

โควิดกับภาคบริการของเศรษฐกิจไทย Covid and Service Sector of Thai Economy

ไชยา ประดิษฐ์ธรรม¹
Chaiya Praditham

บทคัดย่อ (Abstract)

โควิดที่เราากำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนเป็นวงกว้าง ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพต่างๆ ซึ่งเป็นผลกระทบโดยรวมทั่วโลก โดยเฉพาะโครงสร้างเศรษฐกิจไทย ภาคบริการเป็นภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ อันเนื่องมาจากการจำกัดการเดินทาง การล็อกดาวน์พื้นที่กลุ่มเสี่ยงต่างๆ ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องหยุดชะงักหรือปิดตัวลง บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางดำเนินธุรกิจต่างๆ ให้มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ จากแบบดั้งเดิมสู่ธุรกิจยุคใหม่ จากออฟไลน์สู่ออนไลน์ โดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ สู่ประชาชนผู้รับบริการให้มากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องกลยุทธ์การตลาดบริการ(4P) ต้องเพิ่มกลยุทธ์เข้าไปอีก 3P ดังนี้ ได้แก่ 1.People (บุคคลที่ให้บริการ) 2.Process (กระบวนการบริการ) และ 3.Physical evidence (หลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ) ทั้งนี้เพื่อให้เป็นบริการที่สร้างสรรค์ในระดับมาตรฐานสากลต่อไป.

คำสำคัญ(Keywords): โควิด; ภาคบริการ; กลยุทธ์

Abstract

The coronavirus we are facing today has affected a wide range of people both in terms of daily life various occupations which has a global impact especially the Thai economic structure. The service sector is the most affected economy. especially the tourism and service industries. Due to travel restrictions Lockdown of various risk areas causing the related business to halt or shut down. This article is intended to be a business guideline. to have an adjustment in business operations from traditional to modern business. From offline to online by increasing distribution channels with various online platforms to the people who receive more services. Especially in service marketing strategy (4P), need to add more strategies to 3P. The following are:

Received: 2023-07-13 Revised: 2023-08-16 Accepted: 2023-08-19

¹ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ North Bangkok University. Corresponding Author e-mail: Supannika_sripoon@hotmail.com

1.People (person providing services), 2.Process (administrative process) and 3.Physical evidence (physical evidence of service provision). This is to continue to serve as a creative service at an international standard.

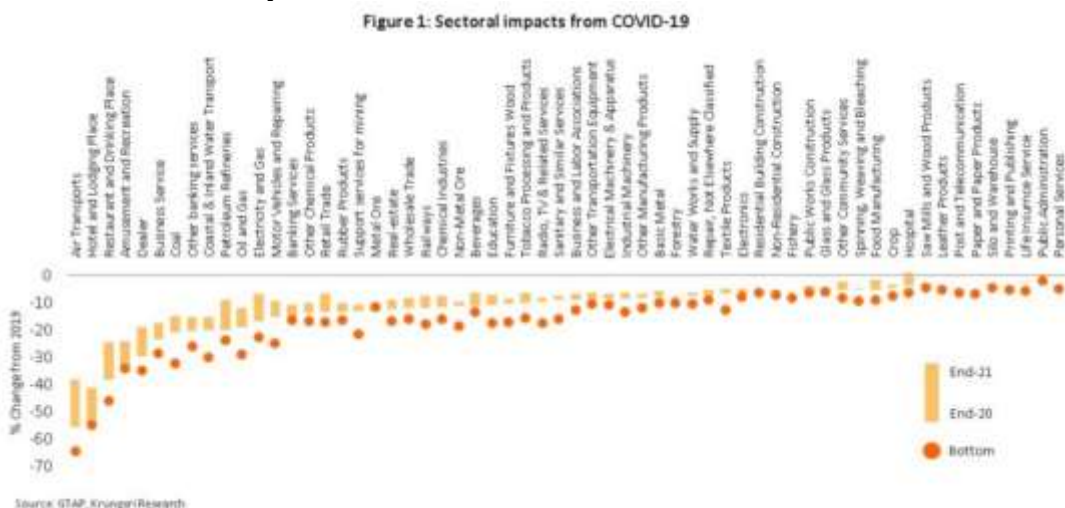
Keywords: Covid; service sector; strategy

บทนำ (Introduction)

