รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal

The Adaptation Model of The Service Businesses To Support Moving into The New Normal

ศุภชัย เหมือนโพธิ์
Suppachai Murnpho
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom
Corresponding Author. Email: suppachai_mur@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ 3) เพื่อศึกษาการยอมรับของลูกค้าต่อการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ และ 4) เพื่อถอดบทเรียน และสรุปมาตรการสำคัญเชิงนโยบายสำหรับการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลกระทบรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็น 1) ธุรกิจด้านการศึกษา ได้รับผลกระทบทั้งการเรียนคุณภาพการสอน ต้องปรับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น 2) ธุรกิจด้านการโรงแรม มีผลประกอบการลดลงอย่างรวดเร็ว รัฐบาลมีมาตรการการป้องกันฯ อย่างต่อเนื่อง ปรับเปลี่ยนวิธีการ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ และ 3) ธุรกิจด้านร้านอาหาร พบปัญหาการบริหารต้นทุน โดยเฉพาะมาตรการล็อคดาวน์ของรัฐบาล ห้ามบริโภคภายในร้านอาหาร ต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เป็นการขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจัดทำรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยคำนึงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้และเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยในสถานการณ์ปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยี โลจิสติกส์ โมเดลธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า เพื่อนำไปสู่ยุควิถีชีวิตถัดไป

คำสำคัญ : กลุ่มธุรกิจบริการ; วิถีชีวิตใหม่; การปรับตัว; โควิด-19

Abstract

This study aimed 1) to study the business environment and the adjustment of the service businesses to support moving into the New Normal; 2) to study the guidelines for the development of the adaptation model of the service businesses to support moving into the New Normal; 3) to study the acceptance of customers toward the adjustment of service businesses to support moving into the New Normal; and 4) to summarize the key

policy measures for the adjustment of service businesses to support moving into the New Normal. The results showed that the COVID-19 pandemic situation dramatically impacted many areas such as: 1) The educational business such as teaching method and teaching quality was affected because more online classroom management methods were required. 2) The hotel business was affected because the business performance was rapidly declined, and enforcing the government's preventive measures caused many operators to adjust their business operation to sustain their businesses. 3) The restaurant business was affected because cost management problems were inevitably faced. Especially, due to the government's lockdown measures, customers were not allowed to consume food in the restaurant. Their businesses must be operated through more online channels. Therefore, the adaptation model of the service businesses was prepared to support moving into the New Normal by considering the current situation and studying consumer behavior, stakeholders, and operators/suppliers to utilize data for adaptation and creating continuous improvement. In the current situation, innovation and technology, logistics, business model, and marketing strategies focused on creating and presenting value proposition were prioritized to move into the Next Normal.

Keywords: service businesses; New Normal; adaptation; COVID-19

บทนำ

ทั่วโลกกำลังเผชิญกับการระบาดทั่วของไวรัสโคโรนา พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา เป็นการระบาดทั่วโลกที่กำลังดำเนินไปของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ส่งผลกระทบในวงกว้างทั่วโลก และส่งผลกระทบไปทุกมิติของชีวิตมนุษย์ อีกปัญหาที่หลายคนกังวลนอกเหนือจากผลกระทบทางสุขภาพ คือสถานการณ์เศรษฐกิจ ที่เริ่มส่อเค้าลางว่าจะตกต่ำ และทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน สถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก มาตรการ "เว้นระยะห่างทางกายภาพ" (Physical distancing) และการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศของชาวต่างชาติ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ คือ ความผันผวนของค่าเงินบาท โดยมีแนวโน้มที่จะอ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่อง และอัตราการขยายตัวของโลก รวมถึงประเทศไทยมีความไม่แน่นอน (Nuttachit, 2020)

ธุรกิจบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 ธุรกิจบริการได้รับผลกระทบทุกด้าน ตั้งแต่ 1) ธุรกิจด้านร้านอาหาร ส่งผลกระทบต่อรายได้มีมูลค่าเหลือเพียง 3.5 แสนล้านบาท ลูกค้ามีความกลัวโรคระบาดทำให้ไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) 2) ธุรกิจด้านการศึกษา ส่งผลต่อประสิทธิภาพการศึกษา และต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเรียน การสอน ต้นทุนค่าเสียโอกาสของพ่อแม่ผู้ปกครองที่ต้องใช้เวลาดูแลการเรียนของลูกแทนการทำงาน และต้นทุนค่าเสียโอกาสของนักเรียนจากการเรียนทางไกลหรือเรียนออนไลน์ ก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่ำกว่าการเรียนตามปกติในห้องเรียน (ณิชา พิทยาพงศกร, 2563) และ 3) ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และการโรงแรม ผลกระทบเกิดขึ้นในวงกว้าง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะลดลงถึง 50 – 60% โดยโรงแรมขนาดเล็กมีความกังวลต่อสถานการณ์มากที่สุด (52.6%) รองลงมาคือ โรงแรมขนาดใหญ่ (50.5%) และโรงแรมขนาดกลาง

(41.2%) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) โดยธุรกิจบริการเหล่านี้ได้มีการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ เพื่อรับมือกับสถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการของกลุ่มธุรกิจบริการให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่
3. เพื่อศึกษาการยอมรับของลูกค้าต่อการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่
4. เพื่อถอดบทเรียน และสรุปมาตรการสำคัญเชิงนโยบายสำหรับการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

American Marketing Association (1960) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการเสนอขาย เพื่อเชื่อมโยงกับการขายสินค้าที่ฝ่ายหนึ่งได้เสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน และไม่ได้เกิดความเป็นเจ้าของต่อบริการนั้น โดยการผลิตที่ออกมาอาจผูกเข้ากับสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kotler & Bloom, 1984)

ธุรกิจบริการ เป็นองค์กรที่ประกอบด้วยบุคคลหรือทีมที่มีความเชี่ยวชาญซึ่งจะนำงานหรือรวมกันทำงานชิ้นหนึ่งให้สำเร็จเพื่อประโยชน์ให้กับลูกค้า โดยธุรกิจบริการไม่เหมือนกับสินค้า แต่ธุรกิจบริการจะจัดหาผลิตภัณฑ์ ที่มีองค์ประกอบเป็นแรงงานและความเชี่ยวชาญ (Aaron Hill, 2017) และดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางด้านพาณิชย์

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ New Normal

New Normal หมายถึง พฤติกรรมใหม่ของผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไปหลังเหตุการณ์วิกฤตยุค New Normal เป็นการเติบโตของอุปสงค์ที่จะเกิดขึ้นหลังจากวิกฤติ โดยทุกบริษัทจำเป็นต้องเปลี่ยนความคิด ในขณะที่เราจะก้าวข้ามผ่านยุคการเปลี่ยนแปลงไปสู่ New Normal (Paul Hodges

and John Richardson, 2011) เศรษฐกิจในยุค New Normal หลังจากที่ต้องปรับตัวจากโรคระบาด COVID-19 เศรษฐกิจจะค่อยๆ ฟื้นตัว โดยมีการคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศจะกลับมาจุดเดิมได้คงใช้เวลาราว 1 – 3 ปี ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและธุรกิจจากการใช้จ่ายและการสนับสนุนต่าง ๆ จากภาครัฐ และกระแสที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านสุขภาพที่จะมาแรงมากขึ้น จากกระแสการใส่ใจสุขภาพที่จะซึมลึกยิ่งขึ้น และจะมี Digital Technology เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ประเทศและธุรกิจเติบโตไปได้ (Krungthai Compass, 2020)

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ สร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Sereerat et al, 1998) ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ 2) ราคา (Price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้อุตสาหกรรม 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ 5) บุคคล (People) ผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ หรือพนักงานให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ 6) กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการได้นำเสนอบริการให้ลูกค้าเป็นที่พึงพอใจ และ 7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวกับการให้ลูกค้าได้สัมผัสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (Kotler, Philip, 2003)

