

แนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด
ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

THE MANAGEMENT GUIDELINE OF HOTEL ENTREPRENEURS IN KOH CHANG DISTRICT, TRAT PROVINCE DURING THE EPIDEMIC OF COVID-19

สหารัฐ ทักษิรี¹ จักรชัย สื่อประเสริฐสิทธิ² อนูรัตน์ อนันตนาธร³ และ พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต⁴

Saharat Takkhiree, Chakchai Sueprasertsitthi, Anurat Anantanatorn and Pongsatean Luengalongkot

Article History

Received: 02-07-2023; Revised: 01-11-2023; Accepted: 02-11-2023

<https://doi.org/10.14456/issc.2024.27>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ใช้รูปแบบการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ โดยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ อ.เกาะช้าง จำนวน 12 คน คัดเลือกด้วยการเจาะจงและมีการปรึกษากันระหว่างผู้วิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปความตามประเด็นสำคัญ (Content Analysis) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรม ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ผลการวิจัยพบว่า

1. เมื่อไวรัสโควิด-19 แพร่ระบาดในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ผู้ประกอบการโรงแรมทุกระดับได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาลและความหวาดวิตกของนักท่องเที่ยวส่งผลให้ผู้ประกอบการ

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Master's degree, Faculty of Political Science and Law, Burapha University

E-mail: Saharat1202@gmail.com *First author

²อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Adviser, Faculty of Political Science and Law, Burapha University

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Asst. Prof., Dr., Faculty of Political Science and Law, Burapha University *Essentially Intellectual Contributor

⁴รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Assoc. Prof., Faculty of Political Science and Law, Burapha University *Essentially Intellectual Contributor

หลายแห่งต้องปิดกิจการและอีกหลายแห่งต้องปรับกลยุทธ์ในการจัดการ โดยเฉพาะการบริการ การตลาด และการสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงด้านราคา

2. การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการทั้งหมดเกิดปัญหาและอุปสรรคในการจัดการกับโรงแรม เมื่อไวรัสโควิด-19 ได้มีการแพร่ระบาดในพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง ได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากการแพร่ระบาดนั้นมีหลายระลอกและมีการออกมาตรการที่ล่าช้าจากภาครัฐ ทำให้เกิดการวิตกกังวลที่มาจากนักท่องเที่ยวและมาจากทั้งตัวผู้ประกอบการเอง ทำให้เกิดเป็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดการโรงแรม แต่ทางผู้ประกอบการก็ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับปัญหาและอุปสรรคให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

3. เมื่อไวรัสโควิด-19 แพร่ระบาดในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ผู้ประกอบการโรงแรมทุกระดับได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาลทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง ต้องมีการพัฒนาแนวทางในการจัดการกับวิกฤติโควิด-19 ไปด้วยกัน เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านราคา การจัดการ การตลาด และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การจัดการ; โควิด-19; ผู้ประกอบการ

ABSTRACT

The purpose of this study were: 1) to study management approaches, 2) to examine problems and challenges in management. and 3) to explore strategies for developing hotel management practices in the Koh Chang district, Trat province, under the circumstances of the COVID-19 pandemic. The research methodology employed a qualitative research approach, conducting interviews with a selected sample of 12 hotel operators in the Koh Chang area. The data collected from the interviews were analyzed using content analysis to identify key findings. The purpose of this study is to investigate strategies for developing hotel management practices in the context of the COVID-19 pandemic.

The results of the research found that:

1. When the COVID-19 virus spread in the Koh Chang district, Trat province, hotel operators at all levels were significantly affected. This was due to government prevention measures and the hesitancy of tourists, which resulted in many operators having to close their businesses, while others had to adjust their management strategies, particularly in terms of service, marketing, building confidence, and pricing.

2. The outbreak of the COVID-19 virus has presented numerous challenges and obstacles for hotel operators in the Koh Chang district, Trat province. The impact on hotel operators in the area has been significant, as the spread of the virus has taken various forms and the government measures to address it have been implemented with delays. This has caused concerns and anxieties among both tourists and hotel operators themselves. As a result, managing hotels has become problematic and challenging. However, hotel operators have made adjustments to adapt to the problems and obstacles posed by the COVID-19 pandemic.

3. With the spread of the COVID-19 virus in the Koh Chang district, Trat province, hotel operators at all levels have been significantly impacted. Due to the government's preventive measures, hotel operators in the Koh Chang area have had to develop strategies to manage the COVID-19 crisis collectively. This includes the development of pricing, management approaches, marketing techniques, and building confidence among tourists. The objective is to foster improvements in these areas and effectively deal with the challenges posed by the COVID-19 pandemic.

Keywords: management; Covid-19; entrepreneurs

1. บทนำ

โควิด-19 หรือ ไวรัสโคโรนา เป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่เป็นสาเหตุของโรคทั้งในคนและในสัตว์ ซึ่งเป็นไวรัสที่ทำให้เกิดโรคกับระบบทางเดินหายใจตั้งแต่ใช้หวัดธรรมดาไปจนถึงที่มีอาการรุนแรง โดยในปี 2019 มีการค้นพบเชื้อไวรัสโคโรนาชนิดล่าสุด ในตอนแรกเชื้อไวรัสชนิดนี้ยังไม่เป็นที่รู้จัก ก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่นประเทศจีน และในปัจจุบันโควิด-19 มีการระบาดไปทั่วโลก โดยอาการหลักๆ ที่พบมากที่สุด คือ มีไข้ ไอ อ่อนเพลีย รวมไปถึงอาการปวดเมื่อย คัดจมูก น้ำมูกไหล เจ็บคอ ท้องเสีย ลิ้นไม่สัมผัสรส และจมูกไม่ได้กลิ่น