โควิดที่ประเทศเรากำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ มาตรการของรัฐที่ใช้อยู่ เช่น การลดการเดินทาง การเข้าออกพื้นที่ การปิดสนามบิน การใช้มาตรการเว้นระยะห่าง การปิดสถานที่ ปิดสถาน การค้า และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ฯลฯ มีผลกระทบไปถึงเศรษฐกิจการค้า การทำงาน การผลิต และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โรงแรม ร้านอาหาร รวมไปถึงการผลิตใน ภาคอุตสาหกรรม ขณะเดียวกันทุกคนมีความกังวล และต้องดูแลปกป้องตัวเองมีการกักตัวอยู่บ้าน หลายคนไม่สามารถมาทำงานหาเลี้ยงชีพแบบปกติได้ ธุรกิจจำนวนมากต้องหยุดกิจการ หรือ ทำได้ไม่เต็มที่ จนทำให้ขาดรายได้มาใช้จ่ายในครอบครัว ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีมาตรการเยียวยา ผู้ ขาดรายได้ในรูปแบบ คนไทยไม่ทิ้งกัน คนละครึ่ง แต่ก็ยังเกิดปัญหาตามมา การค้าและการลงทุน เกิดผลกระทบค่อนข้างรุนแรง เศรษฐกิจโลกก็เข้าสู่วิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งมีที่มาจากโควิด 19 ผลกระทบจากการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงเกิดปัญหาตามมาอย่างมาก โดยเฉพาะคน ยากจนที่ต้องทำงานหาเลี้ยงชีพเป็นวันๆ ซึ่งคนเหล่านี้จะต้องตกงาน สูญเสียรายได้ คนยากจน เหล่านี้ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการทางด้านสาธารณสุขได้เท่ากับคนที่มั่งคั่ง การร่วมแรงร่วมใจฟัน ฝ่าอุปสรรคจึงเป็นเรื่องสำคัญ ต้องช่วยเหลือแบ่งปัน เพื่อให้ผ่านวิกฤตินี้ไปได้ ผลกระทบในระยะ ยาวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจลดลง ทำให้สูญเสียการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องกับ การจ้างงาน ที่ประเทศจะสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในระยะยาว เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากมาลงทุนกับการป้องกันและรักษาโรคโควิด-19 จึงต้องมีการนำเงินกู้จำนวนมหาศาลมาใช้ จนกระทบระบบงบประมาณของประเทศ ช้ำร้าย การ แพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ส่งผลกระทบซ้ำเติมต่อเศรษฐกิจไทย ชะลอการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจ และยังเพิ่มความเสี่ยงที่การระบาดอาจยืดเยื้อออกไปในระยะยาว วิจัยกรุงศรีทำการศึกษา ผลกระทบและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และครัวเรือนพบว่า อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว ร้านอาหารและการขนส่งผู้โดยสารจะเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบรุนแรง ขณะที่รายได้ของกลุ่มแรงงานที่มีทักษะต่ำจะลดลงมากกว่ารายได้ของกลุ่มแรงงานที่มีทักษะสูง นอกจากนี้ กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเมืองจะเป็นสองกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ สูงสุดและฟื้นตัวได้ช้า จากสิ่งที่เกิดขึ้นจะพบว่า การฟื้นตัวในระยะข้างหน้าจะมีความแตกต่างกันใน แต่ละกลุ่มธุรกิจและครัวเรือน ที่สำคัญ หากการระบาดของโควิด-19 กินระยะเวลายาวนานขึ้น ความแตกต่างของการฟื้นตัวนี้จะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งในท้ายที่สุดจะไปซ้ำเติมความ เปราะบางของโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่เป็นต้นทุนอยู่เดิม วิจัยกรุงศรีมองว่า การสนับสนุนให้มีการ เคลื่อนย้ายทรัพยากรการผลิตไม่ว่าจะเป็นกำลังแรงงาน เงินทุน และวัตถุดิบระหว่างอุตสาหกรรม

และระหว่างพื้นที่ จะสามารถบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นและยกระดับศักยภาพการเติบโตในระยะยาวได้

