



NETWORK OF COMMUNITY MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการเครือข่าย
ด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับชาติ
ครั้งที่ 6

การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อความยั่งยืน
:ความท้าทายในวิถีใหม่

3 เมษายน 2564

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม ในยุค COVID-19

TECHNIQUES FOR EXCELLENCE IN HOTEL FRONT DESK SERVICES IN THE COVID-19 ERA

อนิรุทธิ์ เจริญสุข¹

บทคัดย่อ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เกิดผลกระทบซ้ำเติมต่อธุรกิจโรงแรม บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรมในยุค COVID-19 โดยการศึกษาจากวิจัยเอกสาร สรุปได้ว่า ความเป็นเลิศในการบริการเชื่อมโยงกับความภักดีของลูกค้า จึงต้องกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงเพิ่มเติม ให้ความสำคัญกับการบริการ และสร้างความเชื่อมั่นในการรับบริการ การบริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรมในยุค COVID-19 ต้องผนวกกัน 3 ด้าน คือ การตอบรับนโยบายของทางรัฐบาล (SHA) คุณภาพการให้บริการ Servqual Model และเทคนิคการให้บริการ โดยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาใช้ จะทำให้การบริการของแผนกส่วนหน้าโรงแรมมีความปลอดภัยจาก COVID-19 และทำให้ลูกค้าประทับใจได้

คำสำคัญ: เทคนิคการให้บริการ, แผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม, COVID-19

Abstract

Thailand's tourism situation was affected by the outbreak of the widespread corona virus 2019 (COVID-19). Causing affecting the hotel business. This article aimed to offer excellent service techniques for the COVID-19 hotel front desk. Study from the documentary research. It was found that; Service excellence is tied to customer loyalty. Need to eager to improve further service importance and build confidence in the service. Excellent service of the hotel front desk in the COVID-19 era. There must be a combination of 3 aspects of Government Policy Response (SHA), Service Quality, Servqual Model, and Service Technique. Bringing innovative technology cause the hotel front desk service is secured by COVID-19 and impress to customers

Keyword: SERVICE TECHNIQUES, HOTEL FRONT DESK DEPARTMENT, COVID-19

¹ อาจารย์ ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

1. บทนำ

กรมควบคุมโรครายงานสถานการณ์ โควิด-19 อัปเดตข้อมูลวันที่ 03/03/2021 พบผู้ป่วยรายใหม่ 35 ยอดสะสม 26,108 คน ผู้ติดเชื้อทั่วโลกจำนวน 115,283,476 คนจากข้อมูลการระบาดของโรค COVID-19 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการรักษาความมั่นคงทางสุขภาพ ภาครัฐจึงมีมาตรการขยายระยะเวลาการ ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินคราวที่ 8 มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 –15 มกราคม 2564 และเนื่องจากจำนวนผู้ป่วยโรค COVID-19 ในประเทศไทยมีจำนวนอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมการระบาดของโรค ส่งผลให้การประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2563 (ฉบับที่ 1) ต่อเนื่องมาจนถึงเดือนกันยายน 2563 (ฉบับที่ 14) อนุญาตให้กิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ภายในประเทศกลับมาดำเนินการได้เป็นปกติแต่ยังคงให้มีมาตรการป้องกันโรคในสถานประกอบการ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) สถานการณ์โควิด-19 ที่ได้กลับมาระบาดระลอกใหม่ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวสะดุดลง รวมถึงแผนการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวของทางการอย่างแผนการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องชะลอออกไปจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยในปี 2564 นี้ ยังไม่น่าจะกลับมามีขึ้น โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศลดลงอย่างมาก จำนวนทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวไทยลดลงจากความวิตกกังวล จนเกิดผลกระทบซ้ำเติมต่อธุรกิจที่พักที่หวังพึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม พบว่า แผนกส่วนหน้าของโรงแรม มีความสำคัญอย่างสูงเนื่องจากต้องพบกับแขกผู้เข้าพัก และเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเสนอเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรมในยุค COVID-19 โดยการศึกษาจากวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากเอกสารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เอกสารราชการ บทความ วารสาร งานวิจัย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการตีความเอกสาร เพื่อวิเคราะห์และสร้างข้อสรุปแนวทางการศึกษา พัฒนาการบริการของแผนกส่วนหน้าโรงแรมในยุค COVID-19 สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก และส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้

