

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจ

ของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) and Economic Adaptation Opportunities
of the Hotel Industry of Thailandกวิณภพ สายเพ็ชร (Kawinpob Saiphet)¹

บทคัดย่อ

วิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ได้กระตุ้นให้เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและยกระดับหลาย ๆ เงื่อนไขที่ไม่ใช่เฉพาะเพียงด้านราคาในการบริการเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องถึงความสามารถในธุรกิจการที่มีแนวโน้มลดลงตามอุปสงค์ของผู้บริโภค และก่อให้เกิดการค้นพบกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น มีการวิจัยถึงผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ต่อการตลาดและการจัดการโรงแรม โดยวางแผนกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจด้วยปัจจัยด้านสามมิติ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการใช้หุ่นยนต์หุ่นแรง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมโรงแรมยังปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามหลักการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (STP) โดยหันมามุ่งเป้าหมายในตลาดความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness) ในประเทศไทยยังนับว่ามีความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมากอยู่ และยังผู้ผลิตมีจำนวนน้อย รวมไปถึงการปรับตัวโดยใช้ระบบดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงานบริการเพื่อลดการสัมผัสระหว่างลูกค้ากับพนักงานให้บริการ

คำสำคัญ : โรคไวรัสโคโรนา-2019 โอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

Abstract

The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) crisis has prompted an urgent need to transform operations and enhance a number of conditions not only in terms of service prices but also on the Business capacities that tend to decline in line with consumer demand and contribute to the discovery of the process of balancing the economy of overseas hotel businesses due to the epidemic of coronavirus disease 2019 (Covid-19). This has resulted in widespread research into the impact of coronavirus disease 2019 (Covid-19) on marketing and hotel management by planning the economic equilibrium process with three dimensional factors Artificial intelligence (AI) and robot. In addition, the hotel industry has shifted its

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : K.saiphet@gmail.com

strategy based on the Segmentation Targeting Positioning (STP) strategy, focusing the beauty and wellness. However, consumer demand is still high and manufacturers are fewer in Thailand, including adapting to use digital technology in service work to reduce contact between customers and service staff.

Keyword : Coronavirus-2019, Opportunity for economic adjustment, Hotel Industry in Thailand

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 13 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

ปี 2563 เป็นอีกปีหนึ่งที่เศรษฐกิจไทยเข้าสู่สภาวะการณ์ตกต่ำสูงสุดรวมไปถึงเศรษฐกิจอีกหลายประเทศทั่วโลกล้วนได้รับผลกระทบหลักที่สำคัญจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเกือบทั้งหมดต้องหยุดชะงักลงซึ่งเป็นไปตามมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของแต่ละประเทศ สำหรับประเทศไทยถือว่าประสบความสำเร็จในแง่ของการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดจากมาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้น ส่งผลชัดเจนถึงจำนวน ผู้ติดเชื้อที่อยู่ในระดับไม่สูงมากนัก แต่ในมิติของเศรษฐกิจแน่นอนว่าการใช้มาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้นของรัฐบาลในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมาได้สร้างความเสียหายกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ก, หน้า 4-7) จากการเปิดเผยรายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (World Economic Outlook) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) โดยคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2563 จะขยายตัว -7.7% และประเทศกลุ่มอาเซียนขยายตัว -2% เป็นผลจากผลกระทบโควิด ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวช้า กว่าที่คาด โดยการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยที่ระดับ -7.7% นั้น น่าจะเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศในเอเชีย ที่คาดว่าปีนี้เศรษฐกิจจีนขยายตัว 1%, อินเดีย -4.5%, ญี่ปุ่น -5.8%

และเกาหลีใต้ -2.1% รวมทั้งน่าจะขยายตัวได้ต่ำสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน 5 ประเทศ โดยอินโดนีเซีย -0.3% มาเลเซีย -3.8% และฟิลิปปินส์ -3.6% มีเพียงเวียดนามไม่ได้แจ้งตัวเลขคาดการณ์ไว้ รวมถึงการประเมินผลกระทบที่สำคัญของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) ต่อเศรษฐกิจไทยของธนาคารโลกได้ที่คาดการณ์ว่าภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2563 อาจหดตัวกว่า 5% และน่าจะใช้เวลามากกว่า 2 ปีที่จะกลับไปสู่ระดับการเติบโตของจีดีพีในช่วงก่อนจะประสบปัญหาการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ข, หน้า 1)

นอกจากนั้นผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) ทำให้สถานประกอบการบริการ อาทิ เช่น สถานประกอบการเพื่อความงามและสุขภาพอย่างร้านนวดแผนไทยและสปาได้รับผลกระทบโดยตรงและจำเป็นต้องปิดบริการชั่วคราวตามมาตรการของรัฐบาล เนื่องจากเป็นการให้บริการที่พนักงานจะต้องสัมผัสร่างกายของผู้ใช้บริการ ซึ่งใช้เวลาตามรูปแบบของการบริการ ในขณะที่ช่วงเวลาเดียวกันอาจมีผู้ใช้บริการเข้ารับบริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันภายใต้มาตรการผ่อนปรนหลังจากสถานการณ์คลี่คลายแล้ว ทำให้กลุ่มสถานประกอบการประเภทนี้ยังคงต้องมีมาตรการที่เข้มงวดอย่างมากในการดูแลสภาพแวดล้อม โดยรัฐบาลได้กำหนดมาตรฐาน

ข้อปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินความพร้อมก่อนจึงจะสามารถกลับมาให้บริการได้เพื่อความเชื่อมั่นและความปลอดภัยต่อสุขอนามัยของผู้ใช้บริการ และจากข้อปฏิบัติด้านการจัดการสถานที่โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้มุ่งเน้นที่ความปลอดภัยลดการสัมผัส การคัดกรอง เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล

2. เนื้อหา

2.1 ปัญหาทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)

การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่เกิดขึ้นนั้นกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหนัก ซึ่งจากสภาพที่เป็นอยู่ในเอเชียส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นในความล่าช้าของการขนส่งสินค้าความหลากหลายและการเจรจาต่อรองอื่น ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในลักษณะของเหตุสุดวิสัย (Maher, Hoang and Hindery, 2020, p. 646-647) วิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ได้กระตุ้นให้เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและยกระดับหลาย ๆ เงื่อนไขที่ไม่ใช่เฉพาะเพียงด้านราคาในการบริการเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องถึงความสามารถในธุรกิจการที่มีแนวโน้มลดลงตามอุปสงค์ของผู้บริโภค (Ason, 2020, p.6) เจ้าของธุรกิจจำนวนมากในอุตสาหกรรมบริการต่างยอมรับว่าขณะนี้ธุรกิจผลประกอบการของธุรกิจลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากการยกเลิกการจองหรือไม่มีการจอง สำหรับอนาคตผู้ที่อยู่ในบริการการท่องเที่ยวและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวกำลังประสบกับปัญหาการขาดแคลนอย่างสิ้นเชิงจากสถานประกอบการถูกปิดเนื่องจากกฎระเบียบของรัฐบาลกลางและของรัฐในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนเช่นนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในสถานะที่เปราะบางอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยงสูง (Hartman and Nickerson, 2020, p.6) เป็นที่ทราบดีว่าอุตสาหกรรมภาคบริการเป็นภาคส่วนที่ได้รับ

ผลกระทบทางลบมากที่สุดโดยมาตรการกีดกันทางสังคมเมื่อวิเคราะห์เชิงลึกของอุตสาหกรรมภาคบริการในมุมมองของห่วงโซ่มูลค่าแสดงให้เห็นว่าความต้องการที่ลดลงในสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายและการบริการสิ้นสุดของห่วงโซ่มูลค่าจะส่งผลเสียต่อปริมาณกิจกรรมในที่สุดภาคส่วนต่าง ๆ ที่ดำเนินงานบนห่วงโซ่มูลค่านี้ให้ก้าวไปสู่จุดตกต่ำสุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Özatay and Sak, 2020, p.5) ซึ่งผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) รุนแรงกว่าที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินไว้ ดังจากรายงานสถานการณ์ของประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรหนาแน่นและมีที่อยู่อาศัยหนาแน่น และพบความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2563 พบว่ามีผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้น 73,272 คน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ของประเทศอินเดีย

ที่มา : กรมควบคุมโรค, 2563

ประเทศอินเดียมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ใหญ่ที่สุด ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและภาคบริการในประเทศอินเดียเกิดความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการปิดประเทศและผู้คนกลัวการเดินทางและความจำเป็นในการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) รวมถึงปิดสนามบินระหว่างประเทศ

ภายใต้พระราชกำหนดการบริหารราชการแผ่นดินในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อการปิดกั้นเมืองและประเทศ สถานการณ์รุนแรงในขณะนี้ทั่วโลกกำลังดำเนินล็อกดาวน์หรืออยู่ภายใต้การรักษาระยะห่างทางสังคม (Khanna, Ganguly, Mukherjee and Mukherjee, 2020, p. 4-5)

2.2 การปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมและสปาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นับเป็นวิกฤตการณ์ระดับโลกที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในศตวรรษที่ผ่านมาโดยการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วทั่วโลกและการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องซึ่งนำไปสู่ผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างลึกซึ้ง ในสถานการณ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่พร้อมที่จะรับมือกับการกักกวนขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ความท้าทายสำหรับสถานประกอบการในภาคการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็นเป็นเรื่องเร่งด่วนที่สุด ซึ่งจากการตรวจสอบพฤติกรรมองค์กรของ Parmon Spa ประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นองค์กรขนาดกลาง พบว่า ในช่วงวิกฤตนี้เมื่อมีการปรับเปลี่ยนสายการผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์มาสก์ผิวหนังใหม่ โดยเน้นการดำเนินการที่โดดเด่นด้วยแนวคิดด้านจริยธรรม นำมาสู่ศักยภาพของกระบวนการผลิตที่ตอบสนองเป้าหมายหลักองค์กรก่อให้เกิดผลดีร่วมกัน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าค่านิยมทางจริยธรรมของความเป็นผู้นำและการเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องกับระบบนิเวศของผู้ประกอบการการรักษาวัฒนธรรมเชิงบวกในนั้นมีส่วนทำให้เกิดทางเลือกที่ดีร่วมกัน (Giovanna Centorrino, 2020, p.1-23) สำหรับประกอบการ สปาในประเทศสวีเดนได้มีการออกแบบการปรับสมดุลการควบคุมการติดต่อของโรคอาศัยวิเคราะห์กระบวนการจากความเสียหายทางเศรษฐกิจโดยพยายามรักษารูธุรกิจและสังคมไว้ ซึ่งแนวทางนี้เกิดขึ้นมาจากวัฒนธรรมของชาวสวีเดนในการปฏิบัติตามแนวทางสมัครใจมากกว่ามาตรการบีบบังคับ (Montemurro, Hedén, Adams, Vita and Pellegatta, 2020, p.454-455) ในภูมิภาค