ผลกระทบดังกล่าวถูกส่งผ่านมายังภาคอุตสาหกรรมแตกต่างกัน แรงงานและครัวเรือนไทยจึงได้รับผลกระทบแตกต่างกันไปในระยะสั้น แต่คำถามที่น่าสนใจคือ โครงสร้างระบบเศรษฐกิจไทยจะเปลี่ยนไปอย่างไร หากการแพร่ระบาดของโควิด-19 คงอยู่ตลอดไป คุณภาพของระบบเศรษฐกิจจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด อุตสาหกรรมใดจะสามารถปรับตัวประกอบธุรกิจต่อได้และประเทศไทยควรทำอย่างไรเพื่อให้ครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ยังเปราะบางสามารถอยู่รอดต่อไปในอนาคต ภาคบริการได้รับผลกระทบแรงไม่น้อย การควบคุมการแพร่ระบาดมีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการจัดการกับวิกฤตครั้งนี้ จำเป็นต้องจำกัดการเดินทางข้ามประเทศ ล็อกดาวน์พื้นที่ทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้เครื่องยนต์หลักของเศรษฐกิจไทยอย่างการท่องเที่ยวต่างประเทศทำงานไม่เต็มที่ การบริโภคภายในประเทศต้องหยุดชะงักลง แม้ว่าการออกมาตรการควบคุมจะเป็นผลดีทางด้านสาธารณสุข แต่ผลข้างเคียงที่ตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจ ผลกระทบของโควิด-19 ต่อภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลรวมของทั้งการระบาดระลอกแรกและระลอกใหม่ พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจะได้รับผลกระทบมากที่สุด นำโดยอุตสาหกรรมการบิน อุตสาหกรรมโรงแรม อุตสาหกรรมร้านอาหาร โดยรวมอุตสาหกรรมมีแนวโน้มการฟื้นตัวจากระดับต่ำสุดในปีก่อน อย่างไรก็ตามก็ตีผลผลิตในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังคงต่ำกว่าระดับก่อนการระบาดดังรูปที่ 1 ในปี 2021



ที่มา: สำนักงานวิจัย ธนาคารกรุงไทย (2521)

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD) เชื่อว่าเศรษฐกิจโลกในปีนี้จะมีการเติบโตต่ำกว่าร้อยละ 2 หรือ จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นมูลค่ากว่า 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่สำนักข่าว Bloomberg วิเคราะห์ว่า หากสถานการณ์เลวร้ายที่สุด อาจจะไม่มีการเติบโตของเศรษฐกิจโลกเลย

ในปีนี้โดยความกังวลหลักนั้นมาจาก การหยุดชะงักด้านการผลิตของจีนที่เป็นพื้นที่ระบาดหลัก โดยจีนเป็นห่วงโซ่อุปทานหลัก มีผลผลิตประมาณ หนึ่งในหกของผลผลิตทางเศรษฐกิจทั่วโลก นอกจากนี้จากการระบาดที่เพิ่มขึ้นนอกจีน โดยเฉพาะในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทำให้ภาครัฐต้องออกนโยบายในการจำกัดการเคลื่อนที่ของประชาชน และนโยบายเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ส่งผลให้เกิดการลดลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจจากการที่ผู้บริโภคไม่ได้ออกมาจับจ่ายตามปกติ และส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก โดยเฉพาะสาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น สายการบิน สนามบิน โรงแรม ภัตตาคาร สถานที่ท่องเที่ยว และร้านค้าของที่ระลึก โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association-IATA) ได้เตือนว่าโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคการบิน มากกว่า 63 พันล้านเหรียญ มาตรการการหลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีผู้คนแออัดหนาแน่นยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ การแสดงดนตรี การแข่งกีฬา โดยตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศจะสูญเสียรายได้มากกว่า 5 พันล้าน เหรียญ ผลกระทบในภาคการผลิตและภาคบริการยังส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของนักลงทุนทั่วโลก โดยสหประชาชาติ (United Nations - UN) เชื่อว่าการลงทุนโดยตรง (Direct Investment) จะลดลงได้สูงสุดถึง ร้อยละ 15 และจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่ลดลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกอีกด้วย ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจภาคบริการ จากข้อมูลตัวชี้วัดดัชนีการค้าบริการขององค์การการค้าโลกเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 พบว่าการเติบโต การค้าภาคบริการทั่วโลกมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนการระบาดของโควิด-19 โดยจากดัชนีดังกล่าว พบว่าบริการสาขาการเดินทางทางอากาศขนส่งทางผู้คอนเทนเนอร์จะมีอัตราการเติบโตต่ำที่สุด โดยชะลอตัว มาตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 นอกจากนี้ภาคบริการอื่นๆ ก็มีการเติบโตที่ชะลอตัวด้วยเช่นกัน อาทิการทำ ธุรกิจทางการเงินทั่วโลก และบริการสื่อสารโทรคมนาคม ทั้งนี้ ตัวเลขปริมาณการค้าบริการทั่วโลกเติบโตลดลง จากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.7 ในช่วงไตรมาสแรกของปี2562 และเหลือเพียงร้อยละ 2.8 ในไตรมาสที่ 3 แม้ว่า การชะลอตัวของภาคบริการจะเกิดขึ้นมาสู่ระยะหนึ่งแล้ว แต่คาดการณ์ได้ว่าสถานการณ์จะเลวร้ายมากยิ่งขึ้น จากผลกระทบของโควิด 19 โดยเฉพาะสาขาบริการที่มีการชะลอตัวในอัตราที่สูงอยู่แล้ว ในสาขาการเดินทางทางอากาศ การถูกจำกัดการเดินทางของประชากรหลายประเทศ ส่งผลให้ปริมาณผู้โดยสารของสายการบินทั่วโลกลดลงเป็นอย่างมาก โดยจากข้อมูลของบริษัทคาปาแสดงให้เห็นว่าเที่ยวบินระหว่าง ประเทศของจีนลดลงถึงร้อยละ 80 และเที่ยวบินในประเทศลดลงถึงร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สายการบินชั้นนำของโลกต่างจำเป็นต้องลดเที่ยวการเดินทางลง อาทิ สายการบิน Lufthansa ของเยอรมนีได้ลดเที่ยว เอกสารแนบ 1 2 การเดินทางลงมากกว่าร้อยละ 90 โดย IATA ประเมินการว่าร้อยละ75 ของสายการบินทั่วโลกเหลือเงินสด เพียงพอต่อการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำ (fixed cost) แค่นี้ไม่เกิน 3 เดือนเท่านั้น โดยนอกจากสายการบินแล้ว ผู้ให้บริการ