2. โควิด 19 ส่งผลต่อธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรม ปี 2563 หดตัวแรง โดยได้รับผลกระทบสำคัญจากทั้งเศรษฐกิจและการค้าโลกที่หดตัวและยังถูกซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid 19 ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยออกมาตรการปิดเมือง-ปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาด จนทำให้เกิดการหยุดชะงักอย่างฉับพลันของเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงาน รายได้และการดำเนินชีวิตของประชาชน เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อนหรือยกเลิกแผนการเดินทางทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขาดรายได้อย่างฉับพลันและส่งผลกระทบต่อภาพรวมของธุรกิจหดตัวรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งผู้ประกอบการบางรายที่ทนแบกรับภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินไม่ไหวจำเป็นต้องยุติการดำเนินธุรกิจ และประกาศขายกิจการ (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563) ประชาชาติธุรกิจ (2563) ได้สัมภาษณ์ นายภัทรชัย ทวีวงศ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและการสื่อสาร บริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย กล่าวว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด

ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจโรงแรมอย่างหนัก โดยเฉพาะในโรงแรมกลุ่มระดับลักเซอรี (โรงแรมหรู) โดยช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้มีการลงทุนก่อสร้าง และเริ่มทยอยเปิดบริการในปี 2563 โดยขณะนี้พบว่าโรงแรมระดับลักเซอรีในกรุงเทพมหานครไม่ต่ำกว่า 6-8 แห่งที่กำลังเผชิญความท้าทายอย่างมากในภาวะที่อุปสงค์ ปรับตัวลดลงอย่างรุนแรงจากผลกระทบของโควิด และนางมารีสา สุโกศล นายนภเมทนีดล (THA) กล่าวว่า ยอมรับว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีกลุ่มทุนขนาดใหญ่ประกาศแผนลงทุนโรงแรมระดับลักเซอรีอย่างต่อเนื่อง และเริ่มทยอยเปิดตัวเป็นระยะ โดยเฉพาะในปี 2563 นี้กลุ่มทุนรายใหญ่ยังเดินหน้าลงทุนต่อ มีโรงแรมหลายแห่งที่ก่อสร้างเสร็จและพร้อมจะเปิดให้บริการ แต่ยังไม่เปิดได้ เพราะประเทศยังไม่มียุทธศาสตร์เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างชัดเจน จึงจำเป็นต้องชะลอแผนการเปิดให้บริการไปก่อน

สรุปได้ว่า โควิด 19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมอย่างมาก ซึ่งธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบสำคัญจากทั้งเศรษฐกิจ การค้าโลกที่หดตัว และธุรกิจโรงแรมเริ่มมีสัญญาณอุปทานล้น (Oversupply) และยังคงถูกซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 รัฐบาลได้มีมาตรการล็อกดาวน์ ปิดการเข้า-ออก ประเทศ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ส่งผลให้โรงแรมขาดรายได้อย่างฉับพลัน บางแห่งปิดตัว และประกาศขายกิจการ

3. การจัดการโควิด 19 ในโรงแรม

Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA) เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานควบคุมโรค เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปรับปรุงสินค้าและบริการให้เป็นไปตามมาตรการควบคุมโรค เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี มีความสุข และมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

มาตรฐานเบื้องต้นของทุกสถานประกอบการ

1. สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร ทำความสะอาดอาคารบริเวณโดยรอบ และบริเวณที่อาจมีการปนเปื้อนหรือบริเวณที่มีการสัมผัสบ่อยๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น พื้น ผนัง ประตู กลอนหรือลูกบิดประตู ราวจับหรือราวบันได จุดประชาสัมพันธ์ จุดชำระเงิน สวิตช์ไฟ ปุ่มกดลิฟต์ รีโมท ทำความสะอาดห้องส้วมและสุขภัณฑ์ทั้งหมดให้สะอาด เช่น โถส้วมฝารองนั่ง ที่กดชักโครก หรือโถปัสสาวะ สายฉีดน้ำชำระ กลอนหรือลูกบิดประตู ก๊อกน้ำและอ่างล้างมือ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดสม่ำเสมอ มีส่วนร่วมใช้งานตลอดเวลา เพียงพอและปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย รวมถึงผู้พิการหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ มีระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศภายในอาคารที่เหมาะสม โดยทำความสะอาด ระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศอย่างสม่ำเสมอ

2. การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค เตรียมเจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 70% ขึ้นไป ไว้ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง เช่น จุดประชาสัมพันธ์ประตูทางเข้า-ออก หรือหน้าลิฟต์ เป็นต้น บริเวณอ่างล้างมือและห้องส้วมต้องสะอาด และจัดให้มีสบู่ล้างมืออย่างเพียงพอ จัดเตรียมอุปกรณ์น้ำยาทำความสะอาดอาคาร อุปกรณ์ สิ่งของเครื่องใช้ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างห้องน้ำ และเหล็กคีบด้ามยาวสำหรับเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