จังหวัดตราดเป็นจังหวัดชายฝั่งทางภาคตะวันออกของประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 2,819 ตารางกิโลเมตร มีเกาะทั้งหมด 52 เกาะ กระจายอยู่รอบ ๆ มีเกาะที่มีชื่อเสียงอยู่หลายเกาะ ซึ่งมีเกาะช้างเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุด รองลงมาคือเกาะกูด ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่ของเกาะช้างและเกาะกูดได้รับความนิยมในการไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อีกหนึ่งสิ่งที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวก็คือ ผลไม้ประจำท้องถิ่น เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด และอื่น ๆ นอกจากเกาะช้างและเกาะกูดแล้ว ยังมีหมู่เกาะที่นิยมเที่ยวกันอีกหลายเกาะ เช่น เกาะหมาก เกาะขาม เกาะเหลายา เกาะหวาย เป็นต้น (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2562)

จากข้อมูลดังกล่าวมาในข้างต้น ยังไม่สามารถทราบถึงแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ทางผู้วิจัยมีความสนใจและต้องการทำการศึกษาแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จัดทำเป็นแนวทางในแก้ไขปัญหาและเพื่อรับมือกับสภาวะวิกฤตไวรัสโควิด-19 กับสถานประกอบการในภาคส่วนอื่น ๆ ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

3. การทบทวนวรรณกรรม

หากพิจารณาฐานคิด (Assumption) ที่อยู่เบื้องหลังแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยพบว่า ประกอบด้วย 3 ฐานคิดใหญ่ ๆ คือ หนึ่ง แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้จัดการด้านการบริการก็ว่าได้ สอง 4E's กับแนวคิดปรับธุรกิจให้อยู่รอดในยุค New Normal ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจอยู่ดำเนินต่อไปได้ จากแต่เดิมใช้กลยุทธ์ในการวางแผนทางการตลาดที่เรียกว่า Marketing Mix หรือ 4P ผู้ประกอบการจำนวนมากจึงได้นำแนวคิด 4E's มาปรับใช้ในธุรกิจด้วย เนื่องจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบเก่า 4P อาจจะไม่เพียงพอในช่วงของ New normal ที่เกิดขึ้นภายหลังการแพร่ระบาดของไวรัส เพราะผู้คนคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีและใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักเพื่อรับข่าวสารมากขึ้น สาม แนวคิดและทฤษฎีการบริหารงานแบบ POLC ในการบริหารงานท่ามกลางภูมิทัศน์ของการแข่งขันใหม่ที่ของการบริหารตาม POLC ยังคงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organization) การนำ (Leadership) การควบคุม (Control)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ติตาพร รุ่งสถาพร (20563) งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และพิษณุโลก การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์และระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และ พิษณุโลก

2. สุวนีย์ ธีระกิจมานันท์ชัย (2563) งานวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านอินสตาแกรมและเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนออนไลน์ของผู้บริโภคในช่วงโควิด-19 : กรณีศึกษาร้าน YogaAum

3. อนุมพงษ์ พานิชและศิริพงษ์ เจริญสุข (2560) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา หลังผ่านวิกฤตการณ์มหาอุทกภัยน้ำท่วม ปี พ.ศ. 2554

4. มะลิวรรณ ช่องงาม (2562) ศึกษาส่วนผสมทางการตลาดบริการของธุรกิจรีสอร์ทขนาดเล็กในจังหวัด นครนายก

5. บุษณิชา สมรรถนเรศวร์และสุรพงษ์ วัชรจิต (2562) ศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงแรมและที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

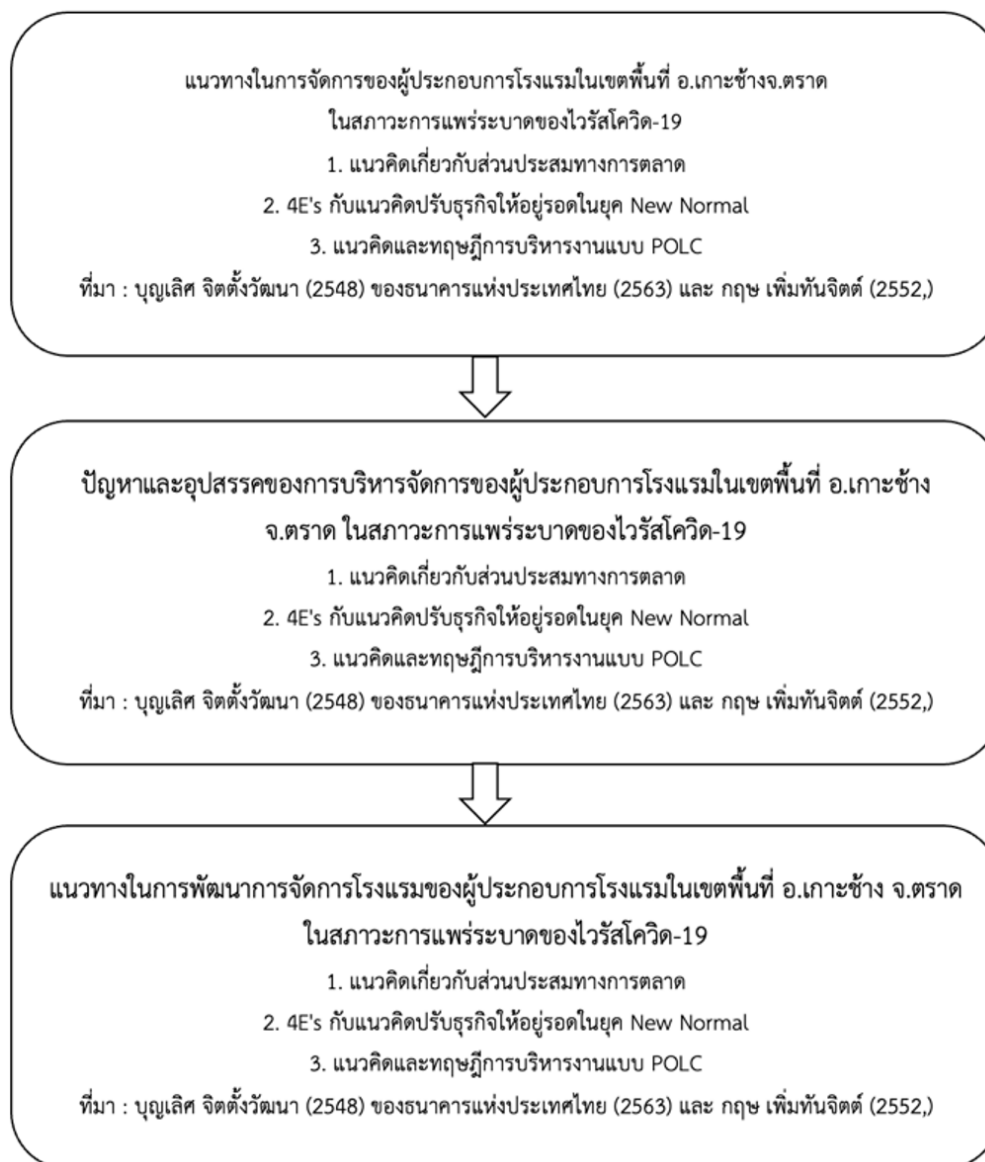
6. นางสาวลลิตาพิทย์ กิจจันทร์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง โควิด-19 กับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็กในจังหวัดนครนายก

