

การสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Standardization and Confidence in the Service of Small Hotels in Bangkok after the COVID-19 Situation



พิมพ์ชนก สมควร¹, วีระ วีระโสภณ², บัว ศรีคช³

Pimchanok Somkhuon¹, Weera Weerasophon², Bua Srikos³

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Bachelor of Arts Program in Tourism and Hospitality Industry Management,

College of Hospitality Industry Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Corresponding Author, E-mail: s61123449003@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรฐานการให้บริการ ความเชื่อมั่นในการให้บริการที่มีต่อลูกค้า และนำเสนอแนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน และการประชุมกลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) มาตรฐานการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ควรศึกษาด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนอง การให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร การเข้าถึงการบริการ การให้บริการรองรับเหมาะสม การติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย การควบคุมพนักงานภายในองค์กร การเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า การเตรียมความพร้อมสำหรับ



ให้บริการ 2) ความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กควรเน้นความปลอดภัย การควบคุมพนักงานภายในองค์กรและการเข้าถึงการบริการ 3) แนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่น ดังนี้ (1) ความปลอดภัย (2) การควบคุมพนักงานภายในองค์กร (3) การเข้าถึงการบริการ (4) การให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร (5) ความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (6) การให้บริการรองรับเหมาะสม (7) การเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า (8) การเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ (9) การตอบสนอง (10) การติดต่อสื่อสาร องค์ความรู้จากการวิจัยพบว่า มาตรฐานทั้ง 10 ข้อ สามารถพัฒนาทักษะการบริการของพนักงานในองค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและการให้บริการ และเป็นการปรับเปลี่ยนมาตรฐานโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: โรงแรมขนาดเล็ก; โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019; ความเชื่อมั่น; มาตรฐานการให้บริการ

Abstract

This research aims to study service standards, confidence in service to customers, and to present the guidelines for building confidence standards in service of a small hotel in Bangkok after the epidemic situation of COVID-19. It is a qualitative research in which data are gathered from related academic documents, interview with 14 participants in the practice of building a small hotel service standard and confidence in the Bangkok area, and focus group discussion with 3 experts. The information is then analyzed by using a content analytical technique.

The results of the research are as follows: 1) a service standard of small hotels in Bangkok should study the reliability and confidence in the service, response, knowledge and service skills of employees in the organization, access to services, courtesy service, communication, safety in providing services, control of employees within the organization, concerning and giving an importance to customers, and preparation for service. 2) The confidence in the service of a small hotel should focus on service safety, controlling employees within the organization, and

access to services. 3) Confidence standard building guidelines are as follows: (1) service safety; (2) employee control within the organization; (3) access to services; (4) knowledge and service skills of employees in the organization; (5) confidence in service; (6) providing courtesy service; (7) customer attention and focus; (8) preparation for service; (9) responsiveness; (10) communication. The body of knowledge is found that ten service standards are able to develop service skills of employees in the organization in order to build confidence for customers and service, including changing the standards of small hotels for maximum benefit.

Keywords: Small Hotel; Coronavirus Disease 2019; Confidence; Service Standard

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญสาขาหนึ่งซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลเป็นเวลาติดต่อกันหลายปีและมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น ธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การผลิตและค้าขายของที่ระลึก บริการรถเช่า สถานที่จอดรถ เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานและยังเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ในช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545–2554) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

สำหรับปี พ.ศ. 2563 เศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจลดลง จากผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) อย่างไรก็ดีตาม หลังจากประเทศไทยเริ่มมาตรการเปิดประเทศตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ซึ่งได้ทำการผ่อนคลายมาตรการควบคุมต่าง ๆ เปิดทางให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาดำเนินการได้ รวมถึงสนับสนุนการเร่งฉีดวัคซีน จึงประเมินว่า จะทำให้เศรษฐกิจไทยเริ่มกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้งอย่างช้า ๆ โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก (เท็ดสคัต์ ทวีธีระธรรม, 2564) ในปี พ.ศ. 2564 จึงคาดการณ์ว่า ภาพรวมการเติบโตของตลาด

