การฆ่าเชื้อด้วยรังสียูวี เทคโนโลยีเครื่องปรับอากาศ ผู้ประกอบการให้คะแนนประเมินตนเองต่ำที่สุด เนื่องจากโรงแรมขนาดกลางส่วนใหญ่มีงบประมาณการบริหารจำกัดทำให้ไม่สามารถใช้อุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีในการฆ่าเชื้อได้ เพียงแค่ปฏิบัติตามกระทรวงสาธารณสุข อาทิ การทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง

ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อด้วย โซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1% หรือ แอลกอฮอล์ 70% และการจัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างเพียงพอ และจัดวางในบริเวณที่เหมาะสมใช้งานได้ สอดคล้องกับ Li, Yao, and Chen (2021) และ Le and Phi (2020) ที่ได้ศึกษาด้านสุขอนามัย ความสะอาด และการใช้เทคโนโลยีเช่นกัน

3. ด้านสภาพแวดล้อม ค่าเฉลี่ยรวมนักท่องเที่ยวให้คะแนนเฉลี่ย 4.01 ระดับมาก และผู้ประกอบการให้คะแนน 4.27 ระดับมากที่สุด เป็นด้านที่ผู้ประกอบมีความมั่นใจในการดูแลควบคุมความสะอาดของโรงแรม แต่นักท่องเที่ยวยังมีความกังวลโดยประเด็นพื้นที่ส่วนกลางที่ต้องใช้ร่วมกัน เป็นจุดที่ต้องสัมผัสบริเวณจุดเสี่ยง ได้แก่ ลูกบิดประตู ก๊อกน้ำ อ่างล้างมือ ที่กดโถชักโครก และสายฉีดชำระ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีวิธีการสื่อสารให้ลูกค้าทราบในเรื่องความสะอาด แสดงให้เห็นว่าโรงแรมได้จัดการอย่างจริงจัง ทำตลอดเวลา โดยอาจมีป้ายสัญลักษณ์ติดไว้หากทำความสะอาดเสร็จแล้ว หรือมีระบบเทคโนโลยีที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่บริเวณนั้นสะอาดปลอดภัย มีบริการเจลแอลกอฮอล์ทุกจุด เป็นต้น

การให้คำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาดนั้นประกอบการให้คะแนนประเมินตนเองในเรื่องนี้ต่ำที่สุด เนื่องจากโรคโควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่รุนแรง และได้รับคำแนะนำปฏิบัติตัวจากกระทรวงสาธารณสุขพร้อม ๆ กัน ทำให้ทุกคนมีความระมัดระวังในการใช้ชีวิตประจำอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลให้พนักงานไม่ได้ให้คำแนะนำในการปฏิบัติตนเพียงแต่ติดประกาศสัญลักษณ์ด้านความปลอดภัยให้ลูกค้ารับทราบ ดังนั้น หากมีเหตุการณ์วิกฤตลักษณะคล้ายคลึงกัน พนักงานต้องได้รับการอบรมเกี่ยวกับปลอดภัยเพื่อสามารถอธิบายและแนะนำลูกค้าได้ ทั้งนี้ Indrianto, Kristama, and Sugito (2020) Schürhoff (2021) และ Yang, Li, Lau, & Zhu (2021) ด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการระบายอากาศ การให้คำแนะนำ และการทำความพื้นที่สาธารณะ

4. ด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยมีความสอดคล้องกับด้านสภาพแวดล้อมคือผู้ประกอบมีความมั่นใจในการจัดการความปลอดภัยมีคะแนนมากกว่านักท่องเที่ยวประเมิน โดยข้อที่ผู้ประกอบการให้คะแนนเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ ผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก ให้ปฏิบัติตามมาตรการที่ราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด คะแนนเฉลี่ย

มากถึง 4.74 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญและความร่วมมือกับภาครัฐอย่างจริงจัง ในการยับยั้งและป้องกันการแพร่เชื้อ ดังนั้น เมื่อผู้ประกอบการปฏิบัติตามมาตรการแล้วต้องมีการสื่อสารไปยังลูกค้าให้รับรู้เพื่อสร้างความมั่นใจ เช่น ใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ อาทิ SHA, Thai Stop COVID plus, Covid free setting เป็นต้น

