



มหาวิทยาลัย
กรุงเทพธนบุรี



ก.ก.ช.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่
The Ninth National Symposium Concerning the Research Work

9

“การสร้างสรรค์ นวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างวิถีชีวิตใหม่”

“Creating a New Innovation
for a New Lifestyle”

เล่มที่

5

วันอาทิตย์ที่ 25 เมษายน 2564
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 9

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

“การสร้างสรรค์ นวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างวิถีชีวิตใหม่”

The ninth National Symposium Concerning the Research Work

Presentation at BTU

on

“Creating a New Innovation for a New Lifestyle”

25 เมษายน 2564

ณ ตึกอธิการ ชั้น 6 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย

การกีฬาแห่งประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชวมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

กลุ่มสาขาวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

สารบัญ

	หน้า
การนำเสนอผลงานวิจัย	
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
12 ปัญหามาตรการของฝ่ายบริหารในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ตามพระราชบัญญัติมาตรการของฝ่ายบริหารในการป้องกันและปราบปราม การทุจริต พ.ศ.2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม Problems and Obstacles Of Executive Measures in Anti Corruption Act B.E. 2008 and The Additional Amendment (Second Edition) B.E. 2016 รัฐชนะ น้อยอิม	126
13 ศึกษากรณี ปัญหาที่เกิดจากมลพิษที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติ The Problems of Pollution Effect on Natural Resources สมชัย ทรัพย์ศิริผล, สมยศ โกเมนธรรมโสภณ และ จเร พันธุ์เปรื่อง.....	138
14 ศึกษากรณี สถานะของบุตรต่างด้าวที่เกิดในประเทศไทย Study of Alien Parents' Children Status Born in Thailand. สมชัย ทรัพย์ศิริผล, สมัยรบ สุทธิวาहनฤพุมิ และ มัทยา จิตติรัตน์.....	146
15 กลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New-Normal) ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร Hotel Strategic to Capacity of Tourism is New-Normal at Sukhumvit Area ,Bangkok วิชสุดา ร้อยพิลา	154
16 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารในฟู้ดปาร์ค กรณีศึกษาเซ็นทรัล พลาซ่า สาขาสาลาญา จังหวัดนครปฐม Factors Affecting Food Consumer Behavior in Food Park Case Study of Central Plaza, Salaya Branch, Nakhon Pathom Province พนิดา กาลจักร และ ชีระพล มะลิวัลย์.....	161
17 การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกข้าวแบบหว่านและแบบปัก ดำของเกษตรกร อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ Comparisons of the cost and return of rice cultivation, sown and black, among farmers. Khwasinarin District Surin Province ดวงกมล ชัยศรีชะ และ ธิติยา คำนันท์.....	171

กลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New-Normal)

ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

Hotel Strategic to Capacity of Tourism is New-Normal at Sukhumvit Area ,Bangkok

วิชสุดา ร้อยพิลา¹

Wichsuda Roiphila¹

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ โทรศัพท์ 0850118660

¹Faculty of Liberal Art (Hotel) Tel:0850118660

¹Email:wichsuda.roi@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษา “กลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New-Normal) ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์โรงแรมเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) ในย่านสุขุมวิท จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในย่านสุขุมวิท โดยจากการทำแบบสอบถามจำนวน 400 คนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS นำเสนอข้อมูลด้วยค่าแจกแจงความถี่ ,ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย ,ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน , t-test และ F-test

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53 มีอายุ 26-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 37 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 65.20 และมีอาชีพพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 38.50 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) จำแนกตามความคิดเห็นเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ามีความเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ (\bar{X} =4.58)ด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} =4.53) ด้านบุคคล (\bar{X} =4.53)ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =4.50)ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} =4.48) และน้อยที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} =4.34) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ที่ระดับมาก (\bar{X} =4.49)

คำสำคัญ: กลยุทธ์ของโรงแรม, การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

Abstract

The purposes of this research were to study: Hotel Strategic to Capacity of Tourism is New-Normal at Sukhumvit Area ,Bangkok .The sampling group was used in this research was 400 in Sukhumvit Area. The research instruments were

questionnaire. The statistics for analyzing the data were percentage , mean, standard deviation, t-test and F-test.