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการตรวจสอบการระบาดการแพร่กระจายของโรคไวรัส โคโรนา 2019 (โควิด-19) เริ่มจากสถานบริการสปาในชุมชนท้องถิ่นในประเทศเกาหลี ซึ่งมีลักษณะเป็นสถานที่ที่มีอุณหภูมิและความชื้นสูงพบว่า จำนวนผู้เยี่ยมชมที่ใช้บริการสปาสำหรับผู้หญิงคือ 58 คนรวมทั้งผู้ป่วยที่ได้รับการยืนยันแล้ว 3 รายส่งผลให้มีอัตราการระบาดทุติยภูมิ 5.9% (Han, 2020) และยังมีการจัดทำแอปพลิเคชันวารีบำบัดแบบการแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติ (Balneotherapy) ซึ่งรวบรวมองค์ความรู้ที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงระบบภูมิคุ้มกันของมนุษย์จากผลกระทบของไวรัสและการแพร่กระจายของไวรัสเอาไว้ (Guvene, 2020, p.1) อย่างไรก็ตามผลกระทบของมาตรการปิดกั้นที่นำมาใช้เพื่อตอบสนองต่อการแพร่กระจายของโรคไวรัสโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชาวอิตาลีการใช้ประโยชน์จากชุดข้อมูลการเคลื่อนที่ของมนุษย์ที่ใกล้เคียงใหม่จำนวนมากและการจำลองข้อ จำกัดด้านการเคลื่อนที่ว่าเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภายนอกเช่นเดียวกับภัยธรรมชาติพบว่ามาตรการปิดกั้นมีผลสองเท่า คือ ประการแรกผลกระทบต่อความคล่องตัวนั้นแข็งแกร่งกว่าในเขตเทศบาลที่มีความสามารถทางการคลังสูงกว่า ประการที่สองก่อให้เกิดผลการแบ่งแยกการหดตัวของการเคลื่อนที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในพื้นที่เขตเทศบาลที่ความไม่เท่าเทียมกันสูงขึ้นและรายได้ต่อหัวต่ำกว่าจึงเน้นถึงความจำเป็นของมาตรการทางการคลังที่อธิบายถึงผลกระทบเหล่านี้โดยกำหนดเป้าหมายไปที่ความยากจนและการลดความเหลื่อมล้ำเป็นหลัก (Giovanni Bonaccorsi, Francesco Pierri, Matteo Cinelli, Andrea Flori, Alessandro Galeazzi, Francesco Porcelli, Ana Lucia Schmidt, Carlo Michele Valensise, Antonio Scala, Walter Quattrociochi, and Fabio Pammolli, 2020, p.1)

2.3 การค้นพบสมดุลทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

การค้นพบกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น มีการวิจัยถึงผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ต่อการตลาดและการจัดการโรงแรม โดยวางแผนกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจด้วยปัจจัยสามมิติ หลักการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การใช้หุ่นยนต์ช่วยอำนวยความสะดวกเพื่อสร้างสุขอนามัยและสุขภาพ และการดูแลสุขภาพที่ดี ซึ่งการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ประเภทต่าง ๆ จัดเป็นกลไกทางความคิดและความรู้สึก อาจสร้างกระแสการวิจัยที่แตกต่างขึ้นจากวิกฤตสุขภาพ และการจัดการโรงแรมในแง่ของการระบาดของโรคโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เป็นเพื่อเจาะลึกการรับรู้ของผู้เข้าพักเกี่ยวกับความสะดวกของพื้นที่ภายในโรงแรมโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้องจากความร่วมมือของสถานประกอบการโรงแรมกับหน่วยงานทางสาธารณสุขในการพัฒนาด้านการดูแลสุขภาพอนามัย (Jiang & Wen, 2020, p.2563-2573) จากข้อมูลของ Kristalina Georgieva กรรมการผู้จัดการกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการระบาดใหญ่จะส่งผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างน้อยก็เลวร้ายเท่ากับในช่วงวิกฤตการเงินโลกหรือแย่ลง ผลที่ตามมาของวิกฤตที่ผ่านมาคือหลายองค์กรกำลังมองหาวิธีที่จะแก้ไขผลกระทบของการแพร่ระบาดที่มีต่อธุรกิจของตน ทางเลือกหนึ่งที่เปิดให้บางธุรกิจคือการขอความช่วยเหลือจากกรมธรรม์ประกันภัยของตนและความคุ้มครองที่สำคัญที่สุดที่เจ้าของธุรกิจจะหันมาใช้คือการประกันภัยการหยุดชะงักของธุรกิจ การกำหนดขอบเขตการเรียกร้องประกันซึ่งอาจมีผลกับเจ้าของธุรกิจที่ได้รับการประกันในการเผชิญกับการแพร่ระบาดครั้งล่าสุดและขอบเขตของความมีชีวิตภายใต้กรอบกฎหมายประกันภัย

ของไนจีเรีย (Muobuikwu, 2020) ในขณะที่ความพยายามส่วนใหญ่ในสหรัฐอเมริกายังคงดำเนินต่อไปเพื่อลดการแพร่กระจายของไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) สายพันธุ์ใหม่นี้และพัฒนาแผนการที่จะกลับสู่การดำเนินงานตามปกติอย่างปลอดภัยขององค์กรรัฐและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรแสดงการตอบสนองทางการเงินและการจัดการที่แตกต่างกันในการรับมือกับผลกระทบทางการเงินจากการระบาดครั้งนี้ โมเดลของเรามีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือผู้จัดการภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการรับมือกับวิกฤตนี้โดยเน้นที่ขั้นตอนการตอบสนองในขณะที่ก้าวข้ามสถานการณ์ปัจจุบันและคิดไปข้างหน้าเพื่อฟื้นฟู เราแบ่งประเภทของการกระทำขององค์กรออกเป็นสี่ขั้นตอนของแบบจำลอง RISE (ความยืดหยุ่น ความตั้งใจ ความยั่งยืน ความอดทน) ซึ่งแบบจำลอง Rise ตามที่อธิบายในองค์กรจากกรอบระบบเปิด (Maher, THoang and Hindery, 2020, p.644-645) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ขั้นตอนที่หนึ่ง (ความยืดหยุ่น) เน้นความสามารถทางการเงินและความยืดหยุ่นขององค์กรในการตอบสนองต่อแรงสั่นสะเทือนจากภายนอกและรักษาการดำเนินงานในปัจจุบัน ขั้นตอนที่สอง (ความตั้งใจ) มุ่งเน้นไปที่การดำเนินการในทันที รวมถึงการจัดการการลดทอนเพื่อลดผลกระทบทางการเงินและเพื่อลดทรัพยากรขององค์กรให้ราบรื่น ขั้นตอนที่สาม (ยั่งยืน) เน้นการดำเนินการระยะสั้นต่อรอบงบประมาณถัดไปตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินงานและการเงินเพื่อการรักษาเสถียรภาพ เมื่อผลกระทบจากภายนอกเปิดเผยจุดอ่อนขององค์กรและเปิดโอกาสให้องค์กรปรับตัวและปรับตัวขั้นที่สี่ (ความอดทน) กระตุ้นให้ผู้นำคิดใหม่และปฏิรูปกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างการดำเนินงานและคว้าโอกาสใหม่ ๆ (Maher, Hoang and Hindery, 2020, p.644-645) ดังนั้นจึงควรพิจารณาบริบทตามมาตรการจัดการภัยพิบัติที่ดำเนินการเพื่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ที่เคยเกิดขึ้นมา สร้าง