ผู้ประกอบการให้คะแนนการแสดงใบประกาศ (Certificate) โรงแรม ที่พัก ผ่านเกณฑ์ประเมิน Thai Stop COVID plus ในบริเวณที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน การแสดงสัญลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นต่อการรับรู้ของลูกค้า ถึงแม้ว่าแต่ข้อที่ได้คะแนนการจัดการมากที่สุดคือ" ผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก ปฏิบัติตามมาตรการที่ราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด" แต่การแสดงเครื่องหมายการันตีจะช่วยให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ เกิดความสบายใจและตัดสินใจเข้าพักในที่สุด สอดคล้องกับ Sun, Jiang, Feng, Wang, and Zhang (2022), Li, Yao, and Chen (2021) และ Le and Phi (2021) กล่าวว่า โรงแรมที่มีความสะอาดโดยรอบ มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับโรคระบาดชัดเจน มีการจัดเตรียมเจลล้างมือ หน้ากากอนามัย และการเตรียมพนักงานที่มีมาตรฐาน การแต่งตัวที่ปลอดภัยเพื่อลดภาวะการณ์แพร่เชื้อโรค จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่แขกที่เข้าพักเป็นอย่างยิ่ง

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คะแนนค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นมาตรฐานความปลอดภัยภายในโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับคะแนนเฉลี่ยรายข้อ พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันจากโรคระบาดทางเดินหายใจอย่างละเอียด เป็นข้อที่นักท่องเที่ยวมีความกังวลใจ และเป็นข้อที่ผู้ประกอบการจัดการได้น้อยสุดเมื่อเปรียบเทียบในด้านเดียวกัน ดังนั้น การอบรมให้ความแก่พนักงานเกี่ยวความปลอดภัย สุขอนามัย การดูแลทำความสะอาด ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพื่อให้พนักงานสามารถดูแลตนเอง และแนะนำลูกค้าที่มาใช้บริการได้

การจัดบริการในสถานบริการภายในโรงแรม เช่น ฟิตเนส สปา สถานบันเทิง และอื่น ๆ ปฏิบัติตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์การ (COVID Free Setting) ผู้ประกอบการให้คะแนนต่ำที่สุด เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวสถานบริการที่ให้บริการเกี่ยวกับ ฟิตเนส สปา สถานบันเทิง ยังไม่สามารถเปิดให้บริการได้เพราะเป็นแหล่งที่มีจุดสัมผัสเสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ง่าย ทำให้

ผู้ประกอบการขาดรายได้จากการบริการในส่วนนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงหารายได้จากช่องทางอื่นจากทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ทดแทนรายได้ที่ขาดหายไป

6. ด้านการบริการ ค่าเฉลี่ยรวมทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่ผู้ประกอบการมีคะแนนมากกว่าแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถจัดการด้านการบริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้อีกความหมายคือ โรงแรมกับการบริการยังคงเป็นที่ต้องการของผู้เข้าพัก ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวก การเอาใจใส่ของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคจึงสามารถปฏิบัติงานได้แม้ในสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19 สำหรับประเด็นที่ได้คะแนนต่ำคือในด้านบริการ ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว โรงแรมได้ลดจำนวนพนักงานเพื่อควบคุมต้นทุน ทำให้จำนวนพนักงานทำงานต่อรอบน้อย ส่งผลต่อการให้บริการ กระทั่งรัฐบาลประกาศให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักเป็นจำนวนมากขึ้น แต่พนักงานยังคงมีจำกัดเพราะผู้ประกอบการยังไม่แน่ใจในสถานการณ์จึงยังคงจำกัดพนักงานต่อรอบการทำงาน ทำให้เกิดการบริการช้า และอาหารไม่หลากหลายเหมือนก่อนโควิด

ด้านการบริการ พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานต่ำที่สุด สอดคล้องกับด้านสภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการให้คะแนนประเมินตนเองในเรื่องการให้คำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาดต่ำที่สุด สอดคล้องกับ การศึกษาของ Hong, Cai, Mo, Gao, Xu, Jiang, and Jiang (2020), Atthavithaya and Chamonman (2021) ที่กล่าวว่า การให้ข้อมูลจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานพร้อมรับมือกับการแพร่ระบาด เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมในช่วงเกิดโรคระบาดโควิด-19 ดังนั้น การอบรมให้ความรู้พนักงานในช่วงการจัดการวิกฤตก็มีความสำคัญเนื่องจากพนักงานเป็นผู้สื่อสารกับลูกค้า และต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