วิธีดำเนินการวิจัย

	ขั้นที่ 1 (R_1) การวิจัย (Research: R_1) การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจบริการ	ขั้นที่ 2 (D_1) การพัฒนา (Development: D_1) การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่	ขั้นที่ 3 (R_2) การวิจัย (Research: R_2) การสำรวจการยอมรับในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่	ขั้นที่ 4 (D_2) การพัฒนา (Development: D_2) การประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่
วิธีดำเนินการวิจัย	1.1 การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลพื้นฐานในรูปแบบเอกสารผลงานวิชาการ หนังสือ ตำรา และข้อมูลจาก Internet ผ่าน Website ต่างๆ 1.2 การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ผลงานวิชาการ หนังสือ ตำรา และข้อมูลจาก Internet ผ่าน Website ต่างๆ	2.1 การศึกษาปัญหาอุปสรรคในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ 2.2 การศึกษาแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสม 2.3 การจัดทำรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal	3.1 ผู้วิจัยทำการสำรวจการยอมรับในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ กับกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคของธุรกิจบริการ	4.1 การประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal

	ขั้นที่ 1 (R_1) การวิจัย (Research: R_1) การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจบริการ	ขั้นที่ 2 (D_1) การพัฒนา (Development: D_1) การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่	ขั้นที่ 3 (R_2) การวิจัย (Research: R_2) การสำรวจการยอมรับในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่	ขั้นที่ 4 (D_2) การพัฒนา (Development: D_2) การประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และประชากรกลุ่มตัวอย่าง		2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 3 ประเภทธุรกิจ ประเภทธุรกิจละ 5 แห่ง โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	3.1 แบบสำรวจการยอมรับในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจบริการ จำนวน 3 ประเภทธุรกิจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ประเภทธุรกิจละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 1,200 คน โดยใช้การแทนค่าสูตร Taro Yamane และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) (Taro Yamane, 1967)	

ผลการวิจัย

ขั้นที่ 1 การวิจัย (Research: R1) การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจบริการ

1. ธุรกิจด้านการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ส่งผลกระทบในวงกว้างของการศึกษาไทย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งการเรียนการสอน คุณภาพชีวิตของนักเรียน นิสิต/นักศึกษา โรงเรียนเอกชน สถาบันกวดวิชาต่างๆ ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างที่ต้องปิดเรียน ซึ่งสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ปรับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ มีการผสมผสานระหว่างการเรียนการสอนในห้องเรียน และการเรียนการสอนออนไลน์ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง แต่ในปัจจุบันขาดความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ขาดแคลนอุปกรณ์การเรียนผ่านระบบเทคโนโลยีที่จำเป็นโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท อีกทั้ง

สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่เริ่มมีแนวทางการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ โดยใช้ Application ในการประชุมออนไลน์ ประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Google Meet, Zoom, Microsoft Team ฯลฯ

2. ธุรกิจด้านการโรงแรม

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหนัก เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบการจำนวนมากยอมรับว่าขณะนี้ธุรกิจมีผลประกอบการของธุรกิจลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการยกเลิกการจองหรือไม่มีการจอง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในสถานะที่เปราะบางอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยงสูง อีกทั้งรัฐบาลมีมาตรการการป้องกันฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานตามมาตรการของรัฐและต้องมีการเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ รวมทั้งวิธีการดำเนินงาน เพื่อประคองธุรกิจให้สามารถดำรงอยู่ได้ต่อไป

3. ธุรกิจด้านร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศในอุตสาหกรรม ธุรกิจร้านอาหารหรือบริการอาหาร (Food Services) เหตุการณ์ Covid-19 ได้กระทบต่ออุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างมาก จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) 2564 ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด และมาตรการควบคุมโรคระบาดของรัฐบาล โดยเฉพาะจากมาตรการล็อคดาวน์ในจังหวัดที่มีผู้ติดเชื้อสูง การประกาศปิดห้างสรรพสินค้า ตลาด แหล่งชุมชน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารประสบปัญหาหลายด้าน ทั้งด้านการบริหารต้นทุน ด้านรายได้และยอดขาย และต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เป็นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Delivery มากขึ้น

ขั้นที่ 2 การพัฒนา (Development: D1) การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่

1. การศึกษาปัญหา อุปสรรคในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal

1.1 ธุรกิจด้านการศึกษา

ด้านผู้บริหาร ผู้สอน และบุคลากร มีการปรับตัว ปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับผู้เรียน มีการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้ในชั้นเรียน (On-site) การเรียนในรูปแบบออนไลน์ (Online) การเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-air) ผู้สอนมีความกังวลในการปรับตัว และการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดในอนาคตแต่ผู้สอนไม่มีความรู้ในเทคโนโลยีด้านนี้มากนัก จึงเป็นอุปสรรคในการปรับตัว ผู้สอนต้องมีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ และปรับตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านผู้เรียน ผู้เรียนต้องมีการปรับตัวในการเรียน ทั้งเรื่องรูปแบบการเรียน เวลาเรียน และการใช้สถานที่ ในการเรียนรูปแบบออนไลน์ บางครั้งไม่มีเวลาไม่ตรงตามตาราง บางครั้งมีเสียงรบกวน ทำให้เสียสมาธิในการเรียน อีกทั้งการเรียนรูปแบบออนไลน์ (Online) ทำให้ผู้เรียน และผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายในการเรียนเพิ่มขึ้น มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าไฟฟ้า อีกทั้งผู้เรียนบางส่วนที่ครอบครัวมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ไม่มีอุปกรณ์การเรียน รวมทั้งอินเตอร์เน็ต ทำให้ผู้ปกครองต้องแบกภาระค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เพื่อใช้ในการเรียนออนไลน์ หากไม่มีจะทำให้เรียนไม่ทันเพื่อนร่วมห้อง

1.2 ธุรกิจด้านการโรงแรม

ด้านผู้ประกอบการ มาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 กำหนดให้มีการให้บริการตามมาตรการควบคุมที่รัฐบาลกำหนด ทั้งการรักษาความสะอาด ความปลอดภัยของผู้เข้าพัก /การใช้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการขาดรายได้ และผลประโยชน์จากการใช้ห้องพัก จึงมีความจำเป็นต้องปรับลดค่าใช้จ่าย เช่น ลดตำแหน่ง ลดจำนวนบุคลากร หรือลดเงินเดือนของพนักงาน เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการอาจต้องสูญเสียพนักงานที่เก่ง มีความรู้ความสามารถไป

– ด้านกลุ่มลูกค้า จากมาตรการการปิดประเทศ ไม่สามารถเดินทางเข้า ออกประเทศได้ ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ รวมถึงการสั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลให้หลายธุรกิจ/ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการชั่วคราว และลูกค้าไม่วางแผนการเดินทางไปเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ทำให้ยอดการจองลดลง และมีการยกเลิกเพิ่มมากขึ้น