ข้อกำหนดเฉพาะเจาะจงสำหรับการต่อต้านโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของอุตสาหกรรมโรงแรม ประกอบด้วยขั้นตอนหลักการและกลยุทธ์ อีกทั้งพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงแรมทั้งหมด เช่น นักลงทุนเจ้าของทรัพย์สินลูกค้าพนักงานชุมชนและรัฐบาล (Hao, Xiao, & Chon, 2020, p.10) สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมโรงแรมคือการกำหนดกลยุทธ์ในบทความนี้ได้หยิบยกแนวคิดของ McKinsey (เกริกยศ ชลาชนน, 2562, หน้า 25-28) นำเสนอกกลยุทธ์ 5 ขั้นตอน 1) Resolve การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นจากโควิด ที่เกิดขึ้นกับพนักงาน ลูกค้า และ คู่ค้า 2) Resilience หรือทำให้องค์กรมีความสามารถที่จะอยู่รอดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารกระแสเงินสด และรักษาสภาพคล่องขององค์กร เพื่อความอยู่รอดขององค์กร 3) Return หรือการวางแผนเพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจสามารถกลับไปสู่ภาวะปกติหรือใกล้เคียงได้อย่างรวดเร็วที่สุด 4) Reimagination เนื่องจากเมื่อธุรกิจเริ่มเคลื่อนสู่ภาวะปกติแล้วการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเนื่องจากโควิดย่อมนำไปสู่ความปกติใหม่ (New normal) ซึ่งผู้บริหารควรที่จะต้องสามารถจินตนาการและมองหาโอกาสทางธุรกิจจากความผิดปกติใหม่นี้ให้ได้ และ 5) Reform เนื่องจากโควิดจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนในเชิงโครงสร้างและนโยบายในระดับมหัพภาค ซึ่งภาคธุรกิจควรจะต้องมองเห็นและสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ได้

2.4 โอกาสการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมหลังการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (Dhurakij Pundit University Research Development and Innovation : DPURDI) ได้ทำการสำรวจในหัวข้อ ร้านนวดสปาต้องทำอะไร เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งได้ทำการสำรวจลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านนวดสปาและผู้สนใจ นวดสปาโดยผลสำรวจพบว่ามากกว่า

ร้อยละ 80 จะกลับมาใช้บริการร้านนวดสปาอีกครั้ง (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2563, เว็บไซต์) นอกจากนี้ยังพบอีกว่า เกือบร้อยละ 50 จะไปใช้บริการในวันแรก ๆ ที่เปิดให้บริการ เมื่อพิจารณาในด้านการเข้ารับบริการของลูกค้า พบว่าประเด็นสำคัญ 5 อันดับแรกที่ใช้บริการให้มีความสำคัญคือ 1) การทำความสะอาด ทั้งอุปกรณ์ในการให้บริการ ได้แก่ ผ้าคลุม ปลอกหมอน ผ้าปูที่นอน 2) ทำความสะอาดจุดที่ลูกค้าทุกคนมีโอกาสสัมผัสร่วมกัน ได้แก่ กลอนประตู โต๊ะรับผู้เข้าพัก ลูกบิด ราวบันได ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค และพ่นสเปรย์ยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ 3) จัดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น อ่างล้างมือพร้อมสบู่ เจลล้างมือแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัยประจำจุดที่ใช้ร่วมกัน เช่น ห้องน้ำ ห้องอาหาร ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องพักผ่อนบริเวณโซนต้อนรับ 4) สถานประกอบการได้รับการตรวจและผ่านมาตรฐานการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข 5) บรรยากาศดี ผ่อนคลาย สงบ และปลอดภัย ในขณะที่การดูแลบุคลากร ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีการตรวจวัดอุณหภูมิของเจ้าหน้าที่ทุกคนก่อนเริ่มงาน 2) พนักงานแต่งกายสะอาด รัดกุม สวมหน้ากากอนามัย อุปกรณ์บังหน้า (Face shield) ตลอดเวลาขณะปฏิบัติหน้าที่ และ 3) พนักงานได้ผ่านการอบรมจากกระทรวงสาธารณสุข (กระทรวงสาธารณสุข, 2563, หน้า 26-27) แม้ที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการชะลอการระบาดของโรคโควิด-19 ไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19-19) ภายในระยะเวลา 3 เดือน แต่ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจนั้นรุนแรง เพราะความเปิดกว้างทางการค้าของไทย และความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทำให้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะติดลบ 5% ในปีนี้ และคาดว่าจะเป็นการหดตัวมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก ซึ่งเป็นผลมาจากการชะลอตัวอย่างรุนแรงของการส่งออก โดยเฉพาะรายรับจากการท่องเที่ยวและการค้าในตลาดโลกที่อ่อนแอลง รวมถึงการชะลอตัวของอุปสงค์ในประเทศ ที่สะท้อนได้ชัดเจนจากการจำกัดการเดินทางและคำสั่งปิดสถานประกอบการ (ธนิต จิตดำรงกิจ และ ศรีดารดา ติเพียร, 2563, เว็บไซต์)