เฉลี่ยในแต่ละด้านแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้คะแนนการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 มากกว่าผู้ประกอบการในด้านราคา สุขอนามัย และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ผู้ประกอบการสามารถรับมือในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ ได้มากกว่าที่นักท่องเที่ยวต้องการ

สามารถอธิบายรายด้านได้ดังต่อไปนี้ 1) ด้านราคา การตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านราคามีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.16) ขณะที่ระดับการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านราคา (มีค่าเฉลี่ย 3.80) 2) ด้านสภาพแวดล้อม การตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านสภาพแวดล้อมมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.01) สำหรับ ระดับการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านสภาพแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.27) และ 3) ด้านบริการ การตัดสินใจเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านการบริการมีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.24) สำหรับระดับการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ด้านการบริการ มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.66)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเชิงลึก ทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย รูปแบบที่พักแรม และรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนด้านการตลาดและการทำโปรโมชั่นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

โรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ได้ข้อมูลซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมในการรับมือวิกฤต ด้านราคา ด้านสุขอนามัย ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการบริการ รวมทั้งการฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะที่หลากหลายสามารถทำงานทดแทนตำแหน่งที่ขาด เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และการบริการยังเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าพัก

References

Atthavithaya, W., & Chamonman, K. (2021). Behavior and Motivation of Chinese tourists towards choosing to stay at 5 star hotels in Bangkok during the COVID-19 epidemic. *Dusit Thani College Journal*, *15*(1), 476-489. (in Thai)

Bank of Thailand. (2022). *Changes in the Thai tourism sector and next steps after opening the country*. Retrieved March 1, 2021, from https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-65-3/the-knowledge-65-3-3.html. (in Thai)

Chomdee, W. (2016*). Accommodation management in crisis in Bangkok. A case study of His Majesty King Bhumibol Adulyadej's death*. (Master of Business Administration). Silpakorn University, Bangkok. (in Thai)

Economic Intelligence Center (EIC) Siam Commercial Bank. (2020). *EIC recommends business strategies Hotels during the COVID-19 situation.* Retrieved March 1, 2021, from EIC-Note_Hotel_COVID-19_20200410.pdf (scbeic.com). (in Thai)

Hong, Y., Cai, G., Mo, Z., Gao, W., Xu, L., Jiang, Y., & Jiang, J. (2020). The Impact of COVID-19 on Tourist Satisfaction with B&B in Zhejiang, China: An Importance–Performance Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(10), 37-47.

Hussain, S., Shah, A. F., & Kareem, S. (2020). Expectations of Indian guests from Hotel Preparedness in COVID-19. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts, 12*(3), 31-51.

Indrianto, A. T. L., Kristama, B., & Sugito, S. (2020). The changing behavior of hotel guest during pandemic COVID 19: Case of Surabaya Hotels. In *the 1st International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*. In *Proceeding of the 1st International Conference on Business & Social Sciences 2020* (pp.76-85) Surabaya: Indonesia School of Economic (STIESIA).

Jaichansukkit, P. (2009). *Image management.* Bangkok: Matichon Publishing House. (in Thai)

Kaewchu, P. (2020). *Factors influencing tourism behavior changes in the new normal after COVID-19*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. (in Thai)

Kongsat, S., & Thammawong, T. (2008). *Determining the accuracy of the questionnaire (IOC).* Retrieved April 27, 2021, from http://mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?article_id=656&articlegroup_id= 146.2551. (in Thai)

Le, D., & Phi, G. (2021). Strategic responses of the hotel sector to COVID-19: Toward a refined pandemic crisis management framework. *International Journal of Hospitality Management, 94*, 102808.

Li, B., Zhong, Y., Zhang, T., & Hua, N. (2021). Transcending the COVID-19 crisis: Business resilience and innovation of the restaurant industry in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 49*(3), 44–53.

Li, Y., Yao, J., & Chen, J. (2021). The negative effect of scarcity cues on consumer purchase decisions in the hospitality industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management, 94*, 102815.