7. บัวขาว จารุจินดา (2546) ได้จัดการศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจ สถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน ด้านการเตรียมการก่อนดำเนินการ ด้านการดำเนินการ ผลที่ได้รับจากการดำเนินงาน ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

4. กรอบแนวทางในการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เข้าถึงผู้ให้ข้อมูลโดยตรงในเวลาเก็บข้อมูล (Obtrusive method) ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิและผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องเข้าถึงตัวผู้ให้ข้อมูล โดยตรง (Unobtrusive method) ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัย ได้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่ไปกับการบันทึกข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีการกำหนดประเด็นการซักถามไว้ล่วงหน้า โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

ผู้วิจัยประสานกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ รายละเอียดการทำวิจัย และนัดหมายวัน เวลา ที่จะเข้าสัมภาษณ์ ซึ่งหากผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านใดไม่ประสงค์ให้ข้อมูล สามารถปฏิเสธการให้ข้อมูลได้ โดยที่ผู้วิจัยจะไม่นำมาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้

จัดส่งหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยได้รับบอกกล่าวและเต็มใจให้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญศึกษารายละเอียดล่วงหน้า

ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบตัวต่อตัว เพื่อเปิดเผย ความคิดเห็น ความเชื่อ ทศนคติของผู้ตอบ โดยเตรียมคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยมีการกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและ สอดคล้องกับเรื่องที่ทำการวิจัย ทั้งนี้ ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ชี้แจงรายละเอียด วัตถุประสงค์ ระยะเวลาการสัมภาษณ์ที่ชัดเจนอีกครั้งหนึ่ง เพื่อย้ำให้ผู้สัมภาษณ์เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับข้อมูลที่อาจได้มานอกเหนือจากประเด็นคำถามที่กำหนดไว้ และเปิดโอกาสให้ผู้รับการสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างอิสระ เนื่องจากข้อมูลที่ได้น่าจะนำมาเสริมให้ประเด็นที่ต้องการศึกษาให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

มีการขออนุญาตผู้วิจัยในการจัดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาบันทึกและถอดเทป เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บเป็นความลับ และไม่เผยแพร่แหล่งข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจะทำการแปลผลและนำเสนอในภาพรวมของวัตถุประสงค์การวิจัยเท่านั้น

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ (Documentary research) โดยบันทึกข้อมูลที่ได้ลงในแบบบันทึกข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อำเภอกะชัง จังหวัดตราด โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยมีการคัดเลือกตามขนาดของโรงแรม ได้แก่ ขนาดเล็ก (รายได้ 1 ล้านบาทถึง 3 ล้านบาท ต่อปี) ขนาดกลาง (รายได้ 3 ล้านบาทถึง 5 ล้านบาท ต่อปี) ขนาดใหญ่ (รายได้มากกว่า 5 ล้านบาท ต่อปี) โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มละ 4 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน คัดเลือกโดยการเจาะจงและมีการปรึกษากันระหว่างผู้วิจัยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

2. ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.กะชัง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยที่ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดทฤษฎีและเอกสารต่าง ๆ โดยประยุกต์จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P) แนวคิดการจัดการกับแนวคิดปรับธุรกิจให้อยู่รอดในยุค New Normal (4E's) และแนวคิดและทฤษฎีการบริหารงานแบบ POLC

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2564 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2566 โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2565 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ.2565

3.ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลเกาะช้าง มี 4 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านคลองนนทรี บ้านด่านใหม่ บ้านคลองสน บ้านคลองพร้าว และตำบลเกาะช้างใต้ มี 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านบางเบ้า บ้านสลักเพชร บ้านเจ๊กแบ๋ บ้านสลักคอก บ้านสลักเพชรเหนือ

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล (Recording form) และแบบสัมภาษณ์ (In-depth interview guideline) โดยนำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการสร้างคำถาม เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่จะศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบบันทึกข้อมูล (Recording form) และแบบสัมภาษณ์ (In-depth interview guideline) เกี่ยวกับแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เข้าถึงผู้ให้ข้อมูลโดยตรงในเวลาเก็บข้อมูล (Obtrusive method) ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิและผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องเข้าถึงตัวผู้ให้ข้อมูลโดยตรง (Unobtrusive method) ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัย ได้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่ไปกับการบันทึกข้อมูลมีรายละเอียด