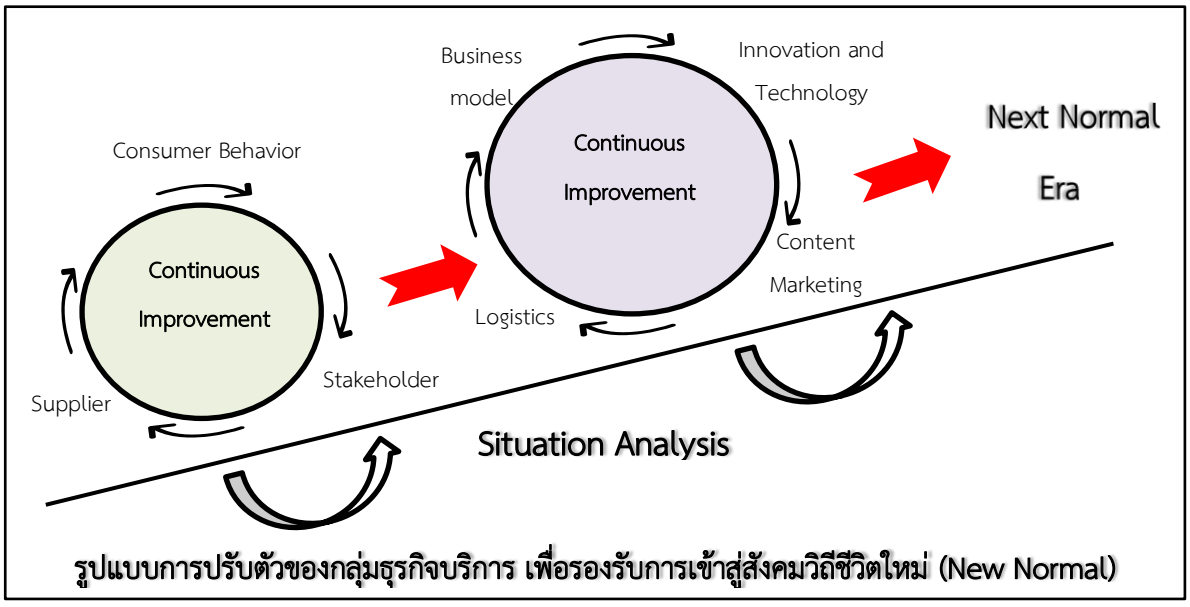
1.3 ธุรกิจด้านร้านอาหาร

ผู้ประกอบการร้านอาหารประสบปัญหาการบริหารต้นทุน จากมาตรการล็อคดาวน์จำเป็นต้องแบกรับต้นทุนแรงงาน ตลอดจนต้นทุนที่ยังต้องมีการจ่ายอยู่ ผู้ประกอบการต้องปรับตัวโดยปรับรูปแบบการขายผ่านทางออนไลน์มากขึ้น จากแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Grap, Line Man, Foodpanda ฯลฯ บางร้านที่เป็นร้านอาหารทั่วไป ไม่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี และการเข้าถึงเทคโนโลยี ทำให้เข้าถึงยากมาก ทั้งวิธีการสมัคร การใช้งาน หรือการคำนวณราคาที่จะทำให้ไม่ขาดทุน ทำให้บางครั้งการขายไม่ได้กำไร เพราะต้องเอาส่วนกำไรมาจ่ายให้กับแพลตฟอร์ม แต่ผู้ประกอบการต้องยอมขายผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีรายได้มาใช้ในการดำเนินงานต่อไป

2. รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และปัญหา อุปสรรคในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้วิจัยสามารถพัฒนารูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ โดยคำนึงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน (Situation

Analysis) ที่ธุรกิจบริการกำลังเผชิญอยู่ และในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการ/สถาบันการศึกษา/สถาบันกวดวิชาควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Supplier) เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ และเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) โดยในสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) โลจิสติกส์ (Logistics) โมเดลธุรกิจ (Business Model) และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า (Content Marketing) เพื่อนำไปสู่ยุควิถีชีวิตถัดไป (Next Normal Era)



รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ขั้นที่ 3 การวิจัย (Research: R2) การสำรวจการยอมรับในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่

1. ธุรกิจด้านการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจด้านการศึกษา เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยมีระดับความคิดเห็นเรื่องคุณภาพการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) ด้านกิจกรรมในการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ด้านสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) ด้านระยะเวลา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ด้านสถานที่ และบรรยากาศ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับเกี่ยวกับมาตรการป้องกัน COVID-19 อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29)

2. ธุรกิจด้านการโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจด้านการโรงแรม เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 โดยมีระดับความคิดเห็นเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจด้านการโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.31) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับเกี่ยวกับมาตรการป้องกัน COVID-19 อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.18)

3. ธุรกิจด้านร้านอาหาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจด้านร้านอาหาร เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 โดยมีระดับความคิดเห็นเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจด้านการโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.13) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับเกี่ยวกับมาตรการป้องกัน COVID-19 อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.24)

ขั้นที่ 4 การพัฒนา (Development: D2) การประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่

รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal คำนึงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) และในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการ/สถาบันการศึกษา/สถาบันกวดวิชาควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Supplier) เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ และเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) โดยในสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการ/ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) โลจิสติกส์ (Logistics) โมเดลธุรกิจ (Business Model) และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า (Content Marketing) เพื่อนำไปสู่ยุควิถีชีวิตถัดไป (Next Normal Era)

Situation Analysis หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจบริการ เป็นการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทิศทางของธุรกิจ

Continuous Improvement หมายถึง การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นการปรับปรุงการดำเนินการการบริการให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

Consumer Behavior หมายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อดูทิศทางการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการของผู้บริโภค