The results of this study were that most were female. Accounted for 53 percent aged 26-30 years 37 percent with a bachelor's degree 65.2 percent and having occupation of company employees accounting for 38.5 percent. The research were highest mean was the service process (\bar{x} =4.58) the physical appearance (\bar{x} =4.53) the personal (\bar{x} =4.53) the product aspect (\bar{x} =4.50) the marketing promotion (\bar{x} =4.48) and the least was the distribution channel (\bar{x} =4.34) the overall was highest levels (σ =4.49).

Keywords: Hotel's Strategy, New Normal

บทนำ

ประเทศไทยนับเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับของต่างชาติ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งของประเทศ และยังมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวอันได้แก่แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และลักษณะชุมชน (วีรพงษ์ ใจชื่น,2559) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ และเกิดขึ้นในหลายประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาถือว่าเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมากมายเป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติ (พรประภา ไชยอนุกุล,2557)

จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 อันดับที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมีจำนวนลดลงทุกประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนลดลงในอัตราสูงสุด ลดลงอัตราร้อยละ 60.01 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562 จากจำนวน 3.12 ล้านคนเหลือเพียง 1.25 ล้านคน ประเทศเกาหลีใต้ก็เป็นอีกประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยก็มีอัตราการลดลงเช่นเดียวกัน จากจำนวน 0.54 ล้านคนในไตรมาส 1/2562 ลดลงเหลือ 0.26 ล้านคนในไตรมาส 1/2563 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวประเทศอินเดียที่ในไตรมาสสุดท้ายปี2562เพิ่มสูงมากถึงร้อยละ 22.80 แต่ในไตรมาส1/2563 ลดลงในอัตราสูงถึงร้อยละ 41.87 รวมถึงประเทศญี่ปุ่น(ร้อยละ 32.57) มาเลเซีย (ร้อยละ 32.36) เยอรมัน(ร้อยละ24.16) และสหราชอาณาจักร(ร้อยละ 21) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2563)

สำหรับประเทศไทยที่ผ่านมาภาคธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นเสาหลักด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญเช่นเดียวกับภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งในส่วนของความสำคัญของภาคท่องเที่ยวเห็นชัดในปี.ศ.2540 ในสมัยเกิดวิกฤตต้มยำกุ้ง เมื่อมีการลดค่าเงินบาทอย่างรุนแรง

ภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวของไทยถือเป็นส่วนในการวิกฤตเศรษฐกิจ แต่เมื่อเกิดการระบาดของโควิด - 19 ในครั้งนี้ภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทยกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบหนักสุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ในส่วนของภาคธุรกิจโรงแรมปี 2563 ที่เจอผลกระทบจากทั้งภาวะเศรษฐกิจและการค้าของโลกที่มีการหดตัว พร้อมทั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้หลายประเทศออกมาตรการปิดเมือง-ปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาด จนทำให้เกิดการหยุดชะงักอย่างฉับพลันของเศรษฐกิจทั่วโลก เกิดการยกเลิกการจ้างงานมีผลต่อรายได้และวิถีการดำเนินชีวิตประชาชน เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อนหรือยกเลิกแผนการเดินทางส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขาดรายได้เป็นจำนวนมาก (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563)

สำหรับธุรกิจโรงแรมของไทยจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ได้รับผลกระทบโดยตรงเพราะรัฐบาลเลือกปิดประเทศไม่รับนักท่องเที่ยวต่างชาติและทำให้กิจการโรงแรมต้องหยุดการให้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวปลอดภัย Covid-19 (อาชนัน เกาะไพบุลย์, 2563) อีกทั้งผู้ประกอบการยังพยายามอย่างหนักในการประคับประคองธุรกิจให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปด้วยกลยุทธ์ต่างๆ อาทิ บริหารจัดการค่าใช้จ่ายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มรายได้จากช่องทางอื่นๆ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยสุขอนามัยมากขึ้น (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563)