ทั้งนี้อุตสาหกรรมโรงแรมและสปาเป็นอีกหนึ่งในธุรกิจเป้าหมายแรกที่ถูกสั่งปิด เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวไม่มีผู้เข้าพักเข้าใช้บริการและหลังจากที่พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินประกาศใช้ สถานการณ์ยิ่งนับเป็นการตอกย้ำสถานะของอุตสาหกรรมโรงแรมเสมือนการปิดแบบสิ้นเชิง และหากเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้เป็นโอกาสอาจพบว่าการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่แน่นอนว่านโยบายหนึ่งของภาครัฐและหน่วยงานสาธารณสุขในประเด็นการสนับสนุนให้คนอยู่กับบ้าน อย่าพยายามออกไปข้างนอกเพราะจะตกอยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการติดเชื้อ (ศิริศักดิ์ เทพจิต, 2563) และแน่นอนว่าเมื่ออยู่บ้านปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคืออาหารในแต่ละมื้อ เมื่อคนออกจากบ้านไม่ได้จึงเป็นโอกาสของผู้ให้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ (Food Delivery) ต่าง ๆ ซึ่งผลสำรวจพบว่าจากมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ทำให้ยอดการส่งอาหารผ่านระบบออนไลน์ (Online) นั้นเพิ่มสูงขึ้นกว่าปกติ ตัวอย่างจากกรณีของ Grab Food ที่มียอดการใช้บริการรับส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า (กระทรวงสาธารณสุข, 2563, หน้า 26-27) ในช่วงก่อนหน้าวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) บางอุตสาหกรรมโรงแรมเริ่มมีแนวคิดในการขยายตลาดอาหารของโรงแรมไปสู่การขายผ่านผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (food Delivery) ต่าง ๆ อยู่บ้างแล้ว แต่อาจยังไม่เน้นให้ความสำคัญมากนัก และอยู่ระหว่างเริ่มทำการทดลองซึ่งวัตถุประสงค์ในขณะนั้นเพื่อใช้เป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมโรงแรมเพิ่มขึ้น ซึ่งช่วงก่อนวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อุตสาหกรรมโรงแรมและในส่วนของห้องพักร่างประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากกระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ทั้งจาก Airbnb และห้องเช่ารายวันต่าง ๆ ที่ปรับตัวทั้งด้านคุณภาพการให้บริการและราคาที่ถูกลงกว่าโรงแรม (ธีรศานต์ สหสพาศน์ และประกาย ธีรพัฒนานุกุล, 2563, เว็บไซต์) แต่หลังจากที่เกิดวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น ทำให้อุตสาหกรรมโรงแรมได้รับผลกระทบโดยตรง เหตุการณ์นี้จึงเป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมโรงแรม

หันมาให้ความสนใจกับการทำตลาดอาหารของโรงแรมผ่านผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (Food delivery) อย่างจริงจังมากยิ่งขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้าของโรงแรมให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งาน (User Data) ที่มีจำนวนมหาศาลของผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) เหล่านั้น มีการจัดโครงการร่วมกันในส่วนของโรงแรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่าง เช่น GET ผู้ให้บริการ Food Delivery ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสมาคมโรงแรมไทยเปิดโครงการ “Flavors from Top Hotels” ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารของโรงแรมสมาชิกให้กับผู้ให้บริการ GET เป็นต้น ซึ่งนี่คืออีกหนึ่งในโอกาสที่ไม่จำเป็นต้องรอเวลาแต่สามารถทำได้ทันทีและจะสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตที่จะคุ้นชินกับการสั่งอาหารออนไลน์ (Online Food Delivery) มากยิ่งขึ้นถือเป็นอีกหนึ่งของทางการหารายได้ของโรงแรมในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า, 2563, หน้า 2-4) อีกโอกาสหนึ่งในส่วนของอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรม คือ “การขายบุคคลทั่วไป” จากวิกฤตนี้หลายโรงแรมมี การปรับตัวด้านอาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจ ผู้บริหารและพนักงานทำอาหารที่เป็นเมนูต่าง ๆ ของโรงแรมออกมาขายให้กับบุคคลทั่วไปในราคาที่จับต้องได้ซึ่งหลายๆ โรงแรมได้รับผลตอบแทนที่ดีสามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงบุคลากรของโรงแรมในช่วงภาวะวิกฤตเช่นนี้ ตัวอย่างที่น่าสนใจดัง ตัวอย่างโรงแรมทั่วประเทศ ดังนี้

1. โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาทพร้อมบริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman มีการปรับกลยุทธ์การตลาดเป็นการนำเสนอการบริการขายอาหารเหล่านี้พร้อมกันด้วย



ภาพที่ 1 โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการ
ขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาทพร้อม
บริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman
ที่มา : โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร, 2563, เว็บไซต์.

2. โรงแรมดุสิต สวีท ราชดำริ โรงแรมดุสิต
ปรีณเชส ศรีนครินทร์ และบ้านดุสิตธานี ในกลุ่มบริษัท ดุสิต
ธานี จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร เปิดให้บริการรับส่ง
อาหาร (Delivery) อาหารของโรงแรมเจาะกลุ่มผู้บริโภค
ทั่วไปและกลุ่มผู้ที่ทำงานจากที่บ้านตามโครงการอยู่บ้าน
หยุดเชื้อเพื่อชาติ (Work from Home : WFH)



ภาพที่ 2 อาหารภายใต้บริการรับส่งอาหาร (Delivery)
แบรนด์ “ดุสิตธานี”
ที่มา : EDTguide, 2563, เว็บไซต์

3. โรงแรมลายทอง จ.อุบลราชธานี ปรับตัว
ขายอาหารในราคาเริ่มต้นที่ 20 บาท



ภาพที่ 3 การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมลายทอง
ที่มา : การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมลายทอง,
2563,เว็บไซต์

นอกจากนั้นโอกาสในการปรับโมเดลทางธุรกิจ
ใหม่จากกระแสการทำงานจากที่บ้าน (Work From
Home) ซึ่งก่อนหน้านี้จะเกิดวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัส โคว
น้า 2019 (Covid-19) มีเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์
ในส่วนของธุรกิจอาคารสำนักงานซึ่งเป็นผลจากการ
เติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศโดยข้อมูลจากบริษัท
ไนท์แฟรงค์ ประเทศไทย จำกัด ระบุว่า ตลาดอาคาร
สำนักงานในกรุงเทพมหานครไตรมาสที่ 3 ปี 2562 มี
พื้นที่อาคารสำนักงานเพิ่มขึ้น 49,800 ตารางเมตร รวม
พื้นที่ทั้งหมด 5.12 ล้านตารางเมตร สำหรับอาคาร
สำนักงานให้เช่าเกรด A มีอัตราค่าเช่าที่ 1,129 บาท/
ตารางเมตร แต่ด้วยสถานการณ์ โรคไวรัสโคโรนา 2019
(Covid-19) ระบาดพร้อมกับมาตรการส่งเสริมให้บริษัท
และหน่วยงานราชการทำงานจากที่บ้าน (Work From
Home : WFH) เพื่อลดการติดเชื้อทำให้บริษัทและ
พนักงานได้เรียนรู้ถึงข้อดีของ WFH มากขึ้นและปรับ