5.การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปความตามประเด็นสำคัญและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล แบบสามเส้าโดยมีรายละเอียด ดังนี้ ด้วยวิธีการแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ได้แก่ บุคคล เวลา และสถานที่ โดยนำข้อมูลในรูปแบบเอกสาร ผลการสังเกต ผลการสัมภาษณ์ ที่บันทึกและเก็บรวบรวมมาจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้าน บุคคล เวลาและสถานที่ โดยตรวจสอบว่าข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่ต่างสถานที่กัน ต่างตัวบุคคลและต่างเวลา จะเหมือนกันหรือไม่ เพื่อมาสรุปเปรียบเทียบความสอดคล้อง รวมทั้งเพิ่มเติมประเด็นที่สำคัญให้มีเนื้อหาสาระที่สมบูรณ์และครอบคลุมประเด็นวิเคราะห์ที่กำหนด เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความเรียงเชิงพรรณนาภายใต้วิธีการแบบอุปนัย (Analytic induction) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

6. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางในการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวและการประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ ในพื้นที่เกาะช้างก่อนที่ไวรัสโควิด-19 ก่อนจะเกิดการแพร่ระบาด การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด มีความเติบโตสูงและมีการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงแรมอย่างเข้มข้น ในเรื่องราคา การตลาด และการแย่งชิงลูกค้า การดำเนินกิจการขาดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ

เมื่อไวรัสโควิด-19 แพร่ระบาดในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ผู้ประกอบการโรงแรมทุกระดับได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาลและความหวาดวิตกของนักท่องเที่ยวส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายแห่งต้องปิดกิจการและอีกหลายแห่งต้องปรับกลยุทธ์ในการจัดการ โดยเฉพาะการบริการ การตลาด และการสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงด้านราคา

ผลการศึกษาตอนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่สอง

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ของการจัดการโรงแรมในช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้ประกอบการในพื้นที่เกาะช้าง ก่อนที่ไวรัสโควิด-19 จะเกิดการแพร่ระบาด จะมีปัญหาหลักที่เกิดขึ้น คือ การแข่งขันในด้านราคา ด้านห้องพัก และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะมีการได้เปรียบจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีกำลังทรัพย์มากกว่าผู้ประกอบการรายเล็ก ซึ่งทำให้เกิดการแย่งชิงลูกค้ากันระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก แต่พอประสบกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการทั้งหมดเกิดปัญหาและอุปสรรคในการจัดการกับโรงแรม

เมื่อไวรัสโควิด-19 ได้มีการแพร่ระบาดในพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ อ.เกาะช้าง ได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากการแพร่ระบาดนั้นมีหลายระลอกและมีการออกมาตรการที่ล่าช้าจากภาครัฐ ทำให้เกิดการวิตกกังวลที่มาจากนักท่องเที่ยวและมาจากทั้งตัวผู้ประกอบการเอง ทำให้เกิดเป็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดการโรงแรม แต่ทางผู้ประกอบการก็ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับปัญหาและอุปสรรคให้เข้ากับสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ผลการศึกษาตอนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่สาม

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรม ของผู้ประกอบการในพื้นที่ อ.เกาะช้าง ก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แนวทางในการพัฒนาของผู้ประกอบการโรงแรมนั้นจะมีการพัฒนาแบบตัวใครตัวมัน เนื่องจากการเติบโตสูงและมีการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงแรมอย่างเข้มข้นในเรื่องราคา การตลาด และการแย่งชิงลูกค้า แนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมในพื้นที่ อ.เกาะช้าง ก่อนการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงขาดความบูรณาการกันระหว่างผู้ประกอบการ

เมื่อไวรัสโควิด-19 แพร่ระบาดในพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ผู้ประกอบการโรงแรมทุกระดับได้รับผลกระทบกันอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาลทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ อ.เกาะช้าง ต้องมีการพัฒนาแนวทางในการจัดการกับวิกฤติโควิด-19 ไปด้วยกัน เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านราคา การจัดการ การตลาด และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

7. อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยผลการศึกษาตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการวิจัยพบว่า การควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโรค และการให้บริการที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง ยังสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และให้บริการที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมการขาย และนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งผลจากการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ นิติและจิตดาภรณ์ (2559 : 118) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์ในการรับมือกับความไม่แน่นอนของอัตราว่างในช่วงนอกฤดูกาลการเดินทางในธุรกิจโรงแรมกล่าวถึงการทำการกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในระยะยาวที่นำไปใช้เพื่อควบคุมอัตราว่างในตลอดช่วงเวลาที่ทั้งนอกและในฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงระหว่างทางเลือกที่ตั้งและทำเลและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและสามารถตอบสนอง ความต้องการของคนที่เข้าพักได้ รวมถึงการหาตลาดใหม่หรือกลุ่มการบริการเฉพาะ เป็นกลยุทธ์ที่สามารถทำได้ระยะยาวและเป็นกลยุทธ์ธุรกิจที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

2.ด้านราคา (Price) ผลการวิจัยพบว่า เราได้พบว่าโรงแรมที่มีการจัดการราคาที่ดีที่สุดในช่วงวิกฤติโควิด-19 ปรากฏว่า เมื่อการจัดการราคาของโรงแรมได้ถูกปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในช่วงวิกฤติโควิด-19 แล้ว จะสามารถเพิ่มความแข็งแกร่งของธุรกิจในอนาคตได้ นอกจากนี้ การปรับราคาของโรงแรมให้เป็นไปตามสถานการณ์ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ยังสามารถช่วยให้โรงแรมได้รับการ