สนามบิน รวมถึงร้านค้าในสนามบินก็ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกเที่ยวบินเช่นเดียวกัน ในขณะที่บริการขนส่งสินค้าก็ได้รับผลกระทบจากมาตรการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวดขึ้น ในหลายประเทศ โดยการขนส่งสินค้าทางอากาศได้รับผลกระทบมากที่สุด จากการลดจำนวนของเที่ยวบินพาณิชย์ ทำให้มีความสามารถในการขนส่งสินค้า (Capacity) ลดลง โดยเฉพาะเส้นทางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกหลังจาก สหรัฐอเมริกาประกาศจำกัดการเดินทางจากยุโรป ทำให้สายการบินจำเป็นต้องดำเนินการในลักษณะเครื่องบินขน สินค้า (Cargo) หรือเช่าเหมาลำ (Air charter) มากขึ้น ในขณะที่การขนส่งสินค้าทางทะเลก็มีความต้องการลดลง จากการผลิตที่ลดลงของจีน ซึ่งจีนมีส่วนแบ่งในการค้าทางทะเลระหว่างประเทศมากกว่าร้อยละ 40 ส่งผลให้เรือขนส่งสินค้า ระหว่างเอเชียและยุโรป มีระวางว่างมากกว่าร้อยละ 40 ของลำเรือ ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องก็เป็นอีกสาขาที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยปัจจุบัน ภาคการท่องเที่ยวมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 10 ของ GDP โลก โดยมีความเสี่ยงที่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจะตกงาน มากกว่า 50 ล้านคน โดยมากกว่า 30 ล้านคนเป็นบุคลากรในภูมิภาคเอเชีย สำหรับไทยซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวจีน ในสถานการณ์ปกติจะมีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 11 ล้านคน เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อปีแต่ผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลให้สาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้รับผลกระทบมากที่สุด อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหารของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยคิดเป็นความสูญเสียรวมกว่า 1.5-2.7 แสนล้านบาทในปีนี้ จากการสูญเสียนักท่องเที่ยวจีนเพียงตลาดเดียว โอกาสของธุรกิจภาคบริการจาก โควิด-19 แม้ว่าโควิด-19 จะส่งผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจเป็นวงกว้าง แต่ก็ได้สร้างโอกาสทางธุรกิจขึ้นเช่นกัน โดยถือเป็นโอกาสสำคัญในการย้ายธุรกิจจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ รายงานจากเว็บไซต์ JD.com เปิดเผยว่าประชาชนนิยมสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์และให้ไปส่งที่บ้านมากขึ้น (Delivery) โดยร้านค้าหลายแห่งก็ได้ปรับตัวเช่นเดียวกัน โดยนอกจากเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อออนไลน์แล้ว ยังขยายพื้นที่ให้บริการกว้างขึ้น สำหรับ แพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ก็มีอัตราการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด Lazada ได้เปรียบเทียบยอดขายระหว่างช่วง ต้นเดือนมกราคม ที่เริ่มมีการประกาศผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทย กับต้นเดือนมีนาคม พบว่ายอดขาย บนแพลตฟอร์มมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 20 โดยเฉพาะสินค้าด้านสุขภาพ สินค้าอาหารแห้ง ในขณะที่ สินค้าแฟชั่น แกดเจ็ต และความงาม มีการเติบโตที่ลดลง อย่างไรก็ตาม Shopee อีกหนึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์ เห็นว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นแค่หนึ่งในปัจจัยสนับสนุน เนื่องจากเดิมมีการคาดการณ์ว่าแนวโน้ม โดยรวมของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทยจะเติบโตขึ้นอยู่แล้ว ในส่วนของภาคการเงินนั้น ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเห็นว่า การใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) มีการขยายตัวมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 280 ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เชื่อว่าโควิด-19 จะช่วยผลักดันการเติบโตของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์จากการที่ผู้บริโภค