ต่างประเทศจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 แต่ก็ยังไม่ฟื้นตัวในระดับเดียวกับปี พ.ศ. 2562 ก่อนการเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความต้องการและความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ และแม้จะผ่านพ้นวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไปแล้ว ก็เชื่อว่า ยังไม่สามารถฟื้นตัวเข้าสู่ระดับปกติได้เช่นเดิม จึงส่งผลกระทบต่อตัดสินใจท่องเที่ยวของคนไทยที่มีกำลังการใช้จ่ายไม่สูงที่ต้องระมัดระวังการใช้จ่ายของครัวเรือนมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นี้ ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหารที่ได้รับผลกระทบโดยตรงมากกว่าธุรกิจอื่น ๆ โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการทั้งโรงแรมและร้านอาหารกังวลต่อสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะโรงแรมขนาดเล็กมีความกังวลต่อสถานการณ์มากที่สุด รองลงมา คือ โรงแรมขนาดใหญ่และโรงแรมขนาดกลาง โดยธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจาก 3 มิติ คือ มิติการดำเนินธุรกิจ 56.3% มิติด้านนักท่องเที่ยวและเศรษฐกิจมหภาค 37.3% และมิติการเดินทาง 6.5% (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ทั้งนี้ พบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กจะประสบปัญหารุนแรงกว่าโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง ขณะที่ธุรกิจร้านอาหารจะประสบปัญหาเช่นกันในการแบกต้นทุนคงที่เท่าเดิม อาทิ ค่าน้ำและค่าไฟ กระทั่งต้องเลิกกิจการเป็นจำนวนมาก ในการปรับตัวของธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมทุกขนาดปรับตัวค่อนข้างลำบาก มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน คือ โรงแรมขนาดใหญ่ 34.1% โรงแรมขนาดกลาง 37.5% โรงแรมขนาดเล็ก 31.1% โดยโรงแรมขนาดใหญ่ปรับตัวด้วยการลดจำนวนพนักงานลง ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์แรงงานกลับคืนสู่ภูมิภาคในชนบทจำนวนมาก ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารบริหารความเสี่ยงและเตรียมความพร้อมรอการท่องเที่ยวกลับมา ดังนี้ (1) ด้านการบริหารต้นทุนและการเงิน ธุรกิจโรงแรมเลือกที่จะลดจำนวนพนักงาน ซึ่งมีต้นทุนหลัก คือ เงินเดือนของพนักงาน (2) ด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย ธุรกิจโรงแรมปรับตัวให้บริการส่วนบุคคล (Personal Service) มากขึ้น (3) ด้านความพร้อมรับมือในภาวะวิกฤต ธุรกิจโรงแรมจะเน้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบายของรัฐบาล สื่อสารภายในองค์กรเพื่อปรับตัว ทั้งนี้ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า การบริหารงานของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหามีความล่าช้า มีการสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพ ทั้งประเด็นการจัดสรรวัคซีนโควิด-19 และประเด็นมาตรการช่วยเหลือพนักงานที่ตกงาน ขณะที่ธุรกิจร้านอาหารลดค่าใช้จ่ายด้วยการลดจำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงาน ซึ่งธุรกิจสามารถปรับตัวได้เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารมีจำนวนพนักงานที่น้อยกว่า

โรงแรม การระบาดของโรคโควิด-19 จึงส่งผลกระทบต่อความกังวลของธุรกิจในเรื่องปัญหาการแพร่ระบาดและสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนมากกังวลเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของชีวิตพนักงานที่จะส่งผลกระทบต่อครอบครัวของพนักงานเอง รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าและภาพลักษณ์ความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย ผลจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ครั้งนี้จะทำให้อารมณ์ของการท่องเที่ยวโลกและไทยจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ดังนั้น ประเทศไทยต้องมีมาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัย ทั้งระบบ “Fit to Traveling” และระบบการจัดการความสะอาดในธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงค่านิยมในการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวขนานใหญ่ ดังนี้ (1) การพัฒนาทักษะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดความวิตกกังวลของพนักงานที่ต้องทำงานภายใต้ความกดดันจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (2) ทักษะการบริหารความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (3) การนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อลดการสัมผัสกับลูกค้า อาทิ การใช้รหัสคิวอาร์โค้ด (QR Code) ในการชำระเงิน รวมถึงการเข้าถึงตัวลูกค้าให้มากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

จากปัญหาและด้วยเหตุผลดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นการเสริมสร้างให้ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำวิจัยนี้ไปวางแผนพัฒนาธุรกิจหรือศึกษาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าได้ในอนาคต ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย คือ เพื่อนำความรู้ด้านการสร้างมาตรฐานการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โรคโควิด-19 เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และเพื่อนำความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการและนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษามาตรฐานการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อลูกค้า หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงานโรงแรม มัคคุเทศก์ บุคลากรทางการศึกษาที่สอนด้านการท่องเที่ยว โรงแรม และผู้เกี่ยวข้องเป็นจำนวน 14 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครื่องมือที่ใช้ดำเนินงานวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