ตัดสินใจในการบริหารจัดการราคาต่าง ๆ ของห้องพักและบริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิพิมล (2560 : 125) ที่ศึกษาเรื่อง ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยพบว่าราคาห้องพักที่ผู้ประกอบการ นิยมตั้งราคาต่อคืน 81% อยู่ที่ 1,000-1,500 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ตั้งไว้สูงที่สุดกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในภาคตะวันออกเพื่อใช้ในการลดราคาและต่อรองกับลูกค้าที่เข้าพักในช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไป

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมต้องใช้วิธีการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย นอกจากนี้ การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ยังช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในปัจจุบัน การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ยังช่วยให้โรงแรมสามารถปรับปรุงการจัดจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว และมีการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนผู้ใช้งานในแต่ละช่วงเวลา ทำให้โรงแรมสามารถเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และนำมาใช้ในการปรับปรุงบริการ และการปรับปรุงการจัดจำหน่าย เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งาน และให้ประสบความสำเร็จอย่างมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของวัฒนา (2559 : 242) ทำการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเขตพื้นที่จังหวัดตราด โดยกล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลูกค้าใช้ในการจองมาก ที่สุดภายใน 1 -2 ชั่วโมงก่อนการเข้าพักคือการโทรศัพท์จองห้องพักโดยตรงเพื่อตกลงราคาในทันที

4.ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ผู้ใช้บริการโรงแรมเปลี่ยนไปเน้นความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ในการเลือกใช้บริการ โรงแรมจึงต้องเพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกสบาย โดยวิธีต่าง ๆ การใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมชัน การใช้การโปรโมชันบนแอปพลิเคชันของโรงแรม การใช้การโปรโมชันผ่านช่องทางการตลาดแบบดิจิทัล และการใช้การโปรโมชันในโซเชียลมีเดีย เพื่อให้โรงแรมสามารถแสดงให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงการโปรโมชัน และสามารถเข้าถึงการโปรโมชันได้ง่าย ๆ อย่างสะดวกสบาย สอดคล้องกับ ถนอมและศิริพงษ์ (2560 : 53) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาหลัง ผ่านวิกฤตการณ์มหาอุทกภัยน้ำท่วม ปี พ.ศ. 2554 ระบุว่ากลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขายที่ผู้ใช้บริการ เห็นว่าเหมาะสมคือการจัดทำแผ่นพับเพื่อแสดงกิจกรรมและทำให้ลูกค้าทราบถึงบริการเสริมของทางสถานประกอบการรวมถึงข้อมูลการท่องเที่ยวทั่วถึง

5.ด้านประสบการณ์ของผู้ซื้อ (Product to Experience) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ที่ดีในโรงแรม จะมีความพึงพอใจสูงกว่า และมีโอกาสจะกลับมาใช้บริการในอนาคต ในช่วงวิกฤติโควิด-19 การจัดการโรงแรมสามารถเปลี่ยนแปลงแนวทางจากแบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Product-based) เป็นแบบเน้นประสบการณ์ (Experience-based) โดยในด้านประสบการณ์ผู้ซื้อสามารถมีประสบการณ์เหนือระดับ โดยใช้วิธีการอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Ha & Perks (2005) กล่าวว่า ความคุ้นเคยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มากกว่าเดิม ที่ไม่ใช่แค่พฤติกรรมแต่หมายรวมถึงเรื่องของความรู้สึก การวัดประสบการณ์ลูกค้าสามารถทำได้จากการชี้วัดในเรื่องของคุณภาพของเนื้อหา (Content Quality) ซึ่งหมายรวมถึงทุกสิ่งเกี่ยวกับตราสินค้าตั้งแต่ ภาพ ข้อความ ข่าวสาร วิดีโอ รีวิว

6.ด้านการเข้าถึงของลูกค้า (Place to Everyplace) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการของโรงแรมในช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่เน้นการให้บริการผ่านทางอุปกรณ์เพื่อถือได้ เพื่อลดการสัมผัสติดเชื้อมาจากการติดต่อจริง อีกทั้งยังเน้นในการให้บริการต่อลูกค้าให้ครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปรับปรุงระบบสิ่งอำนวยความสะดวกและป้องกันการติดเชื้อ โดยเน้นการให้บริการต่อลูกค้าผ่านทางอุปกรณ์ที่ถือถือได้ รวมถึงการปรับปรุงระบบสิ่งอำนวยความสะดวกและป้องกันการติดเชื้อด้วยการล้างมือ การปิดปรับปรุงห้อง และการปรับปรุงระบบสุขาภิบาล นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดการโรงแรม และการให้บริการที่มีคุณภาพสูงและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ Konhäusner, et al. (2021) กล่าวว่า กระบวนการแลกเปลี่ยนทางคุณค่าประกอบไปด้วย ต้นทุนเวลาที่ลูกค้าต้อง เสียไป (Time Cost) ความเป็นธรรมหรือราคาที่เป็นธรรม (Conscience)

7. ความคุ้มค่าของราคา (Price to Exchange) ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมได้ใช้วิธีการจัดของแบบใหม่เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าของราคา โดยการลดราคาสำหรับสิ่งของที่ต้องการต่ออย่างเต็มประสิทธิภาพ หรือจัดโปรโมชั่นใหม่ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงประเภทของสิ่งของให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังควรติดตามสถานการณ์ การเพิ่มความคุ้มค่าของราคายังสามารถทำได้โดยการตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในโรงแรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Epuran, et al. (2015) กล่าวว่า ความสะดวกสบายทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่าเป็นผลสะท้อนมาจากความสามารถเข้าถึงได้ง่าย (Ability to Access Product) ความซับซ้อนของขั้นตอน (Complex Stage of Engagement) และการสามารถซื้อขายได้ง่าย (Commercial Transaction)