พฤติกรรมการทำงานใหม่ ซึ่งเมื่อสถานการณ์กลับมาเป็นปกติองค์กรต่าง ๆ เหล่านั้นอาจมีมุมมองใหม่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำงานประกอบด้วย (อายุพร บุรณะกุล, 2563, Online)

2.5 แนวโน้ม

ในอนาคตเมื่อสถานการณ์กลับมาสู่ภาวะปกติแล้วไม่ว่าโอกาสในการขายอาหารให้กับกลุ่มบุคคลทั่วไปในราคาที่จับต้องได้อาจเป็นอีกหนึ่ง การแบ่งส่วนตลาด (Market Segment) และเป็นหนึ่งในแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model) หลัก นอกเหนือจากการขายห้องพักของธุรกิจโรงแรมได้เช่นกัน ซึ่งจากวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย ก่อให้เกิดมุมมองใหม่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมโรงแรม ประกอบด้วย

1. การลดขนาดพื้นที่ โดยอาจพิจารณาหาสถานที่พื้นที่ขนาดเล็กเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและหากพิจารณาในอีกแง่มุมหนึ่งองค์กรธุรกิจอาจตัดสินใจไม่เช่าอาคารสำนักงานเพียงแต่อาศัยใช้การจัดหาสถานที่เฉพาะในบางครั้งเพื่อจัดให้มีการพบปะพูดคุยเรื่องงานกันบ้างเป็นรายอาทิตย์หรือรายเดือนและใช้ที่ตั้งสำนักงานในลักษณะสำนักงานเสมือน (Virtual Office) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งนับเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมในการปรับสถานที่และขายความเป็นสถานที่ที่พบปะพูดคุยธุรกิจหรือประชุมขนาดเล็กเพื่อรองรับลูกค้าองค์กรที่จะมีพฤติกรรมในการหาสถานที่ทำงานและลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนไปทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงอาจมีการปรับพื้นที่บางส่วนให้เป็นลักษณะของสำนักงาน (Office) ให้เช่าที่มีการออกแบบและตกแต่งที่ทันสมัยและน่าสนใจบวกกับการนำเสนอประเด็นให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปาท้องอาหาร ด้วยปัจจัยนี้จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ที่ต้องทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) กลับมาใช้บริการโรงแรมมากขึ้นเมื่อต้องเทียบกับ

สำนักงานให้เช่า (Office Building) และสถานที่นั่งทำงานร่วมกันกับผู้อื่น (Co-Working Space)

2. การลดค่าใช้จ่ายของพนักงาน ภายใต้การอนุญาตให้พนักงานทำงานในลักษณะที่ต้องทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) นับเป็นบรรทัดฐานใหม่ในการทำงาน นั่นหมายถึงพนักงานจะสามารถลดค่าใช้จ่ายลงไปได้พอสมควร เช่น ค่าเดินทางด้วยรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน เรือโดยสาร จักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น รวมทั้งไม่ต้องเผชิญกับปัญหารถติดหรือปัญหาจากมลภาวะทางอากาศค่าฝุ่นละออง PM 2.5 โดยสิ่งที่เป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรม เป็นการปรับโรงแรมให้เป็นสถานที่ทำงาน สำหรับพนักงานที่องค์กรอนุญาตให้ทำงานแบบทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) นับเป็นได้เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ไม่มีใครชอบอยู่กับที่ไปเป็นเวลานาน โดยไม่ไปไหนทั้งนี้คนส่วนใหญ่ชอบที่จะแสวงหาสิ่งใหม่อยู่เสมอ ดังนั้น การหาแพ็คเกจ (Package) ห้องพักแบบรายชั่วโมง (Hours Use) รายวัน (Day Use) เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับโรงแรมและช่วยขับเคลื่อนรายได้ (Drive Revenue) ให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมได้ ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาที่โรงแรมต้องหันมาคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking or Think out of the box) เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและวางแผนการทำงานได้อย่างหลากหลาย (Edward, 2004 อ้างถึงใน ชาตรี บัวคล, 2557) นอกเหนือจากการให้บริการในรูปแบบห้องพักค้างคืนอย่างเดียวเพื่อสร้างความหลากหลายและสร้างการบริการที่หลากหลาย (Multi Service) ให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมเกิดความดึงดูดความน่าสนใจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

3. การสร้างโอกาสในอุตสาหกรรมโรงแรมที่ตัวไปสู่อุตสาหกรรมความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness Industry) ซึ่งจากในรายงานของ Global Wellness Trends Report (2020) กล่าวถึงการเร่งปรับตัวในอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีมูลค่ามากถึง 4.5

ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยตั้งแต่ปี 2558-2560 อุตสาหกรรมด้านสุขภาพระดับโลกขยายตัว 12.8% จาก 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สู่ 4.2 ล้านล้านดอลลาร์ โดยเฉลี่ยต่อปีขยายตัวถึง 6.4% ซึ่งเร็วกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเกือบสองเท่า (นุชนาถ คุณความดี, 2562, หน้า 1) ประกอบกับแนวโน้ม (Trend) การดูแลสุขภาพของคนทั่วไปซึ่งมุ่งเน้นความใส่ใจในสุขภาพและระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้นและจากความต้องการดังกล่าวจึงถือเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมโรงแรมที่ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของโรงแรมตามหลักการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Segmentation Targeting Positioning : STP) (ณัฐพล อัสสระรัตน์, 2562, หน้า 3-4) ของโรงแรมใหม่หันมามุ่งเป้าหมายในตลาดความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness) ในประเทศไทยยังนับว่ามีความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมากอยู่ และยังผู้ผลิตมีจำนวนน้อย โดยไม่ต้องให้ความสนใจต่อคู่แข่งมากนักเกินไป (Blue Ocean) (พสุเดชะรินทร์, 2550 อ้างถึงในจอมขวัญ อุทัยรักษา, ปมพ., หน้า 2-3) ด้วยเหตุนี้ยังมีผู้ประกอบการในลักษณะ Wellness Hotel/Resort ไม่มากนักโดยอาจเริ่มต้นในการปรับโรงแรมแนวคิด (Concept) เป็นสถานที่ทำงานที่มุ่งเน้นความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness Working Place) รองรับแนวโน้ม (Trend) การทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) ซึ่งยังคงความนิยมต่อไปเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามที่อุตสาหกรรมโรงแรมอาจมีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลและองค์ความรู้ที่หลากหลายเพื่อการปรับตัวจากธุรกิจอื่นควบคู่กันไป อาทิ เช่น วิสาหกิจชุมชน ซึ่งในปัจจุบันพบว่า จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานและกำหนดตัวชี้วัดศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชน ในด้านการกำหนดประสิทธิภาพของเป้าหมายและผลที่เกิดจากการร่วมมือภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน (ชนเดตี พุ่มพฤษณ์และณฤมล อนุ

สนธิพัฒน์, 2563, หน้า 138) เป็นส่วนสำคัญที่อุตสาหกรรมโรงแรมสามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างต่อเนื่องแม้ภายหลังวิกฤตจะสงบลงแล้วก็ตาม อีกทั้งต่อยอดไปสู่การปรับโรงแรมให้รองรับการทำงานแบบทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) โดยเพิ่มการดูแลสุขภาพเข้าไปอาจเป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าสนใจและหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโรงแรมปกติ

3. สรุป

ผลกระทบจากวิกฤติโรคไวรัสโคโรนา-2019 สามารถสร้างโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยในหลากหลายมิติ ซึ่งผู้เรียบเรียงสามารถสรุปพอสังเขปได้ดังต่อไปนี้

1. โอกาสในการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่การเป็นอุตสาหกรรมโรงแรม 4.0 (Hotel 4.0) ในช่วงก่อนวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) บางโรงแรมเล็งเห็นถึงความพยายามนำเทคโนโลยีมาใช้งานโรงแรมกันบ้างแล้วทั้งการนำระบบอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) มาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพักหรือแม้แต่การเริ่มการทดลองให้บริการโดยใช้หุ่นยนต์ (Robot) ก็ตามรวมถึงการนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มาใช้งานบริการผู้เข้าพักผู้เข้าพัก (มหศักดิ์ เกตุฉ่ำ, 2563, หน้า 3-6) แต่ถึงกระนั้นก็เป็นการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปซึ่งหลังวิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จบลงคาดว่าอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ทั้งในระดับสากล (International) หรือระดับท้องถิ่น (Local) อาจพัฒนาโรงแรมไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรม โรงแรม 4.0 (Hotel 4.0) มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในหลายบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมนั้นต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับชีวิตวิถีความปกติใหม่ (New Normal) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.1 ระบบการลงทะเบียนเข้าพักในโรงแรม (Check In) ซึ่งโดยปกติใช้วิธีการรับบัตรประชาชน

หนังสือเดินทาง (Passport) และนำมาถ่ายเอกสารหรือสแกน (Scan) เพื่อเก็บเข้าระบบเป็นฐานข้อมูลของโรงแรมในลักษณะของเอกสาร (Paper) ตามระเบียบราชการซึ่งจะเกิดการสัมผัสระหว่างพนักงานและผู้เข้าพักพอสมควรแต่ในอนาคตอาจมีการนำระบบการลงทะเบียนเข้าพักด้วยตนเอง (Self Service Check-in) เข้ามาใช้บริการมากขึ้นทั้งการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) ผ่าน แอปพลิเคชันมือถือ (Mobile Application) หรือลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) โดยระบบลงทะเบียนเข้าพักแบบอัตโนมัติ (Kiosk check-in) ที่โรงแรมจัดเตรียมไว้ โดยจะมีการเพิ่มอุปกรณ์สำหรับใช้บันทึกการยืนยันตัวตนของผู้เข้าพักจากบัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) ซึ่งถือเป็นการช่วยลดขั้นตอนการทำงานและประหยัดทรัพยากรจากการใช้วิธีการเดิม แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดที่สามารถทำได้ในบางประเทศเท่านั้น เนื่องจากในบางประเทศผู้เข้าพักผู้เข้าพักจำเป็นต้องยืนยันตัวตนกับพนักงานก่อนเข้าพักเสมอและในบางประเทศการส่งข้อมูลผู้เข้าพักให้กับหน่วยงานราชการยังไม่มีกฎหมายอนุญาตให้จัดส่งในรูปแบบดิจิทัลไฟล์ (File Digital) ซึ่งอาจต้องใช้เวลาสักพัก แต่ท้ายที่สุดด้วยแนวโน้ม (Trend) ที่เป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก (Mega Trend) ย่อมถูกนำมาใช้ได้ในที่สุด

1.2 ระบบการลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) ก่อนหน้าที่จะเกิดวิกฤต โรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นี้ มีบางธุรกิจรวมทั้งโรงแรมทดลองใช้วิธีการลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) แบบลงทะเบียนออกจากการเข้าพักออนไลน์ (Online Check Out) ซึ่งนับเป็นการลดขั้นตอนการติดต่อพนักงานและอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าพักไม่ต้องลงมารอคิวติดต่อเพื่อลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) บริเวณพื้นที่รับรองผู้เข้าพัก (Lobby) โดยโรงแรมจะส่งใบแจ้งหนี้การเข้าพัก (Guest Folio) ให้กับผู้เข้าพักทางอีเมล (E-Mail) แล้วผู้เข้าพักสามารถชำระเงินโดยการโอนเงิน การชำระผ่านบัตรเครดิต หรือกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) และอื่น ๆ ได้ทันทีตั้งแต่อำเภวน

ห้องพัก นับเป็นการลดความแออัดบริเวณพื้นที่รับรองผู้เข้าพัก (Lobby) วิธีการนี้อาจเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมและอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าพักผู้เข้าพักได้มากขึ้น