Ministry of Tourism and Sports. (2021). *Summary of tourist statistics 2011*. Bangkok: Department of Tourism. (in Thai)

Meesapthaweekun, N. (2021). *The decision process for choosing to use 3-star hotels. Thai tourists in Pattaya city area.* (Master of Business Administration). Ramkhamhaeng University, Bangkok. (in Thai)

National Statistical Office. (2018). *Document showing Statistics on the number of hotels in Chiang Rai Province 2018 (Statistic Report)*. Chiang Rai Provincial Statistical Office. (in Thai)

Pandey, J. N., Plasoo, J., Sawangsak, S., & Rodhirun, C. (2021). Crisis Management and COVID-19: The case of Budget Hotel in Muang Chiangmai District. *International Journal of Society Systems Science, 13*(1), 71-87. (in Thai)

Pedro, B., Duarte, J. B., & Faria-e-Castr, M . (2020). *Is the COVID-19 Pandemic a Supply or a Demand Shock?, Economic Synopses*. St. Louis: Federal Reserve Bank of St. Louis.

Phophet, W. (2019). *Factors influencing the decision to travel to tourist attractions. History of Thai visitors, a case study of Phra Nakhon Si Ayutthaya Historical Park*. (Master of Arts in Hospitality and Tourism Industry Management). Bangkok University, Pathumthani. (in Thai)

Phuchatam, K. A. (2021). *A Study of Hotel and Accommodation Management during COVID-19. Case Study: Five Stars and Three Stars Hotel in Pattaya, Chonburi Province*. (Master of Management in Business Management). Mahidol University, Bangkok. (in Thai)

Prommarak, P. (2017). *A study of communication strategies and crisis management. of the restaurant business through digital media.* (Master of Communication Arts in Digital Marketing Communications). Bangkok University, Pathumthani. (in Thai)

Promnil, N., & Polnyotee, M. (2023). Crisis Management Strategy for Recovery of Small and Medium Hotels after the COVID-19 Pandemic in Thailand. *Sustainability, 15*(5), 1-13. https://doi.org/10.3390/su15054194

Ritchie, B., Bentley, G., Koruth, T., & Wang, J. (2011). Proactive crisis planning: Lessons for the accommodation industry. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *11*(3), 367-386.

Robina-Ramirez, R., Medina-Merodio, J. A., Estriegana, R. (2022). What do urban and rural hotel management say about the future of hotels after COVID-19? The new meaning of safety experiences. *Cities*, 120, 103492.

Schimanovich, A. (2021). *The shift in significance of hotel choice and satisfaction attributes during the Covid-19 pandemic in respect of changes made in the hotel industry.* Vienna: Tourism, Hotel Management and Operations, Modul University.

Schürhoff, F. (2021). *What matters most: customers perceptions of Hotels and Hostels during COVID-19 – A quantitative case study.* Enschede: University of Twente.

Sukheerat, W., & Rinrattanakorn, P. (2021). Tourism behavior and the needs that Stay in Sattahip District Chonburi Province of Thai tourists. In *the 7th National Academic Conference on Buddhist Way, Community Way, Foundations of Lanna Social Lifestyle in a New Normal Society*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (in Thai)

Sun, S., Jiang, F., Feng, G., Wang, S., & Zhang, C. (2022). The impact of COVID-19 on hotel customer satisfaction: evidence from Beijing and Shanghai in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(1), 382-406.

Tangtanlam, S., & Phongpanich, A. (2021). Factors affecting travel selection travel in the new normal. *Interdisciplinary Journal of Humanities and Social Sciences, 4*(1), 12-24. (in Thai)

TAT Intelligence Center. (2018). *Travel compass 4th quarter 2018*. Retrieved February 28, 2024, from https://www.dla.go.th/upload/news/type9/2018/11/40628_1.pdf?time= 1544920032593. (in Thai)

Thadasirichoke, P. (2020). *Hotel management adaptation strategies in the epidemic situation. Coronavirus Disease 2019, Case Study: The Patra Rama 9 Hotel*. (Master of Arts). Silpakorn University, Bangkok. (in Thai)

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.

Yang, F. X., Li, X., Lau, V. M.-C., & Zhu, V. Z. (2021). To survive or to thrive? China's luxury hotel restaurants entering O2O food delivery platforms amid the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management, 94*, 10 -25.

Zhukov, D. V., Sardo, C., & Ullah, A. (2018). A conceptualized Model of Crisis Management for Small Hotel Companies. *International Journal of Innovation and Economic Development, 1*(5), 53-61.