8. ความมีส่วนร่วมของลูกค้า (Promotion to Evangelism) ผลการวิจัยพบว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม จำเป็นต้องมีแนวทางในการจัดของเพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าและสร้างความมั่นใจในการใช้บริการของโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์นั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องทำในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้ประกอบการโรงแรมควรใช้ช่องทางออนไลน์ โรงแรมควรสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการให้บริการที่ดีและเป็นมิตร โดยการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว การใช้โปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า โรงแรมควรใช้โปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าโดยการให้ส่วนลดพิเศษหรือแนะนำโปรโมชั่นพิเศษเมื่อลูกค้าติดต่อจองห้องพักโรงแรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Epuran, et al. (2015) กล่าวว่า ข่าวสารที่ดีที่ถูกปล่อยออกไปโดยผู้ที่ชื่นชอบสินค้านั้น กล่าวคือ กลยุทธ์แบบปากต่อปากทั้งทางออนไลน์ รวมถึงการเป็นผู้เผยแพร่เพราะมีความคลั่งไคล้ในตราสินค้านั้น

9. ด้านการวางแผน (Planning) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการวางแผนสำคัญอย่างหนึ่ง คือ การวางแผนการป้องกันและปราบปรามการแพร่ระบาดของเชื้อโรค ด้วยการล้างมือ สนับสนุนการสวมหน้ากากและถุงมือ ปรับเปลี่ยนแผนการให้บริการห้องพักและสร้างแผนปฏิบัติในกรณีติดเชื้อโรคแพร่ระบาดในโรงแรม และการเผยแพร่ผลการวิจัยและแชร์ให้สมาชิกภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ทุกคนรู้ถึงการจัดการและมีความมั่นใจในการใช้บริการห้องพักในโรงแรม นอกจากนี้แนวทางการวางแผนยังควรปรึกษากับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมควบคุมโรค และคณะแพทย์ที่เกี่ยวข้องในการจัดการโรค เพื่อประสานงานและสร้างแนวทางการจัดการที่เหมาะสม และประหยักระบบที่เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 80) ในเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริการโรค ที่พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

10. ด้านการจัดการองค์กร (Organizing) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการองค์กรในช่วงวิกฤติโควิด-19 ควรเริ่มจากการประเมินผลการดำเนินงานในปัจจุบัน และการวิเคราะห์แนวทางการดำเนินงานในอนาคต รวมถึงการประเมินความเสี่ยงและการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังต้องมีการจัดการความรู้และมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยมีการสร้างทีมงานในการจัดการองค์กร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานและการสื่อสารระหว่างทีม รวมถึงการปรับปรุงระบบของโรงแรมให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ความปลอดภัยของประเทศ และการปรับปรุงระบบการจองและการจัดการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ กรกนก ทิพรส (2548 : 79) กล่าวว่า ลักษณะการจัดโครงสร้างตามหน้าที่ ซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ในตำแหน่งต่าง ๆ ต้องมีความรู้ความชำนาญ โดยโครงสร้างแบบหน้าที่เฉพาะการจัดโครงสร้างประเภทที่เป็นการแยกงานออกไปตามลักษณะของงานนั้น ๆ ซึ่งผู้ปฏิบัติต้องมีความรู้ความชำนาญเฉพาะงานนั้น ๆ จึงสามารถปฏิบัติงานได้ตามความ รับผิดชอบอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

11. ด้านภาวะการเป็นผู้นำ (Leading) ผลการวิจัยของเราแสดงให้เห็นว่าการจัดการและการบริหารของโรงแรมในช่วงวิกฤติโควิด-19 เพื่อให้สามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการเน้นการบริหารของบุคลากรภายในโรงแรม เช่น การฝึกฝนและปรับปรุงความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคภัยร้ายแรง การใช้เครื่องป้องกันและการทำความสะอาดในโรงแรมให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้แก้ไขปัญหาในช่วงวิกฤติโควิด-19 นอกจากนี้ในการจัดการและบริหารโรงแรม ยังควรใช้วิธีการและเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยลดการใช้กระดาษและสามารถเช็คอิน/เช็คเอาท์ได้ในที่สุดของโรงแรม ดังนั้นการจัดการโรงแรมในช่วงวิกฤติโค

วิด-19 นั้น ควรมีการวิจัยและปรับปรุงการจัดการให้เหมาะสมกับภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน และควรใช้วิธีการที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บัวขาว จารุจินดา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน ผู้ประกอบการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน เพื่อให้พนักงานรู้สึกที่มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของธุรกิจ

12.ด้านการควบคุม (Controlling) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะการควบคุมเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้โรงแรมสามารถดำเนินงานในช่วงวิกฤติโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การจัดการโรงแรมในช่วงวิกฤติโควิด-19 ต้องใช้แนวทางการจัดการภาวะการควบคุม เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ป้องกันภาวะและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิกฤติโควิด-19 และสามารถประหยัดเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในการจัดการธุรกิจ โดยใช้วิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และควบคุมปัจจัยและภาวะต่างๆ ในช่วงวิกฤติโควิด-19 และยังช่วยให้โรงแรมสามารถดำเนินธุรกิจอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อธิภัทร เกื้อชู, ยุทธชัย ฮาธิบิน (2564 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางกำหนดกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมโรงแรมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พื้นที่ตำบลปาดทอง จังหวัดภูเก็ต พบว่า เป็นตัวแปรที่สำคัญในการดำเนินการดูแลเอาใจใส่ของผู้บริหารต่อพนักงานตลอดจนการทำงานต่าง ๆ ในองค์กรให้เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ตลอดจนเป็นการประเมินผลของบุคลากรว่าสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จได้ล่วงหน้าหรือไม่ มีวัตถุประสงค์ของงานตรงหรือไม่ มีความสำเร็จในหน้าที่การงานมากน้อยเพียงใด ซึ่งในความหมายของการควบคุมนั้นยังเป็นการจัดการกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานให้น้อยที่สุดโดยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ทางผู้บริหารที่มีความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กรต้องควบคุมสถานการณ์ให้เป็นที่ยอมรับ และไม่ซับซ้อน

