

ชื่อเรื่อง : แนวทางการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัย : ณัชชา พัฒนະนุกิจ

ปีการศึกษา : 2564

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย 3) เพื่อค้นหาแนวทางการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประชากร คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการของ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 8 คน

ผลการศึกษาพบว่า

1. การบริหารจัดการสื่อสาร ดังนี้ 1) ควรมีนโยบาย มาตรการ และแผนการรองรับให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพ บริการ ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ SHA ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น 2) ควรมีแผนรองรับกรณีวัคซีนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้มีภูมิต้านเชื้อไวรัส เพื่อนำไปสู่แผนการเปิดประเทศ

2. การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) การบริหารจัดการเป็นการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน 2) มีการกำหนดหน้าที่แบ่งงานชัดเจนตามนโยบายของหน่วยงาน 3) การจัดการด้านการสื่อสาร มีการจัดตั้งการประชุมแบบ War room รวมกลุ่มผู้แทนทั้งภาครัฐ เอกชน 4) กลยุทธ์การสื่อสารใช้สื่อดิจิทัล และสื่อบุคคลในช่องทางเครือข่ายของกระทรวงการท่องเที่ยว

3. ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการสื่อสาร ดังนี้ 1) ในอดีตไม่ได้ให้ความสำคัญกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย ทำให้ขาดความสมดุลระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศจนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย 2) การว่างงานเพิ่มขึ้นสูงมาก 3) ประชาชนในท้องถิ่นไม่ให้ความร่วมมือในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในแหล่งท่องเที่ยว

4. ข้อเสนอแนะ แนวทางการบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้ 1) ภาครัฐควรกำหนดนโยบายมาตรการเพื่อการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ SHA 2) ควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ให้มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย 4) ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์มากขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติ, โควิด 19, การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว, ประเทศไทย

Title : Guidelines for Crisis Communication Management to Promote Tourism in Thailand amid the COVID-19 Pandemic
Researcher : Nutcha Patananukit
Academic Year : 2021

ABSTRACT

The research study on “Guidelines for Crisis Communication Management to Promote Tourism in Thailand amid the COVID-19 Pandemic,” had the following objectives: 1) to investigate crisis communication management to promote tourism in Thailand in times of the COVID-19 pandemic; 2) to study problems and obstacles of crisis communication management to promote tourism in Thailand amid the COVID-19 pandemic; and 3) to find suitable guidelines for crisis communication management amid the so called crises. This was qualitative research using in-depth interview and purposive sampling techniques. The population consisted of groups of administrative and operational personnel from the Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, Tourism Authority of Thailand, and the Tourism Industry Council of Thailand. Key informants were eight officials from those organizations, whose mission and vision were to promote tourism in Thailand.

The following results were found:

1. Crisis communication management should cover the followings: 1) a planned campaign to assist tourism business entrepreneurs to improve the quality of their services until they are accord with the Hygiene Safety Standard(SHA) to ensure the prevention of the spread of COVID-19 at tourist attraction spots; 2) SHA measures and policy should be specified by people and local administrative organizations; 3) a plan to publicize vaccination campaign against Coronavirus to increase the number of people with the so called virus immunity in order to set a plan to re-open the country; and 3) the government sector should reveal information, patterns, methods and practical guidelines leading to problem solving amid COVID-19 crisis by government and private sectors together with people in general.

2. Management of tourism business in Thailand amid COVID-19 crises involved the followings:1) sectors concerned both government and private ones alike work together with an integration manner; 2) in an aspect of the policy, the work was divided up clearly among them; and 3) in an aspect of communications, war room meetings were set up for the gatherings of representatives from agencies related to tourism business, strategic communications concerning the spread of coronavirus came through both digital media and personal ones via channels or networks

provided by the Ministry of Tourism and Sports, Tourism Offices and village health volunteers/ VHV.

3. Problems and obstacles in crisis communication management to promote travel in Thailand amid the COVID-19 pandemic: 1) tourism campaigns in the past did not give priority to groups of Thai tourists, resulted in an imbalance number of domestic tourists and their overseas counterparts until it had negative effect on Thai economy as a whole; 2) the rate of unemployment was considerably high; 3) tourism business operators lacked financial liquidation; 4) inadequate facilities to prevent the spread of the epidemic at tourist attraction spots; 5) the lack of readiness for cooperation among various organizations; 6) the lack of confidence in the standardized control to prevent the spread of the disease at tourist attraction spots; 7) local people did not cooperate adequately to control the spread of COVID-19 at those places.

4. Recommendations for crisis communication management to promote travel in Thailand should cover the followings: 1) the government sector should fix policies and measures in accord with the Hygiene Safety Standard (SHA); 2) personnel' s potential should be improved so that they become knowledgeable in terms of the Hygiene Safety Standard (SHA); 3) communication channels should be expanded more by making use of the online media.

Keywords: crisis communication management, COVID-19, Tourism Business Management, Thailand

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณผู้บริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนทุนการวิจัย ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ เพราะได้รับความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดีจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรถตู้ และตัวแทนมัดคุเทศก์ ที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์ และให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยเป็นอย่างมาก ทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ประโยชน์ของงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อเป็นประโยชน์ส่วนหนึ่งต่อการนำมาพัฒนาแนวทางการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 ของประเทศไทยในครั้งนี้

ณัชชา พัฒนานุกิจ

ผู้วิจัย