ส่วนใหญ่หันมาใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นเดียวกัน อาทิ แอปพลิเคชัน Zoom ซึ่งรองรับ การโทรศัพท์แบบเห็นภาพ (Video Call) พร้อมกันหลายผู้ใช้ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้งานได้หลากหลาย อาทิ การ ประชุมทางไกล การเรียนออนไลน์โดย ดีแทค (dtac) เปิดเผยว่าปริมาณการใช้แอปพลิเคชัน Zoom ของลูกค้า 3 ดีแทค ตั้งแต่ 1 มกราคม-19 มีนาคม 2563 มีการเติบโตด้านผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นร้อยละ 828 ในขณะที่บริการสตรีมมิ่ง วิดีโอออนไลน์ อาทิ Netflix Hulu ก็มีสมาชิกและผู้ใช้บริการมากขึ้นเช่นเดียวกัน บทวิเคราะห์ โควิด-19 ถือเป็นความท้าทายครั้งสำคัญของระบบเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจภาคบริการ ที่ไม่สามารถประกอบธุรกิจได้ตามปกติ จากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ เช่น การเข้มงวด ในการเดินทางข้ามพรมแดน การปิดห้างสรรพสินค้า การให้หลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกที่พักอาศัย การทำงาน จากที่บ้าน (Work from Home) ส่งผลให้บริการต่างๆ มีผู้ใช้บริการลดลงหรืออาจจะไม่มีผู้ใช้บริการเลย เช่น สนามบิน สายการบิน โรงภาพยนตร์ และโรงแรม ซึ่งการแก้ไขปัญหาในระยะสั้นอาจจำเป็นต้องหยุดการให้บริการชั่วคราวก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการให้บริการไม่คุ้มค่ากับรายได้ อย่างไรก็ตาม การแก้ไขปัญหาในระยะยาว อาจจะต้องได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ ทั้งนโยบายการเงิน เช่น การกำหนดอัตราดอกเบี้ยในระดับที่เหมาะสม และนโยบายการคลัง อาทิ นโยบายด้านภาษี ทั้งนี้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการฟื้นฟู ภาคบริการที่ได้รับผลกระทบควรนำข้อมูล Big Data ต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทาง เช่น การนำข้อมูลการเข้าพัก ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติในแต่ละช่วงเวลา มาวิเคราะห์ว่าช่วงเวลาใดจะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดนิยมมาท่องเที่ยวบ้าง การศึกษาเส้นทางบินของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ในช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการน้อยยังเป็นโอกาสดีในการปรับรากฐานและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้รองรับต่อผู้ใช้บริการที่จะกลับคืนมาหลังจากพ้นช่วงวิกฤติ อาทิ การปรับปรุงโรงแรมให้มีความทันสมัย การนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาทักษะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาด้านภาษา การพัฒนาด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล ภาคบริการที่จะมีการเติบโตจากกรณีโควิด-19 คือ ภาคบริการที่สามารถปรับตัวและย้ายตัวเอง ไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ได้ โดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา จะเติบโต อย่างก้าวกระโดด ประกอบกับโควิด-19 จะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้สิ่งที่คาดว่าจะเป็นไปได้ในอนาคตเป็นไปได้จริงรวดเร็วมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรใช้โอกาสนี้ ในการให้บริการทางออนไลน์ในส่วนที่สามารถทำได้ โดยการปรับตัวดังกล่าวยังสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง แม้จะเลยช่วงของการระบาดของโรคไปแล้ว เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ที่สามารถสร้างสรรค์ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาตอบสนองผู้บริโภคได้ คือผู้ที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด (สำนึก เจริญการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ มีนาคม 2563)