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3 ในหัวข้อ ปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาของผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคจะมองหาและให้ความสำคัญต่อสินค้าหรือบริการ โดยจะเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ในข้อดีข้อเสีย มีการเทียบราคาจากหลายแหล่ง เช่น ดูเรตติ้ง ดูรีวิว เปรียบเทียบสินค้าจากเว็บต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด มีความต้องการรู้ถึงข้อมูลและแหล่งที่มาของสินค้าที่ชัดเจน โดยจะมองหาสินค้าจากความน่าเชื่อถือและสุขอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิตาพร รุ่งสถาพร (2020) ที่กล่าวว่าในช่วงภาวะวิกฤติโควิด-19 ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง หรือมีการซื้อเท่าที่จำเป็น โดยจะเลือกจากความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ

2.ด้านราคา (Price) จากปัญหาการขาดรายได้และมีกำลังซื้อที่จำกัดของผู้บริโภค เหตุจึงให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ คุณค่าและสินค้าที่จะต้องมีความคุ้มค่าต่อเงินที่ต้องจ่ายไป โดยจะมองหาข้อเสนอที่ถูกใจในราคาที่ย่อมเยาสอดคล้องกับผลสำรวจของบริษัท Advanis (marketingoops, 2020) ที่ระบุถึง ปัจจัยที่ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้าง่ายขึ้น

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในช่วงก่อนสถานการณ์การระบาดผู้บริโภคจะนิยมซื้อ สินค้าผ่านทางหน้าร้านหรือออฟไลน์มากกว่าช่องทางออนไลน์ แต่เมื่อเกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่าผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจากช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ ชิตาพร รุ่งสถาพร (2020) ที่กล่าวว่า ภาวะวิกฤติโควิด-19 มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์ต่อไปเพราะมีความสะดวก

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะมองหาช่องทาง การตลาดที่มีบริการในด้านความสะดวก ได้แก่ ช่องทางการชำระเงินที่สะดวก เช่น การชำระเงินผ่านดิจิทัลเพย์เมนต์ ชำระผ่านการสแกน QR code เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตลาด 5A ของ Philip Kotler ที่กล่าวว่า การชำระเงิน การจัดส่งสินค้าจนถึงการบริการหลังการขายต้องเป็นเรื่องง่าย และต้องมีความสะดวกต่อลูกค้ามากที่สุดเพราะ “ความยืดหยุ่นและทางเลือก”

5.ด้านประสบการณ์ของผู้ซื้อ (Product to Experience) ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้บริโภคมี ประสบการณ์ที่ดีตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับ

แนวความคิดของ Ha & Perks (2005) กล่าวว่า ความคุ้นเคยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีมากกว่าเดิม ที่ไม่ใช่แค่พฤติกรรมแต่หมายรวมถึงของความรู้สึก

6.ด้านการเข้าถึงของลูกค้า (Place to Everyplace) ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและยังสร้างความคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป สอดคล้องกับแนวความคิดของ Konhäusner, et al. (2021)

7.ความคุ้มค่าของราคา (Price to Exchange) ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การเข้าถึงผู้บริโภคโดยการที่มี ช่องทางการขาย เข้าถึงง่าย ช่องทางการชำระเงินสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคในการเข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด สอดคล้องกับแนวคิดของ Epuran, et al. (2015) กล่าวว่า ความสะดวกสบายทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่าเป็นผลสะท้อนมาจากความสามารถเข้าถึงได้ง่าย (Ability to Access Product)

8.ด้านความร่วมมือของลูกค้า (Promotion to Evangelism) ส่งผลต่อ ผู้บริโภคในการเข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19การสร้างแบรนด์ให้มีความภาพจนทำให้มีการสื่อสารปากต่อปากโดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทำให้เกิดการเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Epuran, et al. (2015)

9.ด้านการวางแผน (Planning) เนื่องจากโรงแรมเป็นลักษณะของธุรกิจบริการ ที่เน้นความการให้บริการและความพึงพอใจของ ผู้บริโภคเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ในเรื่องของพฤติกรรม ของผู้บริโภค ที่พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

10.ด้านการจัดการองค์กร (Organizing) ธุรกิจโรงแรมบริหารงานโดยมีเจ้าของคนเดียว ดังนั้น การจัดโครงสร้างจึงจำเป็นต้องมีลักษณะที่ง่ายและสั้น มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละคนไปโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ กรรณก ทิพรส (2548)

11.ด้านภาวะการเป็นผู้นำ (Leading) ผู้ประกอบการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมอบให้ผู้จัดการร้านเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารมีลักษณะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ ดีฝึกแว่น (2547)

12.ด้านการควบคุม (Controlling) ผู้ประกอบการมีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ โดยเน้นทางด้านการบริการ ดังนี้ การบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการด้วยความเป็นมิตร การบริการรวดเร็ว ทันใจ มีความจริงใจ บริการที่ดี มีคุณภาพ เน้นสร้างความพอใจให้ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธีรภัทร เกื้อชู, ยุทธชัย ฮารีสิน (2564)

8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

1.การปรับราคาบริการให้เหมาะสมและมีความเป็นไปได้อุปกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยพิจารณาจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการใช้อุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อสร้างความมั่นคงและปลอดภัยให้กับลูกค้า

2.ผู้ประกอบการโรงแรมมีการให้บริการที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เช่น การให้บริการอาหารแบบ take-away หรือการจัดห้องประชุมออนไลน์เพื่อลดการสัมผัสกันของผู้เข้าพัก

3.ผู้ประกอบการโรงแรมมีการเตรียมพื้นที่และการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับผู้เข้าพักที่มาด้วยรถยนต์ เช่น การจัดที่จอดรถอย่างเพียงพอและการให้บริการรถรับส่งลูกค้า