ในส่วนของในย่านสุขุมวิทเป็นถนนในกรุงเทพฯ ที่ถือเป็นเขตธุรกิจและแหล่งบันเทิงที่สำคัญ อีกทั้งตลอดแนวนนสุขุมวิทยังเป็นที่อยู่อาศัยของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจ และตามซอยต่างๆ ตลอดแนวยังมีแหล่งบันเทิงหลากหลายตลอดแนวนนสุขุมวิท อีกทั้งการเดินทางตามเส้นทางบนถนนสุขุมวิทนั้นสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบายด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอสสายสุขุมวิท โดยวิ่งเหนือถนนสุขุมวิทตั้งแต่สถานีเพลินจิตถึงสถานีแบร์ริง ทำให้มีจำนวนโรงแรมมีการเปิดให้บริการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ(รวงทอง ภูระภรณ์, 2545 อ้างถึงใน ปรวีร์ คีรี, 2561)

จากการแพร่ระบาดของโควิด -19 ทำให้โรงแรมในย่านสุขุมวิท ของกรุงเทพมหานคร มีผลกระทบโดยตรง บางโรงแรมที่ต้องปิดตัวลงอย่างกะทันหัน หลายโรงแรมจำเป็นต้องปิดกิจการลงชั่วคราวแต่ก็ยังมีบางโรงแรมที่ต้องพยุ่งดำเนินธุรกิจโรงแรมของตนไว้จึงต้องสรรหาวิธีหรือกลยุทธ์ต่างๆ รวมไปถึงการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) จากเหตุผลนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจและให้ความสำคัญในการศึกษากลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New-Normal) ในย่านสุขุมวิท เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ให้การสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขันและการพัฒนาเพื่อก่อประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์โรงแรมเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) ในย่านสุขุมวิท

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมหรือวิธีการต่อสู้ ต้องใช้อุบายต่างๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2525) หรือเป็นศาสตร์และศิลปะในการสั่งการกองทัพ มีการนำมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ กลยุทธ์จะเป็นเค้าโครง (Outline) ของขั้นตอนที่ผู้บริหารวางแนวทางในการบรรลุเป้าหมายในระยะยาวขององค์การ (พรณิภา ชาวคำ, 2559)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2541) กล่าวว่าแนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการ (Market Mix) ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่นั้น ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) จะเป็นลำดับขั้น โดยพบว่าผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps นั้นเอง (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

Natthapat Kamolpollapat (2563) กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคต้องหาแนวทางในการปรับตัวรับกับพฤติกรรมใหม่ และในส่วนของกลยุทธ์ปรับตัวของธุรกิจคือ 7Ps Marketing Mix ที่เป็นหลักการเฉพาะสำหรับการบริการซึ่งแตกต่างจากภาคธุรกิจอื่นอย่างชัดเจน

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบ/วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended-Questionnaire)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นประชากรในย่านสุขุมวิทซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนได้อย่างชัดเจน จึงใช้วิธีการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จากค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