1.3 การลดการใช้เงินสด (Cashless) จะถูกนำมาใช้อย่างจริงจังโดยการพยายามให้ผู้เข้าพักชำระค่าบริการโดยการโอนเงิน การชำระผ่านบัตรเครดิตหรือกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) และอื่น ๆ ทดแทนการใช้เงินสดซึ่งจะช่วยลดการสัมผัสและลดความเสี่ยงจากการจัดเก็บรายได้แบบเป็นเงินสดของโรงแรม อีกทั้งยังช่วยป้องกัน การทุจริตในองค์กรได้อีกด้วย (มัทยา ศรีพนา, 2562, หน้า 8-9)

4. เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2563). รายงานสถานการณ์โรค

โควิด-19 ทั่วโลก. จาก

<https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/index.php>

กระทรวงสาธารณสุข. (2563). แนวทางปฏิบัติด้าน

สาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19 ในข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมรายทอง. (2563).

ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563, จาก

<https://ibusiness.co/detail/9630000036>

เกริกยศ ชลาชนเดช. (2562). การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพยาบาลยูนี.

จอมขวัญ อุทัยรักษา. (ม.ป.ป.). Blue Ocean Strategy vs Red Ocean Strategic. จาก

<http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandt/haicenter>

ชนชาติ พุ่มพุกษ์ และนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563, มกราคม – มิถุนายน). ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22(1), 138.

ชาติรี บัวคล. (2557, มกราคม – เมษายน). การประยุกต์ใช้แนวคิดของ Dr. Edward de Bono เพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ. Veridian E-Journal, 7(1).

ณัฐพล อัสสรัตน์. (2562). สรุปเนื้อหาจากงานสัมมนาหัวข้อ The Future Trend of Aging Society 2021-22. ณ ออดิทอเรียม หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร, กรุงเทพฯ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563ก). ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าศักยภาพ. BOT MAGAZINE. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301CoverStory.aspx>

_____. (2563ข). ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน ครั้งที่ 4/2563. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563ค). เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน 2563. กรุงเทพฯ : พระสยามแม่กนกาศ.

ธนิต จิ่งดำรงกิจ และศรีดาราทิเพียร. (2563). ร้านนวด-สปาไทย ยุค New Normal กับแนวคิดดีไซน์ใหม่เพื่อความปลอดภัยเพิ่มความมั่นใจของผู้ใช้บริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ธีรศานต์ สหัสสพาศน์ และประกาย ธีระวัฒนากุล. (2563). คอลัมน์คิดอนาคต: โอกาสของธุรกิจโรงแรมหลังวิกฤต COVID-19. กรุงเทพธุรกิจ, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/650027>

นุชนาถ คุณความดี. (2562). Wellness Tech...ตลาดใหญ่ที่น่าสนใจสำหรับสตาร์ทอัพ (ไทย).

กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2563). เปิดโมเดลร้านนวด-สปายุคใหม่. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มหศักดิ์ เกตุฉ่ำ. (2563). Internet of Things (IoT). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

มัทยา ศรีพนา. (2562). สถานการณ์สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาท พร้อมบริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman. (2563). ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563, จาก

<https://positioningmag.com/1272864>

ศิริศักดิ์ เทพจิต. (2563). COVID-19 Pandemic : การตอบสนองเชิงนโยบายสาธารณะในการรับมือกับปัญหาพายุ, จาก

<http://www.setthasarn.econ.tu.ac.th/bl/og/detail/59/>

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า. (2563). เปิดพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจบริการส่งอาหารที่อาจผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้า. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

อายุพร บุรณะกุล. (2563). โน้ตแฟรงค์เผยโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั่วโลก. จาก <https://thailand-property-news.knightfrank.co.th/2020/05/2>

Ason, A. (2020). Scenarios for Asian long-term LNG contracts before and after COVID-19. UK: University of Oxford.

- Bonaccorsi, G. et al. (2020, July). Economic and social consequences of human mobility restrictions under COVID-19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2020, 117 (27). 15530-15535, from DOI: 10.1073/pnas.2007658117
- Guvenc, O. (2020). Balneotherapy in the era of COVID-19 : should it be recommended or not. *International Journal of Biometeorology*. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00484-020-01943-8>
- Han, T. (2020). Outbreak investigation: transmission of COVID-19 started from a spa facility in a local community in Korea. *Epidemiol health*, 42, Retrieved from <https://doi.org/10.4178/epih.e2020056>
- Hao, F., Xiao, Q. and Chon, K. (2020, September). COVID-19 and China's hotel industry: impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. *International journal of hospitality management*, 90, from doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102636.
- Hartman, G. and Nickerson, N.P. (2020). **COVID-19 impacts on tourism-related businesses: Thoughts and concerns**. Montana: University of Montana.
- Jiang, Y. and Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International journal of contemporary hospitality management*, 32(8), p.2563-2573.
- Khanna, P.P., Ganguly, S., Mukherjee, M. and Mukherjee, S. (2020). *Hospitality and Tourism Industry: Post Pandemic Challenges and Opportunities*. India: Bharti Publications.
- Maher, C. S., Hoang, T. and Hindery, A. (2020). Fiscal responses to COVID-19: Evidence from local governments and nonprofits. *Public administration review*. from <https://doi.org/10.1111/puar.13238>
- Montemurro, P., Hedén, P., Adams, W. P., Vita, R. de and Pellegatta, T. (2020, June). Effects of COVID-19 on plastic surgery practices and Medi-Spas in different countries. *Aesthetic surgery journal*, 40(8), N453–N456, from <https://doi.org/10.1093/asj/sjaa104>.
- Muobuikwu, C. (2020). An appraisal of the business interruption insurance coverage in nigeria in the face of the recent COVID-19 pandemic. from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3677248
- Özatay, F. and Sak, G. (2020). What if the Covid-19 outbreak lasts more than one quarter. *Economic policy research foundation of Turkey*. from https://www.tepav.org.tr/upload/files/1589717743-5.What_if_the_COVID_19_outbreak_last_more_than_one_quarter.pdf