จากหัวข้อเรื่องบริการที่เป็นเลิศ ผู้เขียนได้ศึกษาบทวนจากโรงแรม 5 ดาว และแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกมีมาตรฐานการบริการในช่วง Covid-19 โดยมีรายละเอียดดังนี้ Hilton, 2020 มีมาตรฐานการบริการ Hilton Clean Stay รายละเอียดจะปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ Hilton.com/clean stay เพื่อให้แขกทุกท่านได้รับทราบถึงข้อมูลของมาตรฐานการบริการดังกล่าวในส่วนต่างๆ ตลอดการเข้าพัก แอปพลิเคชัน Hilton Honors เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับแขกที่มีความประสงค์ในการเลี่ยงการสัมผัสในขั้นตอนการเช็คอิน โดยให้บริการเช็คอินแบบดิจิทัล บริการเลือกห้องพัก ดิจิทัลคีย์ เพื่อใช้แทนคีย์การ์ดในการเข้า-ออกห้องพัก และเช็คเอาท์ได้บนโทรศัพท์มือถือ ทางเลือกในการเช็คอินเลี่ยงการสัมผัสนี้ ในกรณีที่แขกทำการสำรองห้องพักของโรงแรมผ่านทางแอปพลิเคชัน Hilton Honors หรือบนเว็บไซต์ Hilton.com หากมีความประสงค์เช็คอินด้วยการให้บริการจากพนักงาน จะมีมาตรการการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล เพื่อการเช็คอินและเช็คเอาท์อย่างปลอดภัย Accor, 2020 ได้กำหนดมาตรฐานด้านสุขอนามัยและมาตรการป้องกันรูปแบบใหม่ โดยโรงแรมทุกแห่งจะต้องได้รับการตรวจสอบเพื่อได้รับสัญลักษณ์ ALLSAFE ซึ่งเป็นตรารับรองความปลอดภัยในการให้บริการ มีบริการเจลล้างมือหรือสเปรย์ฆ่าเชื้อ ผ้าเช็ดมือ และหน้ากากอนามัยให้กับแขกทุกท่าน เพิ่มความความถี่และความเคร่งครัดในการทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะและบริเวณที่มีผู้ใช้บริการร่วมกันจำนวนมาก ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อบ่อยครั้งในพื้นที่ห้องที่มีผู้ใช้ร่วมกันจำนวนมากและห้องน้ำ เพิ่มมาตรการรักษาระยะห่างในพื้นที่สาธารณะ มีบริการเจลล้างมือวางไว้ตามจุดต่างๆ (บริเวณแผนกต้อนรับ ลิฟต์ ห้องอาหาร และอื่นๆ) เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยและการประกอบอาหารและระเบียบปฏิบัติใหม่ในการให้บริการอาหารแบบบุฟเฟต์ บริการเช็คอิน เช็คเอาท์และชำระเงินแบบไร้การสัมผัส พนักงานทุกคนต้องได้รับการอบรมด้านการให้บริการอย่างปลอดภัยและถูกสุขอนามัย IHG Hotel and Resort, 2020 มาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัยขั้นต่ำช่วงโควิด-19 สำหรับโรงแรม ดังนี้ การปฏิบัติตามหน่วยงานสาธารณสุขในท้องถิ่นและในประเทศ การจัดให้มองเห็นข้อความด้านการตระหนักที่สำคัญ การรักษาระยะห่างทางสังคม การฝึกอบรมและนโยบาย ระเบียบการด้านการทำความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก ร้านอาหารและจุดบริการอาหาร การผลิตและการจัดอาหาร Mandarin Oriental, 2020 โครงการ We Care มาตรการอาจแตกต่างกันไปตามจุดหมายปลายทางและแนวทางของรัฐบาลท้องถิ่น มั่นใจได้ถึงความปลอดภัยและความสะอาดตลอดเวลา โดยมีมาตรการดังนี้ แบบฟอร์มประกาศสุขภาพที่จำเป็นเมื่อเดินทางมาถึงตามความเหมาะสมของแต่ละจุดหมายปลายทาง ดำเนินการตรวจสอบอุณหภูมิสำหรับแขกและเพื่อนร่วมงานทุกคน กล้องวงจรปิดแบบเทอร์โมกราฟฟิคในโรงแรม มีอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล "We Care" (PPE) ตราแมนดารินโอเรียนเต็ล ให้แขกทุกท่านใช้ระหว่างการเข้าพักซึ่งรวมถึงมาสก์หน้า น้ำยาฆ่าเชื้อและถุงมือแบบใช้แล้วทิ้ง พนักงานทุกคนทุกคนสวมใส่ อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลที่เหมาะสมทั่วทั้งโรงแรมมีการกำหนดมาตรการฝึกอบรมด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นสำหรับพนักงานทุกคนรวมถึงขั้นตอนที่ถูกต้องในการสวมใส่อุปกรณ์ PPE การตระหนักถึงระยะห่างทางสังคม Centara Hotel and resort, 2020 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งได้จัดตั้งทีมดูแลด้านสุขอนามัยขึ้นมาใหม่ เพื่อทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยและกำกับการดำเนินงานในโรงแรมทุกแห่งในเครือให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติ 12 ข้อ สอดรับกับแนวทางปฏิบัติด้านสุขภาพขององค์การอนามัยโลก (WHO) สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTTC) และหน่วยงานด้านสาธารณสุขในทั้ง 6 ประเทศที่เซ็นทาราดำเนินธุรกิจอยู่ เช่น การเว้นระยะห่าง หลักปฏิบัติด้านสุขอนามัย การยกระดับด้านการทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ การให้บริการการเข้าพัก การฝึกอบรมพนักงาน และการดูแลคุณภาพและตรวจสอบ