2) เครื่องมือการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเป็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จำนวน 15 คำถาม ซึ่งตั้งคำถามแบบสัมภาษณ์จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 10 ข้อ และการประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน

3) การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยสร้างแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) และวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ

3.2 การนำมาตีความหมาย เชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ และจัดทำเอกสารประกอบการสนทนากลุ่มหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

3.3 การนำแนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยจัดทำจากการสัมภาษณ์โดยการจัดการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิในรูปแบบประชุมกลุ่ม

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก

จำนวน 14 คน หลังจากนั้นทำการถอดเทปและสรุปข้อมูลเพื่อจัดการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิในรูปแบบประชุมกลุ่มจำนวน 3 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูล

ผลการวิจัย

1. จากผลการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 14 คน สามารถสรุปเป็นประเด็นในการสร้างมาตรฐานและการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก ดังนี้

1.1 มาตรฐานด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) องค์กรยังคงต้องปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยองค์กรต้องได้รับการรับประกันคุณภาพตามมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) และ SHA Plus และปฏิบัติตามมาตรฐานของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.)

1.2 มาตรฐานด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ควรแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น หากมีการยกเลิกห้องพักทางโรงแรมได้มีการยืดหยุ่นให้กับลูกค้ามากที่สุด โดยการคืนเงินหรือสามารถเลื่อนวันเข้าพักได้

1.3 มาตรฐานด้านการให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร (Competence) ควรสำรวจล่วงหน้าว่า พนักงานขาดความรู้ในด้านใด หลังจากนั้นควรเพิ่มการอบรมพนักงานและนำพนักงานในองค์กรศึกษาดูงาน บางองค์กรจะสำรวจความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก จากนั้น จึงปรึกษาพนักงานด้วยกันเองว่า ควรปฏิบัติตนในลักษณะใดเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

1.4 มาตรฐานด้านการเข้าถึงการบริการ (Access) ทางโรงแรมได้ปรับปรุงการให้บริการโดยเพิ่มการวัดอุณหภูมิก่อนเข้าพัก ลดการสัมผัส หากบริเวณหน้าเคาท์เตอร์ไม่มีพื้นที่กว้างมาก ทางโรงแรมควรมีฉากกั้นเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ เปลี่ยนการชำระเงินสดเป็นการชำระเงินทางออนไลน์ โดยพยายามเข้าถึงทุกช่องทางการชำระเงิน และลงทะเบียนเพื่อรับคิวอาร์โค้ดผ่านแพลตฟอร์ม “ไทยชนะ”

1.5 มาตรฐานด้านการให้บริการรองรับเหมาะสม (Courtesy) พนักงานจะต้องมีความสุภาพ สวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลา เว้นระยะห่างกับลูกค้าและพนักงานด้วยกันเองซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น

1.6 มาตรฐานด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานสามารถสื่อสารภาษาที่ 3 หรือภาษาที่ 4 ถือว่า มีความสำคัญมาก โรงแรมบางแห่งมีพนักงานที่เป็นชาวต่างชาติให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้ยิ่งขึ้น

1.7 มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Security) ทางองค์กร จะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผ่านมาตรการความสะอาดและความปลอดภัย ตามมาตรฐาน SHA และมาตรฐาน SHA Plus

1.8 มาตรฐานด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กร (Credibility) องค์กรควรมีการสรุปความต้องการของลูกค้าและปัญหาของลูกค้าเสมอ หากพนักงาน มีความจำเป็นต้องไปพื้นที่เสี่ยงต้องมีกักตัวเองและสังเกตอาการ ซึ่งผู้บริหารหรือ ผู้จัดการควรพูดคุยกับพนักงานให้ปฏิบัติตัวเพื่อควบคุมความปลอดภัยและถูก สุขอนามัย และการสร้างความตระหนักรู้ ระวังตัวในการปฏิบัติหน้าที่