3. เครื่องมือวิจัย / วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งได้ 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ลักษณะเป็นแบบเลือกคำตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) ในย่านสุขุมวิทของผู้มาใช้บริการโดยการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามในย่านสุขุมวิทส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.0 อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.2 และมีอาชีพเป็นพนักงาน บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะพบว่าพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อช่วยลดการสัมผัส เช่นการสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card อยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมาคือเคร่งครัดกับการตรวจวัดอุณหภูมิ การใช้น้ำยาฆ่าเชื้อ และแอลกอฮอล์ฉีด พ่นทำความสะอาดทุกสถานที่ในโรงแรม ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านช่องทางการจัด จําหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะ พบว่าจัดทำแบรนด์ในแบบที่ปรับใช้ให้เข้ากับรูปแบบ New Normal ของการสื่อสารการตลาดอยู่ใน ระดับมาก รองลงมาคือเสนอแพ็คเกจให้กับผู้ที่อาจสนใจใช้บริการห้องพักพิเศษของโรงแรมเป็น สถานที่ทำงาน สร้างแผนการตลาดที่ตรงเป้าหมายทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อโปรโมทให้กับคนใน ประเทศและต่างประเทศ เปิดตัวโรงแรม ร้านอาหารใหม่หลังจากวิกฤตโควิด-19เพื่อสร้างแผนการ ตลาดให้มีประสิทธิภาพสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านการส่งเสริม การตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.48 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะ พบว่าการโปรโมทข้อมูล การบริการต่างๆผ่านทาง Social, Internet, Website รวมทั้งแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือจัดโปรโมชันราคาห้องพัก และสั่งอาหารแบบ Take A wayมีระบบ ซื้อ ระบบขายที่สะดวก ปลอดภัยและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน นำเสนอแพ็คเกจที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ลักษณะทาง กายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.53 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะพบว่าจัดที่นั่งรองรับการบริการอย่างเพียงพอ และจัดให้เว้นระยะห่างตามมาตรฐาน Social Distancing อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการตรวจวัดระดับความชื้นในอาคารและการบริหาร จัดการจำนวนคนในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อป้องกันความแออัด การใช้เทคโนโลยีสเปรย์ระบบไฟฟ้าสถิต พ่นน้ำยาฆ่าเชื้อบนพื้นผิวห้องและวัตถุต่างๆ โรงแรมมีการขอใบรับรองมาตรฐานความสะอาด SHA (Safety and Health Administration) จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.53 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะพบว่าพนักงานทุกคนปฏิบัติตนให้สะอาด ปลอดภัย และอยู่ในสภาพที่พร้อมจะทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานพยายามสร้างเสริมระบบด้านสุขอนามัยและความสะอาดภายในโรงแรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า พนักงานเข้าใจ และเตรียมพร้อมกับการรองรับกระบวนการทำงานแบบ New Normal อย่างเคร่งครัด และปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้ง ขณะปฏิบัติงานหรือสวม Face Shield ร่วมด้วย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.58 เมื่อพิจารณารายข้อโดยละเอียดแล้ว จะพบว่า การสร้างความมั่นใจด้านสุขอนามัย และมาตรฐานการให้บริการให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการคัดกรองตั้งแต่การตรวจวัดอุณหภูมิทุกคน และสแกนแอปพลิเคชันไทยชนะก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้ง การจัดรูปแบบการเว้นระยะห่างสำหรับผู้ให้บริการและลูกค้า การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องด้านสุขอนามัยแก่ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 26-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และพบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลที่ได้มีผลสอดคล้องกับ นวลปราง ชันเงิน, 2562 กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากการวิจัยของ นวลปราง ชันเงิน มีผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง ส่วนมากสถานภาพโสด ส่วนมากมีอายุ 21-30 ปี ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนกลยุทธ์ของโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (New Normal) จากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าประชากรในบริเวณเขตถนนสุขุมวิทมีประชากรเป็นเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในวัยผู้ใหญ่จึงมีความคิดเห็นที่ให้ความสำคัญและเห็นด้วยกับกลยุทธ์โรงแรมแบบ New Normal ในเรื่องของกระบวนการให้บริการเป็นสำคัญ ผลที่ได้มีผลไม่สอดคล้องกับ เบญจพร แยมจำเมืองและศศิธร เจตานนท์, 2563 โรงแรมระดับ 3 ดาวในย่านถนนสุขุมวิทกับศักยภาพสำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจศักยภาพในการให้บริการของโรงแรม ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2563).COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย.ได้จาก https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1_TourismEconomicVol4.pdf สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563
- Natthapat Kamolpallapat. (2020). REOPENING โรงแรมด้วยกลยุทธ์ 7Ps Marketing Mix. ได้จาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/reopeninghotel-aftercovid-hotelman> สืบค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2563
- นวลปราง ชันเงิน .(2562). กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดอุบลราชธานี,วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2562)
- เบญจพร แยมจำเมือง และศศิธร เจตานนท์ .2559. โรงแรม 3 ดาว ในย่านสุขุมวิทกับศักยภาพสำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. กรุงเทพมหานคร,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- พรประภา ไชยอนุกุล.2557. คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- พรนิกา ชาวคำ.2559.กลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม:กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.วารสารวิทยาลัยดุสิตธานีปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559
- วีระพงษ์ ใจชื่น.2559.กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการโรงแรม Boutique ช้าในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา
- โสภิตา รัตนสมโชค.2558.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อ อ ม สึ น .(2563).ธุรกิจโรงแรม .ศุ น ย ์ วิ จั ย ธ น า ค ร อ อ ม สึ น .ได้ จาก https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/07/IN_hotel_6_63_detail.pdf สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2563
- อาชนัน เกาะไพบุลย์.2563. ผลกระทบของ COVID-19 ต่อธุรกิจโรงแรม.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ได้จาก https://www.icrc-econtu.com/wp-content/uploads/2020/12/Summary_Hotel-1.pdf. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2564