จะเห็นได้ว่าเทคนิคการให้บริการของโรงแรมในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) มีการปรับตัวอย่างมาก โดยผู้เขียนได้ค้นพบจากการทบทวนในสิ่งนี้ว่า การให้บริการที่เป็นเลิศในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมบทบาท ไม่ว่าจะเป็น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ที่มีมาตรฐาน บางโรงแรมอาจจะมีอยู่แล้ว แต่เพิ่มการลงทะเบียนเข้าพักลดการสัมผัสและการติดต่อจากผู้คน แต่ยิ่งไปกว่านั้นยังค้นพบว่า นวัตกรรมบริการในยุคปัจจุบัน เป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทโดยบางครั้งมีอาจแยกแยะกันได้ โรงแรม 5 ดาวและโรงแรมที่มีชื่อเสียงปรับตัวได้ง่ายเนื่องจากมีทุนสนับสนุน แต่โรงแรมที่บริหารงานด้วยตนเอง อาจประยุกต์ใช้บางประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ เช่น แอปพลิเคชันไลน์ ติดต่อกับลูกค้า เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

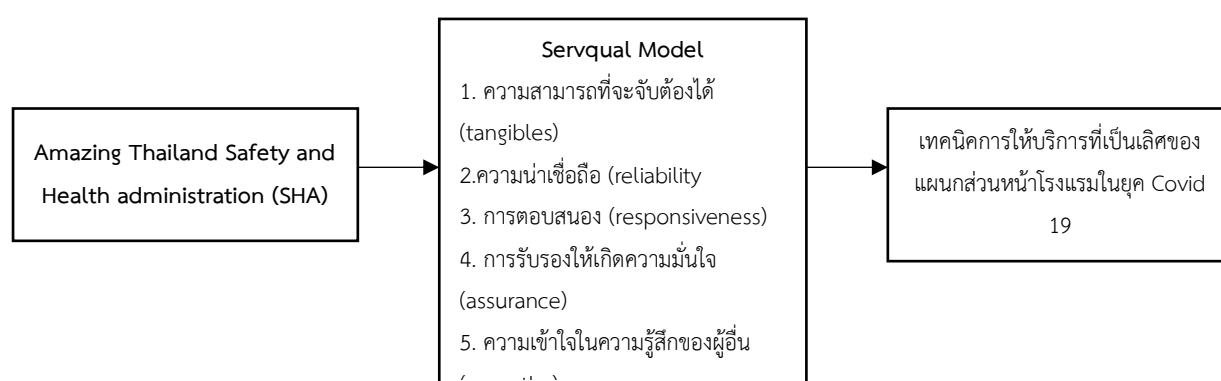
4. ความสำคัญของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม

Gary K. Vallen, Jerome J. Vallen. (2009). กล่าวว่า แผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมเป็นแผนกที่มองเห็นได้ง่าย ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางของโรงแรม ติดต่อกับผู้มาเข้าพักมากที่สุด มีบทบาทสำคัญในการให้บริการที่แยกคาดหวังระหว่างการเข้าพักของโรงแรม ทำหน้าที่รับลงทะเบียนเข้าพัก กำหนดห้องพักและจุดคืนห้องพัก รวมไปถึงเก็บเงินจากผู้เข้าพักและการประสานงานบริการและสร้างความพึงพอใจ Michael L. Kasavana, Richard M. Brooks (2001) กล่าวว่า ความสำคัญของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม 1. เป็นจุดแรก (first contact point) ที่บุคคลภายนอกและแขกพักของโรงแรมจะได้พบและมีปฏิสัมพันธ์ก่อนแผนกอื่นๆ ทั้งหมด 2. เป็นศูนย์รวมข่าวสารข้อมูล (Information center) สำหรับแขกพักในโรงแรมรวมทั้งบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อสอบถามข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม 3. เป็นศูนย์กลางของงานโรงแรม (nerve center) 4. เป็นจุดสุดท้าย (last contact point) ที่แขกพักของโรงแรมจะได้พบก่อนที่จะออกจากโรงแรมไป 5. เป็นจุดช่วยขายหลักของโรงแรม (Important sales point) ลักษณะงานและสถานที่ตั้งของแผนกบริการส่วนหน้ายังเอื้ออำนวยให้พนักงานช่วยขายบริการอื่นๆ ที่มีในโรงแรม เช่น ภัตตาคาร ความบันเทิง บริการด้านกีฬา เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่าแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมเป็นหน้าด่านสำคัญในการต้อนรับลูกค้า จึงสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของแผนกนี้มากที่สุด ที่จำเป็นต้องมีเทคนิคการให้บริการที่เลิศในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ปกติและในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การให้ข้อมูลแขกที่มาติดต่อและทำให้แขกรู้สึกประทับใจ “first impression are often the most lasting ones” ความรู้สึกประทับใจครั้งแรกมักจะเป็นความรู้สึกที่ติดตรึงใจไปนานแสนนานต่อการบริการของโรงแรมจะทำให้แขกเหล่านั้นกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีก

5. เทคนิคการให้บริการที่เลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม ในยุค COVID-19

ความเป็นเลิศในการบริการเชื่อมโยงกับความภักดีของลูกค้า จึงกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงเพิ่มเติมให้มีความสำคัญกับการบริการลูกค้า และทุกแผนกให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศด้านการบริการสำหรับลูกค้าภายในและภายนอก Eiglier P and Langeard E (1987) กล่าวว่า คุณภาพการบริการหมายถึงศักยภาพในการที่จะตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ถ้าความคาดหวังของลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนอง ลูกค้าจะประเมินการบริการนั้นว่ามีคุณภาพต่ำ และเมื่อความคาดหวังของลูกค้าได้รับการตอบสนองเท่ากับที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะประเมินคุณภาพการบริการนั้นว่ามีคุณภาพสูง

มาตรการคุณภาพการบริการได้รับความสนใจจากทั่วโลก การประยุกต์ใช้โมเดลคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและได้เสนอโมเดลสำหรับคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL โดยมี 5 มิติที่มีความอิสระจากกัน ได้แก่ ความสามารถที่จะจับต้องได้ (tangibles) ความน่าเชื่อถือ (reliability) การตอบสนอง (responsiveness) การรับรองให้เกิดความมั่นใจ (assurance) และความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น (empathy) (Zeithaml, 1988) แต่งานวิจัยคุณภาพการบริการล่าสุดได้แสดงการวิพากษ์วิจารณ์เนื่องจากการให้ความสำคัญกับการประเมินเฉพาะธุรกิจ (Voss et al., 2008) ประสบการณ์ของลูกค้ารวมเอาคำจำกัดความคุณภาพการบริการเข้ากับวัตถุประสงค์เพื่อปรับแต่งการวัดคุณภาพการบริการแบบคงที่ (Berry et al., 2002) ประสบการณ์ของลูกค้าคือการสังเกตการเดินทางที่เกิดขึ้นก่อนการเผชิญหน้ากับการบริการผ่านการส่งมอบบริการและดำเนินต่อไปแม้หลังจากส่งมอบบริการแล้ว (Berry et al., 2002) ก่อนที่จะส่งมอบบริการหรือซื้อบริการลูกค้าจะได้สัมผัสกับการสื่อสารทางตรงหรือทางอ้อม (Brakus et al., 2009) และได้รับการบอกเล่าปากต่อปากจากลูกค้ารายอื่น (Kwortnik & Ross 2007) หรือการติดต่อผ่านสื่อของเว็บไซต์ (Sautter et al., 2004) การติดต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพยังนำเสนอประสบการณ์ให้กับลูกค้า (Pullman & Gross 2004) หลังจากส่งมอบบริการลูกค้าจะบริโภคผลิตภัณฑ์ / บริการที่ก่อให้เกิดประสบการณ์การบริโภค



ภาพที่ 1 การจัดการเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกส่วนหน้าโรงแรม