Supplier หมายถึง ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต มีการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normal

Stakeholder หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน

Business model หมายถึง โมเดลธุรกิจ/แบบจำลองธุรกิจ ที่สร้างขึ้นมาให้เห็นภาพของธุรกิจครบวงจร ช่วยให้การดำเนินธุรกิจมีทิศทางที่ชัดเจน มีความสดอคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

Innovation and Technology หมายถึง นวัตกรรม และเทคโนโลยีเป็นการนำเทคโนโลยีผสมผสานกับนวัตกรรม โดยเน้นที่ Application และ Platform เป็นโปรแกรมอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่เป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการปรับใช้ในช่วงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

Logistics หมายถึง ระบบการจัดส่งสินค้าหรือทรัพยากร จากแต่ละสถานที่ไปยังจุดหมายโดยมีจุดประสงค์เพื่อนำส่งของไปถึงมือผู้รับอย่างปลอดภัย เน้นการซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce หรือการใช้บริการ Delivery เป็นการจัดส่งสินค้า/บริการถึงที่ โดยที่ไม่ต้องเดินทางมาที่หน้าร้านด้วยตนเอง

Content Marketing หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งที่มี “คุณค่า” และสอดคล้องกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

Next Normal Era หมายถึง ยุควิถีชีวิตถัดไป เป็นการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการในรูปแบบใหม่ ที่เกิดจากการคิด วิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อความอยู่รอด และเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นสำคัญเพื่อนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ธุรกิจด้านการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ส่งผลกระทบในวงกว้างของการศึกษาไทย ทั้งการเรียนการสอน คุณภาพชีวิตของนักเรียน นิสิต/

นักศึกษา โรงเรียนเอกชน สถาบันกวดวิชาต่างๆ ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ปรับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานระหว่างการเรียน การสอนในห้องเรียนและการเรียนการสอนออนไลน์ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 อย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับ พัชราภรณ์ ดวงชื่น (2563) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการศึกษารับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการบริหารจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับความปกติใหม่โดยมีแนวทางในการบริหาร ได้แก่ การเตรียมความพร้อมในการเรียนการสอนออนไลน์ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี การออกแบบหลักสูตร การบริหารจัดการโรงเรียนและครูให้ประสบความสำเร็จและสอดคล้องกับมนธิชา ทองหัตถา (2564) ศึกษาเรื่อง สภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โรงเรียนปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่พบในการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ คือ ปัญหาด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สัญญาณอินเตอร์เน็ต และการจัดการเวลา ความรับผิดชอบของผู้เรียน

2. ธุรกิจด้านการโรงแรม

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหนัก ผลประกอบการของธุรกิจลดลง ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัว เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยไม่ต้องปิดกิจการชั่วคราว โดยปรับรูปแบบธุรกิจเป็น Work from Hotel พื้นที่กักกันโรคแห่งรัฐ หรือเป็นสถานพยาบาลรับการรักษาผู้ป่วยโควิด กำหนดมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างผู้เข้าพักด้วยกัน ปรับรูปแบบเป็นการให้บริการอาหารแบบสั่งกลับบ้าน บริการอาหารส่งเดลิเวอรี่ (Food Delivery) หรือสตรีทฟู้ดที่โรงแรม สอดคล้องกับ ธันยนันท์ สมบูรณ์รัตนโชค และวิสันต์ ลมไธสง (2564) ศึกษาเรื่อง วิถีแบบ NEW NORMAL กับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจให้บริการโรงแรมภายใต้วิถีชีวิตแบบ New Normal ควรดำเนินการดังนี้ 1) ส่งเสริมการทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามนโยบายขององค์กรภายใต้หลักการเว้นระยะห่างทางสังคม 2) การพัฒนาการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ให้มากขึ้น 3) ปรับปรุงรูปแบบการทำงานบางส่วนให้เป็นแบบออนไลน์ (work from home) และ 4) การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ทำกิจกรรม และสอดคล้องกับ พัฒนาภา ธาดาสิริโชค (2563) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวด้านการบริหารจัดการโรงแรมในสาวการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา โรงแรมเดอะภัทรา พระราม 9 ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมมีการปรับตัวด้านการบริหารจัดการโรงแรม เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยการปรับรูปแบบเป็น State Quarantine (SQ) ในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กำหนดมาตรการในการกักตัวผู้เดินทางเข้าประเทศ โดยนำส่งเข้าพื้นที่กักกันโรคแห่งรัฐเพื่อลดการแพร่กระจายของโรคในประเทศ