4.ผู้ประกอบการโรงแรมสร้างความมีส่วนร่วมของลูกค้าโดยการเปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการ และการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร

5.ผู้ประกอบการโรงแรมมีการวางแผนเพื่อให้การบริการโรงแรมดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดทรัพยากร โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนการจัดการและติดตามเป้าหมายการขาย

6.ผู้ประกอบการโรงแรมมีการจัดระบบการควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายการดำเนินงานของ โรงแรม โดยการติดตามและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีการจัดเตรียมระบบการควบคุมการรักษาความสะอาด การควบคุมการเข้าใช้บริการในพื้นที่ส่วนกลาง และป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคในโรงแรม

9.ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด ควรพัฒนาสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลานี้ โดยควรให้ความสำคัญกับมาตรการเฝ้าระวังและความสะอาดภายในโรงแรม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการลดการสัมผัสภายในโรงแรม เช่น การใช้ห้องพักแบบ self-check in ที่ไม่ต้องมีการติดต่อกับพนักงาน การใช้ระบบอาหารแบบ online ordering หรือการใช้ระบบการชำระเงินแบบไม่ต้องสัมผัส นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโรงแรมควรมีการปรับปรุงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม

2.ผู้ประกอบการโรงแรมควรพิจารณาการกำหนดราคาโดยใช้แนวทางกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยควรพิจารณาค่าใช้จ่ายในการจัดการโรงแรมและต้นทุนในการทำความสะดวกและเฝ้าระวัง รวมถึงความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลานี้ ซึ่งอาจต้องพิจารณาลดราคาหรือมีแพ็คเกจส่งเสริมการเข้าพัก เช่น แพ็คเกจพักผ่อนยาวนานในราคาสุดคุ้ม หรือ การรวมบริการ

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การจัดการสถานที่เป็นสำคัญอย่างมาก เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความปลอดภัยของโรงแรม ผู้ประกอบการควรทำการตรวจสอบความเหมาะสมของสถานที่ในการใช้งาน และดำเนินการปรับปรุงและทำความสะอาดสถานที่เพื่อให้เป็นสถานที่ที่ปลอดภัยสำหรับลูกค้าและพนักงาน

4.การพัฒนาประสบการณ์การเข้าพักของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรมต้องเน้นการสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่ดีและน่าจดจำ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าพัก ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการโรงแรมควรเน้นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

5.การสร้างมีส่วนร่วมของลูกค้าในการพัฒนานโยบายในการจัดการโรงแรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญอีกด้วย ผู้ประกอบการโรงแรมควรสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในการเข้าพักของลูกค้า โดยการให้บริการที่มีคุณภาพสูง การให้บริการอย่างมืออาชีพ และการเข้าใจความต้องการของลูกค้า

6.ผู้ประกอบการโรงแรมควรวางแผนก่อนที่จะดำเนินการ โดยพิจารณาถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และส่วนตัวผู้เข้าพักในโรงแรมที่สนใจในการเข้าพักในระยะสั้นและระยะยาว โดยต้องคำนึงถึงการดูแลสุขภาพของผู้เข้าพักและพนักงานโรงแรม

2.ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด เพื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์กับข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.ควรมีการขยายการวิจัยไปยังประเภทของธุรกิจหรือผู้ประกอบการในกลุ่มต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ อ.เกาะช้าง จ.ตราด

3.ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในกรณีเกิดการระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ หรือการเกิดของโรคอุบัติใหม่ในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กรกนก ทิพรส. (2548). *องค์การและการจัดการ*. อภิชาติการพิมพ์.
- จิตาพร รุ่งสถาพร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทาง ออนไลน์ ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและพิษณุโลก. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธีรภัทร เกื้อชู และยุทธชัย ฮารีสิน. (2564). แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมโรงแรมใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019(COVID-19) พื้นที่ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต. การประชุมนำเสนอ ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ครั้งที่ 14 ประจำปีการศึกษา 2564
- นิตี รัตปรีชาเวชและจิตตาภรณ์ ศรีบุญจิตต์. (2559). ศึกษากลยุทธ์การรับมือกับความไม่แน่นอน ของอัตราว่างในช่วงนอกฤดูกาล การเดินทางในธุรกิจโรงแรม. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 38(150), 23-34.
- บัวขาว จารุจินดา. (2546). *แนวทางการจัดการธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนด้านการเตรียมการก่อนดำเนินการ*. เชียงใหม่. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปาริชาติ ดีฝึกვნ. (2547). *การบริหารจัดการการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา*. [การศึกษานิพนธ์พิเศษปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศศิพิมล แสงจันทร์. (2560). *การจัดการเพื่อเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารการตลาด*. ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์,
- Epuran, G., Ivasciuc, I. S., & Micu, A. (2015). From 4P's to 4 E's-How to avoid the risk of unbalancing the marketing mix in today hotel businesses. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati Fascicle Economics and Applied Informatics*, 21(2), 78-85.
- Ha, Y. H., & Perks, H. (2005). Effects of consumer perceptions of brand experience on the web: Brand familiarity, satisfaction and brand trust. *Journal of Consumer Behavior*, 4(6), 438-452.
- Konhäusner, P., Shang, B., & Dabija, D.-C. (2021). Application of the 4Es in online crowdfunding platforms: A comparative perspective of Germany and China. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2), 1-19.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control* (9th ed). A Simon & Schuster Company.
- Marketingoops. (2563). *Highlight: ผลสำรวจ 'Adobe' แนะนำกลยุทธ์ฟื้นฟูธุรกิจหลัง COVID-19 เน้นสื่อสารระดับพอเหมาะ - ใช้ data วิเคราะห์ CX strategy*.