ในส่วนนี้ถือเป็นสิ่งที่ท้าทายในการค้นหาคำตอบว่าการบริการที่เป็นเลิศจะเป็นอย่างไร ดังนั้นผู้เขียนจึงใช้ทั้งแนวทางการปฏิบัติพื้นฐานในการจัดการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA) เป็นการรับรองว่าหากนำแนวทางไปปรับใช้จะผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA แต่อย่างนั้นยังไม่พอเพื่อค้นหาการบริการที่เป็นเลิศ ผู้เขียนใช้เทคนิคคุณภาพการบริการของนักวิชาการระดับโลก Parasuraman และคณะ เทคนิค Servqual Model ผสมกับโรงแรมชั้นนำที่มีมาตรการในการจัดการ จึงใช้ทั้ง 3 ส่วนนี้มาสังเคราะห์อีกครั้งเพื่อเสนอเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าโรงแรม โดยอธิบายภาพที่ 1.1 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 เทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกส่วนหน้าโรงแรม

Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA)	Servqual Model	เทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกส่วนหน้าโรงแรม
<p>หมวดที่ 1 จุดคัดกรอง จัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทาง ต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทางและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง (ถ้ามีอุณหภูมิสูงเกิน 37.5 องศาเซลเซียส ห้ามปฏิบัติงานหรือให้บริการ และแนะนำให้พบแพทย์)</p>	<p>ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชัดเจน ได้แก่ สถานที่ บุคลากร เครื่องมือและเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ เช่น สถานที่ตั้ง อยู่ในทำเลที่ดีสามารถเข้าถึงได้ง่าย</p>	<p>ใช้ความสามารถที่จะจับต้องได้ (tangibles) นั่นคือทางเข้าออกต้องมีหัวหน้างาน และพนักงานรักษาความปลอดภัยควบคุมใส่ชุดมีที่วัดอุณหภูมิแบบอัตโนมัติ ใช้นวัตกรรมพร้อมจอขนาด 8 นิ้ว และเสียงเตือนเมื่อร่างกายอุณหภูมิสูง ประมวลผลด้วยระบบ AI แจ้งเตือนให้สวมหน้ากากอนามัย หรือและบอกอุณหภูมิเสียงเป็นภาษาอังกฤษ และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ฟู๊ดเกรดแบบอัตโนมัติ หรือตู้พ่นฆ่าเชื้อไวรัสใช้น้ำแร่ผสมกับแอลกอฮอล์ และมีพรมพลาสติกเพื่อให้แขกได้เหยียบทำความสะอาดพื้นรองเท้า ทุก 15 นาทีต้องมีแม่บ้านมาเปลี่ยนพรม</p>
<p>หมวดที่ 2 ลงทะเบียนเข้าพัก ลงทะเบียนประวัติพนักงานและผู้รับบริการ รวมทั้งประวัติการเดินทาง อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ เท่านั้น จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ</p>	<p>การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของผู้ให้บริการ ในการส่งมอบการบริการได้ทันที่ที่มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ อีกทั้งหมายรวมถึงการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกสบาย</p>	<p>ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการลงทะเบียนเข้าพักผ่านทางแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์โรงแรม ให้บริการลงทะเบียนได้ที่ห้องพักส่วนตัว หรือห้องรับรองพิเศษ ต้อนรับด้วย Welcome Drink ที่มีฟลาปิดมิติดอย่างดี จัดเตรียมชุดอุปกรณ์ความปลอดภัยให้กับแขก โดยมีหน้ากากอนามัยปกโลโก้ของโรงแรม เจลแอลกอฮอล์แบบพกพา Face Shield และทิชชูเปียกที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์ เสริมการบริการแบบไทย เช่น เจลแอลกอฮอล์กลิ่นตะไคร้ มะนาว หรือสมุนไพรไทยต่างๆ สลัปอ่างล้างมือ ช่างแว่นช่าง และมีเครื่องฉีดสเปรย์แอลกอฮอล์อัตโนมัติในห้องน้ำ</p>

Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA)	Servqual Model	เทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกส่วนหน้าโรงแรม
<p>หมวดที่ 3 การจัดการสถานที่ จัดพื้นที่ รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตรจัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับให้เหมาะสม และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ทำความสะอาดสถานที่อย่างสม่ำเสมอ และผิวสัมผัสร่วมอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์ จัดให้มีถังขยะที่มีฝาปิดมิดชิด คัดแยกขยะ เก็บรวบรวมไว้ยังที่ พักขยะอย่างถูกสุขลักษณะ รอหน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง จำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก จัดให้มีการระบายอากาศที่มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคาร หรือมีการฟอกอากาศที่มีประสิทธิภาพสามารถกรองฝุ่น PM 2.5 เพื่อไม่ให้ เป็นแหล่งสะสมเชื้อแบคทีเรียและไวรัสได้ ควรมีเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้น หรือจุดสี เพื่อแสดง จำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดย</p>	<p>การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ โดยพนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะ และความรู้ ความเชี่ยวชาญในตัวสินค้าและบริการ เป็นอย่างดี ให้ข้อมูลและนำเสนอสินค้าและบริการ ด้วยความมั่นใจ จริงใจและให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ด้วยความสุภาพอ่อนน้อม น้ำเสียงไพเราะ นุ่มนวล การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคนและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ผู้รับบริการแต่ละคนต้องการอย่างมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบการบริการให้ตรงตามที่สัญญาไว้กับผู้รับ บริการ มีการให้บริการตรงตามมาตรฐาน อย่างมืออาชีพ มีความถูกต้อง ชัดเจน สม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ เลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มเติมสู่กลุ่มลูกค้าใหม่จากการ</p>	<p>ใช้ระบบจัดการคิวผ่าน Application ช่วยที่ตอบโจทย์ความต้องการได้เป็นอย่างดี ใช้สมาร์ตโฟนในการจองคิว แม้ไม่ได้อยู่ในพื้นที่รอคิวแต่ก็สามารถจองและบริหารเวลาในระหว่างรอได้ ลงทะเบียนเข้าพัก และใช้ QR Code แทนการใช้ Key Card จัดห้องรับรองพิเศษสำหรับการลงทะเบียนเข้าพัก ที่จอดรถส่วนตัว ใช้วิดีโอแนะนำโรงแรมและมาตรการป้องกัน Covid-19 ขั้นตอนการเช็คอินจะเพิ่มแบบสอบถามด้านสุขภาพ รวมถึงการเพิ่มทางเลือกด้านการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ใช้หนังสือพิมพ์แบบดิจิทัล ประสานงานกับแผนกแม่บ้าน ถึงการทำทำความสะอาดทุกๆ 15 นาที และสวมชุด PPE ในระหว่างการปฏิบัติ เสริมเจ้าหน้าที่โรงแรมทำการฆ่าเชื้อทุกจุดจัดโครงการ Big Cleaning Day ทุกวัน จัดระบบการระบายอากาศที่ได้มาตรฐาน และมีเครื่องฟอกอากาศ</p>

<p>คำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ในโรงแรม เพื่อช่วยลดการสัมผัส เช่น การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจาย เชื้อไวรัส Covid-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงคำเตือน แนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ</p>	<p>แนะนำ บอกต่อของผู้ที่เคยใช้บริการจริง</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	--

จากตารางที่ 1 พบว่า มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA) ประเภทโรงแรม ที่พัก สถานที่จัดประชุม พื้นที่ส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับงานส่วนหน้าโรงแรม มีทั้งหมด 14 ข้อ โดยผู้เขียนได้จัดหมวดหมู่ได้ 3 หมวดหมู่หลัก ได้แก่ หมวดที่ 1 จุดคัดกรอง หมวดที่ 2 ลงทะเบียนเข้าพัก และหมวดที่ 3 การจัดการสถานที่ เนื่องจากมีเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน จากนั้นเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการจึงใช้เทคนิค Servqual Model 5 ด้านได้แก่ ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) และความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) และได้นำเสนอเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกส่วนหน้าโรงแรม ได้ดังนี้ หมวดที่ 1 จุดคัดกรอง ใช้ความสามารถที่จะจับต้องได้ (tangibles) โดยวัดอุณหภูมิแบบอัตโนมัติ ใช้นวัตกรรม พร้อมจอขนาด 8 นิ้ว เจลล้างมือแอลกอฮอล์ฟูดเกรด ตู้พ่นฆ่าเชื้อไวรัสใช้น้ำแร่ผสมกับแอลกอฮอล์ หมวดที่ 2 ลงทะเบียนเข้าพัก การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการลงทะเบียนเข้าพักผ่านทางแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์โรงแรมต้อนรับด้วย Welcome Drink ที่มีฝาปิดมิดชิดอย่าง เสิร์มการบริการแบบไทย และหมวดที่ 3 การจัดการสถานที่ การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) และความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) โดยใช้ระบบจัดการคิวผ่าน Application จัดห้องรับรองพิเศษสำหรับการลงทะเบียนเข้าพัก วิดีโอแนะนำโรงแรมและมาตรการป้องกัน Covid-19 และประสานงานกับแผนกแม่บ้านทำความสะอาดทุกๆ 15 นาที

6. บทสรุป

บทความวิชาการนี้ได้เสนอวิธีการจัดการป้องกันโควิด 19 ของแผนกส่วนหน้าโรงแรม ซึ่งแผนกส่วนหน้ามีความสำคัญอย่างสูง เป็นด่านหน้าต้อนรับลูกค้า สร้างความประทับใจเมื่อลูกค้าพบ และยังเป็นจุดศูนย์กลางของการบริการในโรงแรม ผู้เขียนได้เสนอแนวทางการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยการศึกษาสังเคราะห์จากวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ทบทวนจากโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการระดับสูง เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยได้นำเทคนิคการให้บริการไปปรับใช้ พัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการส่งมอบความมั่นใจในการใช้ บริการของผู้เข้าพักได้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการให้บริการที่เป็นเลิศของแผนกบริการส่วนหน้าในช่วง Covid 19 ต้องผนวกกัน 3 ด้าน คือ การตอบรับนโยบายการของทางรัฐบาล (SHA)