1.9 มาตรฐานด้านการเอาใจใส่ และให้ความสำคัญ แก่ลูกค้า (Understanding) โรงแรมขอความร่วมมือไม่ให้ใช้พื้นที่ส่วนกลาง โดยมีป้ายประกาศ แจ้งหลายภาษา นอกจากนี้ พนักงานควรให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการให้ได้มากที่สุด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.10 มาตรฐานด้านการเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ (Tangibility) ควรจัดเตรียมเจลล้างมือให้เพียงพอ ใช้แอลกอฮอล์เช็ดทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ในแต่ละบริเวณชั่วโมงละ 1 ครั้ง

2. ความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อลูกค้า หลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ดังนี้

2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นพ้องกันว่า ข้อที่สำคัญที่สุดในอันดับแรก คือ ด้าน ความปลอดภัยในการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า พนักงานควรปฏิบัติตามมาตรการด้านสุขอนามัย รักษาความสะอาด เพื่อสร้างความ เชื่อมั่นด้านความปลอดภัย องค์กรจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าโดยใช้ มาตรฐาน SHA และ SHA Plus โดยเฉพาะมาตรฐาน SHA Plus เป็นมาตรฐานที่มี ข้อกำหนดความปลอดภัยด้านสุขอนามัยซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นมากกว่าด้วย ข้อกำหนดด้านการรับวัคซีนของบุคลากรภายในองค์กรครบโดสไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนบุคลากรภายในสถานประกอบการทั้งหมด ภายหลังการเปิดประเทศมีการ กำหนดมาตรฐาน SHA Extra Plus ขึ้นมา ซึ่งโรงแรม SHA Extra Plus เป็นโรงแรมที่ ไม่เพียงตรงตามมาตรฐาน SHA Plus แต่ยังเป็นโรงแรมที่มีโรงพยาบาลคู่ปฏิบัติการที่ ผ่านการรับรองสำหรับการตรวจโรคโควิด-19

2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นพ้องกันในข้อที่สำคัญในอันดับต่อมา คือ ด้านการ ควบคุมพนักงานภายในองค์กร พนักงานทุกคนควรได้รับการอบรมเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และการปฏิบัติตัว พนักงานควรมีความรู้ในการป้องกันตัวเองระหว่างปฏิบัติหน้าที่ ควร

มีการพูดคุยกับพนักงานในองค์กรให้ปฏิบัติตัวตามมาตรการของทางรัฐบาลและมาตรการของโรงแรมด้วยความจริงใจและไม่คิดว่า เป็นภาระของธุรกิจ พนักงานเองมีการระมัดระวังมากขึ้นในการใช้ชีวิต เพราะฉะนั้น พนักงานจำเป็นจะต้องมีความตระหนักรู้และความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการใช้ชีวิตประจำวัน หากพนักงานมีความจำเป็นต้องไปพื้นที่เสี่ยงต้องกักตัวเองและสังเกตอาการ ไม่ควรปกปิดข้อมูลหรือปกปิดไทม์ไลน์เพราะจะทำให้องค์กรเองได้รับความเสียหายเป็นอย่างมาก

2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นพ้องกันอันดับที่สามที่มีความสำคัญที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงการบริการ พนักงานในองค์กรจะต้องให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่และรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้า โดยการปรับเปลี่ยนเป็นรหัสคิวอาร์โค้ดเพื่อเช็คอินและเช็คเอาท์ ทั้งนี้ ทางโรงแรมควรเปลี่ยนเป็นการชำระเงินออนไลน์และควรเข้าถึงทุกช่องทางการชำระเงินออนไลน์ ลูกค้าสามารถใช้ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย เช่น ผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) โดยสแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อชำระเงิน เครื่องรูดบัตร EDC (Electronic Data Capture) การโอนเงินผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส การชำระเงินผ่านคนกลางทั้งที่เป็นสถาบันการเงินของธนาคารและที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) หรือชำระเงินสด ในอนาคตหากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นทางโรงแรมควรมีการเข้าถึงการชำระเงินให้กับลูกค้าสัญชาติต่าง ๆ

3. การนำเสนอแนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นในการให้บริการเป็นการสัมภาษณ์โดยถามคำถามลักษณะแบบเปิด จำนวน 15 คำถาม และจัดการประชุมกลุ่มจำนวน 3 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูล จากการศึกษาสรุปผลได้ ดังนี้ 1. ด้านความปลอดภัยในการให้บริการ 2. ด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กร 3. ด้านการเข้าถึงการบริการ 4. ด้านการให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร 5. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ 6. ด้านการให้บริการรองรับเหมาะสม 7. ด้านการเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า 8. ด้านการเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ 9. ด้านการตอบสนอง 10. ด้านการติดต่อสื่อสาร โดยโรงแรมขนาดเล็กควรปฏิบัติตาม 10 ข้อหลักดังกล่าว เพื่อสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการ

การสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	ผู้ทรงคุณวุฒิ คนที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิ คนที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิ คนที่ 3
---	--------------------------	--------------------------	--------------------------

1. ด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Security)	✓	✓	✓
2. ด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กร (Credibility)	✓	✓	✓
3. ด้านการเข้าถึงการบริการ (Access)	✓	✓	✓
4. ด้านการให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร (Competence)	✓	✓	✓
5. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	✓	✓	✓
6. ด้านการให้บริการรองรับเหมาะสม (Courtesy)	✓	✓	✓
7. ด้านการเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า (Understanding)	✓	✓	✓
8. ด้านการเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ (Tangibility)	✓	✓	✓
9. ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	✓	✓	✓
10. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)	✓	✓	✓

ตาราง 1 ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเรียงลำดับจากด้านที่สำคัญมากไปหาน้อย

อภิปรายผล

1. การสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก ควรปฏิบัติตามมาตรการที่ได้สรุปไว้ทั้ง 10 ข้อหลักที่ได้กล่าวมา สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิกานต์ ศรีสุวรรณ และคณะ (2564) กล่าวว่า มาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมที่พักที่ผู้ประกอบการพึงมีประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร 2) การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค 3) การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน และงานวิจัยของพรณิภา ชาวคำ (2559) ได้นำเสนอการบริหารจัดการภายในโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองเชียงราย คือ S-T (เชิงรับ) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของโรงแรมขนาดเล็ก คือ การเน้นการบริการแก่ลูกค้าที่เหนือความคาดหวัง และในงานวิจัยของอุดม สมบูรณ์ผล (2564) กล่าวถึงปัจจัยการจัดการคุณภาพการบริการประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมการบริการ มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาด

เล็กในจังหวัดปทุมธานี โดยสามารถนำข้อสรุปมาตรการทั้งหมดมาปรับใช้เป็น มาตรการในการสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อลูกค้า หลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

1) ด้านความปลอดภัยในการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกไม่ว่าจะเป็นพนักงานในองค์กรควรมีความรู้ในด้านสุขอนามัย ด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ วะปะแก้ว และยุภาพร ยุภาศ (2564) กล่าวในยุทธศาสตร์ 5R ว่า ภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) กระตุ้นไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ภายใต้นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว 4 ประการ คือ ความปลอดภัย (Safety) ความสะอาด (Clean) ความเป็นธรรม (Fair) และกระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ทางองค์กรจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ผ่านมาตรการความสะอาดและความปลอดภัยตามมาตรฐาน SHA มาตรฐาน SHA Plus และมาตรฐาน SHA Extra Plus สอดคล้องกับงานของวิวัฒน์ โรจนพิทยากร (2564) ที่ระบุว่า การตรวจเชื้อโรคโควิด-19 เป็นไปตามมาตรการการควบคุมโรคของกระทรวงสาธารณสุขภายใต้มาตรการป้องกัน D-M-H-T-T-A (D-Distancing เว้นระยะห่าง; M-Mask Wearing สวมหน้ากาก; H-Hand Washing ล้างมือบ่อย ๆ; T-Temperature ตรวจวัดอุณหภูมิ; T-Testing ตรวจเชื้อโรคโควิด-19; A-Application ไทยชนะ)

2) ด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กร แนวทางในการควบคุมพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและพัฒนาการบริการโดยการปรับปรุงหรือสรุปความต้องการและปัญหาของลูกค้า สังเกตความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พนักงานทุกคนจะต้องทราบในการปฏิบัติตัวเพื่อควบคุมความปลอดภัย ถูกสุขอนามัย และการใช้ชีวิตแบบนิว نرمอล (New Normal) หากพนักงานมีความจำเป็นต้องไปพื้นที่เสี่ยงต้องกักตัวเองและสังเกตอาการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2563) โดยผลวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการที่รับรู้ของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยการรับรู้ลำดับแรก คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