ต่อมาได้เปลี่ยนเป็น หอผู้ป่วยเฉพาะกิจ COVID-19 (Hospitel) เพื่อรองรับผู้ป่วยโควิด-19 ที่ได้รับการรักษามาจากโรงพยาบาลแล้ว ให้พักฟื้นเพื่อเฝ้าดูอาการต่อ และลดความเสี่ยงการแพร่กระจายของโรค

3. ธุรกิจด้านร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด และมาตรการควบคุมโรคระบาดของรัฐบาล โดยเฉพาะจากมาตรการล็อคดาวน์ การประกาศปิดห้างสรรพสินค้า ตลาด แหล่งชุมชน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารประสบปัญหาหลายด้าน ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับรูปแบบการขายผ่านทางออนไลน์มากขึ้น จากแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Grap, Line Man, Foodpanda, Robinhood ฯลฯ ซึ่งบางร้านที่เป็นร้านอาหารทั่วไป ไม่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี ทำให้เข้าถึงยาก ทั้งการใช้งาน หรือการคำนวณราคา อีกทั้งการเข้าสู่แพลตฟอร์มต้องการหักค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับแพลตฟอร์ม แต่ผู้ประกอบการต้องยอมขายผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีรายได้มาใช้ในการดำเนินงานต่อไป สอดคล้องกับ สุภาวดี ธงภักดิ์ และสันติธร ภูริภักดี (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาการบริการของร้ายอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็นกรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคทำให้ร้านอาหารประสบปัญหาของจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลง 2) แนวทางการปรับเปลี่ยน ผู้ประกอบการมีการคำนึงถึงแนวทางปฏิบัติในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน และสอดคล้องกับ กิตติกร เรืองขำ ยุวเรศ มาซอรี และกิตติกาญจนะคูหะ (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบมีการปรับตัวโดยพิจารณาถึงการลดต้นทุน การปรับราคาสินค้า ปรับรูปแบบการขายผ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น และกำหนดมาตรฐานการบริการ ทั้งจุดคัดกรอง พื้นที่วางเจลแอลกฮอล์ การเว้นระยะห่าง เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความมั่นใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

4. รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) คำนึงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) ที่ธุรกิจบริการกำลังเผชิญอยู่ และในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการ/สถาบันการศึกษา/สถาบันกวดวิชาควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Supplier) เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ และเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) โดยในสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการ/ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) โลจิกติกส์ (Logistics)

โมเดลธุรกิจ (Business Model) และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า (Content Marketing) เพื่อนำไปสู่วิถีชีวิตถัดไป (Next Normal) สอดคล้องกับ ปาริชาติ คุณปลื้ม (2563) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจหลังยุค COVID–19 ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการระบาดของ COVID – 19 จะทำให้คนเกิดเรียนรู้ที่จะปรับตัวเป็นแนวปฏิบัติใหม่ (New Normal) เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในปัจจุบันและในอนาคต ธุรกิจที่ไม่นำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานจะค่อยๆ หายไป จะเกิดธุรกิจใหม่พร้อมไอเดียใหม่ๆ ที่ท้าทายและตอบโจทย์ผู้บริโภค จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ได้ดียิ่งขึ้น 1) ธุรกิจร้านค้า ร้านอาหาร จะมีทั้งรับประทานที่ร้านแบบมีระยะห่างทางทางสังคม มีทั้งการสั่งอาหารออนไลน์ที่ต้อง Delivery คนจะหันมาทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารกันมากขึ้น 2) โปรแกรมประชุมออนไลน์ การเรียนออนไลน์ มีฟังก์ชันที่พัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในกลุ่มต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) สถาบันการศึกษา/สถาบันกวดวิชา ควรมีการจัดหลักสูตรการใช้โปรแกรมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้เรียนและผู้สอน สามารถใช้งานได้อย่างถูกวิธี

2) เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการโรงแรม ควรมีการวางแผนเพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับวิกฤตต่างๆ การสื่อสารในภาวะวิกฤต และควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงาน อีกทั้งควรมีการพัฒนาศักยภาพของโรงแรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับโรงแรมและการบริการ เช่น การใช้เทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจ การพัฒนาแพลตฟอร์มต่างๆ ในมีคุณภาพและเป็นเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่

3) ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีการติดตามผลการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารภายหลัง COVID–19 ตามวิถีปกติใหม่ เช่น การรักษาความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารและร้านค้า การให้บริการลูกค้าที่ลดการสัมผัส การร่วมมือกับแพลตฟอร์มการสั่งอาหารออนไลน์ การสื่อสารทางการตลาดที่เน้นมาตรฐานการให้บริการตามวิถีปกติใหม่ (New Normal) อีกทั้งควรมีการวิจัยติดตามผลพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหาร เพื่อสำรวจความเปลี่ยนแปลงขแงพฤติกรรมการซื้อหรือการบริโภค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) นำรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่ New Normalประยุกต์ใช้กับกลุ่มธุรกิจการบริการกลุ่มหนึ่งตั้งแต่ขั้นตอนแรก เพื่อจะได้ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบฯ กำหนดนโยบาย แผนการดำเนินงาน และแนวทาง การขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2) ควรทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจบริการในภาวะวิกฤต COVID-19

เอกสารอ้างอิง

กิตติกร เรืองขำ ยุวเรศ มาซอรี และกิตติกาญจนะคูหะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารศิลปะศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ,* 4 (2): 748 – 760.

ณิชา พิทยาพงศกร. (2563). *New Normal ของการศึกษาไทย.* (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 29 กรกฎาคม 2563, จาก https://techsauce.co/pr-news/what-is-the-new-normal-of-thai-education.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารช่วงโควิด-19.* (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 29 ตุลาคม 2564,จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_26Oct2021.aspx.

ธันยนันท์ สมบูรณ์รัตนโชค และวิสันต์ ลมไธสง. (2564). วิถีแบบ NEW NORMAL กับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี,* 17 (3): 191 – 203.

ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2563). การปรับตัวของธุรกิจหลังยุค COVID-19. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*, 12 (2): 99 – 110.

พัชราภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษารับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปะการจัดการ,* 4 (3): 1783 – 1795.

พัฒนาภา ธาดาสิริโชค. (2563). *กลยุทธ์การปรับตัวด้านการบริหารจัดการโรงแรมในสภาวการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา โรงแรมเดอะภัทรา พระราม 9.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มนธิชา ทองหัตถา. (2564). สภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โรงเรียนปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี,* 5 (1): 43 – 52.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *โควิดระบาดหนัก คาดมูลค่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 หายไป 5.5 – 7.0 หมื่นล้านบาทจากปีที่ผ่านมา.* (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/restaurant-covid19-z3237.aspx.

สุภาวดี ธงภักดิ์ และสันติธร ภูริภักดี. (2564). แนวทางการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาการบริการของร้ายอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด. *วารสารศิลปะศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ,* 4 (2): 761 – 772.

Aaron Hill. (2017). *What is a service business?*. Principles of Marketing: Help and Review.

Kotler & Bloom. (1984). *Marketing professional services*. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.

Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). Upper Saddle River,NJ: Prentice – Hall.

Krungthai Compass. (2020). *ทิศทางเศรษฐกิจและธุรกิจในยุค New Normal*. (Online). Retrieved July 28, 2020, from https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResources Download_447New_Normal_29_05_63.pdf.

Nuttachit. (2020). *ผลกระทบจากโควิด ด้านเศรษฐกิจ.* (Online). Retrieved July 28, 2020, from https://marketeeronline.co/archives/153064.

Paul Hodges and John Richardson. (2011). *Boom, Gloom and The New Normal*. ICIS publication.

Sereerat et al., (1998). *Management of new marketing (Latest update)*. Bangkok: Teerafilm and Saitex.