คุณภาพการให้บริการ Servqual Model และเทคนิคการให้บริการ โดยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาใช้ จะทำให้การบริการของแผนกส่วนหน้าโรงแรมมีความปลอดภัยในการทำงานในยุค COVID-19 และมีเทคนิคการให้บริการที่เป็นเลิศ ทำให้ลูกค้าประทับใจได้

7. ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการโรงแรมระดับต่ำกว่า 3 ดาวสามารถใช้เป็นแนวทางการในพัฒนาคุณภาพให้บริการของแผนกส่วนหน้าของโรงแรมได้ ขึ้นอยู่กับบริบทความพร้อมของสถานประกอบการ เมื่อทำการปรับปรุงแล้ว สามารถยื่นขอใบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานด้าน Safety and Health Administration หรือ SHA จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ทันที เพื่อเป็นเครื่องหมายการันตีความปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นให้กับแขกผู้เข้าพัก

8. รายการอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2564). รายงานสถานการณ์ โควิด-19 อัปเดตข้อมูลล่าสุด. สืบค้นจาก <https://covid19.ddc.moph.go.th/>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, (2563). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563. สืบค้นจาก www.mots.go.th/download/article/article
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). โควิดทุบโรงแรมใหม่ทั่วกรุง. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/property/news-544176>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). มาตรการช่วยเหลือธุรกิจโรงแรมเปิดทางเลือกในการต่อลมหายใจธุรกิจ กระแสทรศน์ฉบับที่ 3188 สืบค้นจาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis>
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2563). ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นจาก <https://www.gsbresearch.or.th>
- Brakus, J.J., Schmitt, B.H. & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of marketing*, 73(3), 52-68.
- Berry, L.L., Carbone, L.P. & Haeckel, S.H. (2002). Managing the total customer experience, MIT Sloan. *Management Review*, 43(3), 85-89
- Centara Hotel and Resort. (2020). **Centara Complete Care**. Retrieved from www.centarahotelsresorts.com
- Deevana. (2020). **A new way of hotel service**. Retrieved from deevanaplazaphuket.com
- Eiglier, P. & Langeard, E. (1987). "Servuction, le Marketing des Services," McGraw-Hill, Paris. *Journal of Service Science and Management*, Vol.6 No.1, March 25, 2013.
- Gary K. Vallen, Jerome J. Vallen. (2009). **Check-in Check-out Management Hotel Operations**. Pearson Prentice Hall.
- Hilton. (2020). **A Cleaner Stay from Check-In to Check-Out**. Retrieved from <https://www.hilton.com/en/corporate/cleanstay/>
- WHO. (2019). **WHO Coronavirus Disease COVID-19** Retrieved from <https://covid19.who.int/>
- IHG Hotel and Resort. (2020). **IHG Way of Clean and Clean Promise**. Retrieved from <https://www.ihg.com/content/th/th/customer-care/mrmrsmith-health-safety>
- Kwortnik, R. J. & Ross, W.T. (2007). The role of positive emotions in experiential

- decisions, **International Journal of Research in Marketing**, 24,324–335.
- Mandarin Oriental. (2020). We Care' Health and Safety Programme. Retrieved from <https://www.mandarinoriental.com/special-notice>
- Michael L. Kasavana, Richard M. Brooks. (2001). **Managing Front Office Operations**. Sixth Edition. Educational Institute of The American Hotel & Lodging Association.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing** 49, Fall: 41-50.
- Pullman, M.E. & Gross, M.A. (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviours, **Decision Sciences**, 35, 551– 578.
- Sautter, P., Hyman, M.R. & Lukosius, V. (2004). E-tail atmospherics: a critique of the literature and model extension, **Journal of Electronic Commerce Research**, 5, 14–24.
- Restdetailhotel. (2020). **Hotel standards / accommodation, clean, safe, prevent COVID- 19 disease**. Retrieved from www.restdetailhotel.com
- Tourism Authority of Thailand. (2020). **Amazing Thailand Safety and Health administration (SHA)**. Retrieved from <https://thailandsha.tourismthailand.org>
- Voss, C., Roth, A.V. & Chase, R.B. (2008). Experience, service operations strategy, and services as destinations: foundations and exploratory investigation, **Production and Operations Management**, 17, 247–266.
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence, **The Journal of Marketing**,52(3), 2-22.