3) ด้านการเข้าถึงบริการ ปรับเปลี่ยนแนวทางในการให้บริการเป็นรูปแบบออนไลน์เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ โรงแรมส่วนใหญ่เปลี่ยนเป็นการเช็คอินออนไลน์หรือรหัสคิวอาร์โค้ด สำหรับการเข้าถึงห้องพักในการเช็คอินและเช็คเอาท์ ทางโรงแรมได้เปลี่ยนการชำระเงินแบบออนไลน์และให้เข้าถึงทุกช่องทางการชำระเงินออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรชาติ บัวชุม และคณะ (2564) ที่พบว่าอายุและระดับการศึกษาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต การสแกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในขณะที่บริบททางสังคม วัฒนธรรม กฎหมายและข้อบังคับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสแกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด เช่นเดียวกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสแกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด

3. ประเด็นการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคน ซึ่งเห็นพ้องกันทั้ง 10 ข้อหลัก โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

มาตรฐานแรกที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการให้บริการ พนักงานควรปฏิบัติตามมาตรการด้านสุขอนามัย รักษาความสะอาด องค์กรสามารถใช้มาตรฐาน SHA และ SHA Plus เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ ลำดับต่อมาเป็นมาตรฐานด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กร ทางโรงแรมมีข้อปฏิบัติให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตาม คือ การรักษาความสะอาด ถูกสุขอนามัย ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยง และลำดับต่อมาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นพ้องกันเป็น 3 อันดับแรก คือ มาตรฐานด้านการเข้าถึงบริการ องค์กรมีการปรับปรุงการให้บริการ คือ ลดการสัมผัสและเปลี่ยนเป็นการชำระเงินทางออนไลน์โดยพยายามเข้าถึงทุกช่องทางการชำระเงิน หากในอนาคตมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ควรมีการเข้าถึงในการชำระเงินให้กับลูกค้าสัญชาติต่าง ๆ ในส่วนของมาตรฐานด้านการให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร องค์กรควรมีการสำรวจว่า พนักงานขาดความรู้ในด้านใดและมีการจัดอบรมให้กับพนักงานในองค์กร พนักงานควรเรียนรู้การใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอลเพื่อให้พนักงานได้รับข้อมูลที่เป็นแหล่งข้อมูลเดียวกัน และในด้านมาตรฐานด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจในการบริการ องค์กรยังต้องปฏิบัติตามมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรมีมาตรฐาน SHA และมาตรฐาน SHA Plus ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้องค์กรมีมาตรฐานด้านการให้บริการรองรับเหมาะสมในการเว้นระยะห่างซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น ไม่ว่าจะเป็นการเว้นระยะห่างจากลูกค้าหรือพนักงานด้วย

กันเอง มาตรฐานด้านการเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า มาตรฐานด้านการเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ ถือเป็นมาตรฐานหนึ่งที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ ในมาตรฐานด้านการเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการองค์กรควรมีการจัดเตรียมเจลล้างมือให้เพียงพอ ใช้แอลกอฮอล์เช็ดทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มาตรฐานด้านการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ในกรณียกเลิกที่พัก ทางโรงแรมต้องมีการยืดหยุ่นให้กับลูกค้ามากที่สุด และสุดท้าย คือ มาตรฐานด้านการติดต่อสื่อสาร การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาที่ 3 หรือภาษาที่ 4 นอกเหนือจากภาษาอังกฤษถือว่า สำคัญมาก

โดยองค์กรควรปฏิบัติตาม 10 ข้อหลักดังกล่าว ประเด็นที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นพ้องกันว่า สำคัญที่สุดอันดับแรก คือ ด้านความปลอดภัยในการให้บริการ รองลงมา คือ ด้านการควบคุมพนักงานภายในองค์กรและด้านการเข้าถึงการบริการ โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของเดชชาติ โกพลรัตน์ และคณะ (2565) ที่พบว่า การพัฒนารูปแบบการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการโรงแรมราคาประหยัด ความต้องการจำเป็นสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ด้านการเข้าถึงลูกค้า (2) ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (3) ด้านความปลอดภัย ซึ่งดารณี อาจหาญ และสันติธร ภูริภักดี (2564) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การตอบสนองภาวะวิกฤตโรคโควิด-19 ของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านการปรับโครงสร้างองค์กร (Re-organization) (2) กลยุทธ์ด้านการลดต้นทุน (Cost Reduction Strategies) (3) กลยุทธ์ด้านการทดแทนรายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Non-room Revenue Strategy) (4) กลยุทธ์การปรับวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norm Strategy) (5) กลยุทธ์ด้านราคา (Pricing Strategy) (6) กลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) (7) กลยุทธ์นโยบายแบบยืดหยุ่น (Flexible Strategy) ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำมาตรการที่ผู้วิจัยได้สรุปผลไปปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับองค์กรพร้อมกับศึกษากลยุทธ์ต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการ

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการอภิปรายมาทั้งหมด จะเห็นว่า มาตรฐานทั้ง 10 ข้อ เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยมาตรฐานทั้งหมดได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 14 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการพัฒนาทักษะการบริการ

ของพนักงานในองค์กร พนักงานควรปฏิบัติตามมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า องค์กรสามารถนำมาตรฐานปรับใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ เพื่อให้โรงแรมขนาดเล็กสามารถปรับเปลี่ยนมาตรฐานให้เหมาะสมและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ควรมีการสำรวจความพึงพอใจและประเมินคุณภาพมาตรฐานทั้ง 10 ข้อพร้อมด้วย

สรุป

องค์กรควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยมีการปฏิบัติตามมาตรการของทางรัฐบาลอย่างเคร่งครัด มีความปลอดภัย มีการเข้าถึงการบริการที่เหมาะสม มีความสะอาดด้านสุขอนามัยในการให้บริการ มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ในการปฏิบัติตัวตามมาตรการต่าง ๆ มีการให้ความรู้ทักษะในการบริการและควบคุมพนักงานภายในองค์กร และเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ ทั้งนี้ โรงแรมสามารถความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการโดยประชาสัมพันธ์และโฆษณาในด้านความสะอาดของทางโรงแรมและมาตรฐานที่รับรองความสะอาด คือ มาตรฐาน SHA มาตรฐาน SHA Plus และมาตรฐาน SHA Extra Plus ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ โรงแรมขนาดเล็กหรือผู้ประกอบการสามารถนำมาตรการดังกล่าวไปปรับใช้อย่างเหมาะสมภายในองค์กรได้ในอนาคต ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไปควรมีการศึกษาทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กโดยตรงเพิ่มเติมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์เพิ่มเติมในความเชื่อมั่นของมาตรการต่าง ๆ และควรมีการศึกษาวิจัยในโรงแรมขนาดอื่นหรือนำไปเปรียบเทียบกับมาตรการของต่างประเทศ ซึ่งอาจจะได้มาตรการรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (26 ตุลาคม 2564). *ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจโรงแรม/ร้านอาหารช่วงวิกฤติโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/967949>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/34hKL0I>
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2563). คุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 6 (2), 44-56.

- ดารณี ออาจหาญ และสันติธร ภูริภักดี. (2564). กลยุทธ์การตอบสนองภาวะวิกฤตของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดไวรัสโควิด-19. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 13 (4), 82-97.
- เดชชาติ โกพลรัตน์ และคณะ. (2565). การพัฒนารูปแบบการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 16 (1), 32-44.
- เทิดศักดิ์ ทวีธีระธรรม. (13 พฤศจิกายน 2564). *เศรษฐกิจไทยผ่านจุดต่ำสุดและเริ่ม Restart*. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/35xJgvL>
- นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ และคณะ. (2564). มาตรฐานความปลอดภัยของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ หลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19. *การประชุมสวนสุนันทาวิชาการระดับชาติครั้งที่ 9 ภายใต้แนวคิด “การยกระดับงานวิจัยสู่นวัตกรรม”*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. วันที่ 17-18 มิถุนายน. หน้า 168-186.
- พรณิภา ชาวคำ. (2559). กลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 10 (1), 89-104.
- มติชนออนไลน์. (11 มกราคม 2565). *ททท. เตรียมพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐาน SHA Extra Plus*. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_3126054
- วิไลวรรณ วะปะแก้ว และยุภาพร ยุภาศ. (2564). การท่องเที่ยวไทยแลนด์แดนสยามยุคโควิด. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*. 6 (3), 719-732.
- วิวัฒน์ โรจนพิทยากร. (2564). ประเทศไทยเปิดโมเดล “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” รับชาวต่างชาติ 1 กรกฎาคม 2564. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*. 30 (เพิ่มเติม 1), S1-S2.
- สุรชาติ บัวชุม และคณะ. (2564). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*. 2 (2), 86-99.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2554*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อุดม สมบูรณ์ผล. (2564). การจัดการคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*. 7 (2), 197-207.
- Thaiontours Team. (22 กุมภาพันธ์ 2565). *โรงแรม SHA Plus (SHA+) และ SHA Extra Plus (SHA++) ใน จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://thaiontours.com/thailand/thailand-sha-plus-hotels>