การระบาดของโรคโควิดส่งผลกระทบต่อภาคการบริการอย่างมากทั่วโลก บ้างก่อให้เกิดผลกระทบทางลบอย่างที่เกิดขึ้นในภาคการบริการที่פקและบริการด้านอาหารของไทย ธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) เป็นทางออก กล่าวคือถ้าคุณทำธุรกิจในภาคการบริการ แต่เป็นการให้บริการในธุรกิจบริการสมัยใหม่ ผลกระทบจะเกิดกับธุรกิจของคุณคือ ด้านบวก และจะเป็นด้านบวกอย่างมากในช่วงโควิดเนื่องจากมีการระบาดของโรคมาร่วมเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด หลังจากผ่านพ้นช่วงของการระบาดของโควิดไปแล้วธุรกิจบริการสมัยใหม่ยังคงการเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปเนื่องจากที่มาของความต้อการเกิดจากการปรับเปลี่ยนของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความนิยมเปลี่ยนแปลงไป ในประเทศไทยภาคการบริการส่วนใหญ่ยังคงเป็นการให้บริการในลักษณะเดิม การขยายตัวในอดีตเกิดขึ้นจากการขยายตัวในเชิงปริมาณในภาคการบริการแบบดั้งเดิม ซึ่งยังคงลักษณะทางธุรกิจแบบเดิมไว้ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนให้มีความเป็นธุรกิจบริการสมัยใหม่มากนัก สัดส่วนของธุรกิจบริการสมัยใหม่จึงยังมีอยู่น้อย กล่าวคือเป็น 14% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) และในสัดส่วนที่จำกัดนี้ยังนับรวมธุรกิจโทรคมนาคมขนาดใหญ่รวมอยู่ด้วย ในภาพจึงทำให้สัดส่วนธุรกิจบริการสมัยใหม่ที่ไม่ได้นับรวมธุรกิจโทรคมนาคมยังมีสัดส่วนน้อยลงไปอีก การปรับตัวของธุรกิจในภาคบริการ จึงถือเป็นทางออกสำคัญให้กับการเจริญเติบโตและการกระจายความเสี่ยงของทั้งผู้ประกอบการเองและของประเทศ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมารายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ในช่วงปี 2560, 2561 และ 2562 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 18.79 18.70 และ 18.31 ตามลำดับ ด้วยเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการท่องเที่ยวที่สูง ประเทศไทยจึงพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวสูงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาการท่องเที่ยวมีความเสี่ยงสูง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เปราะบางโดยลักษณะทางธรรมชาติของอุตสาหกรรมหลายๆ ปัจจัย ไม่ว่าจะมาจากภายในหรือภายนอกประเทศก็สามารถส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้เสมอ ปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โรคระบาด ภัยธรรมชาติ ความมั่นคงทางการเมืองการปกครอง ปัญหาเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และอื่นๆ อีกหลายปัจจัยความเป็นไปได้ โรคระบาดที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยและโลกในอดีตก็เกิดขึ้นหลายต่อหลายครั้ง แต่ทุกครั้งก็ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยทุกครั้งมากบ้างน้อยบ้างแตกต่างกันไป ในปี 2545 มีการระบาดของโรคซาร์ (SARS) ในปี 2552 มีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (H1N1) ในปี 2555 มีการระบาดของโรคเมอร์ส (MERS) และในปี 2557 มีการระบาดของโรคอีโบล่า (EBOLA) และในปี 2562 มีการระบาดของโรคโควิด19 (COVID19) ในครั้งนี้เป็นการระบาดในวงกว้างกว้างกว่าทุกๆ ครั้งที่ผ่านมา ในสถานการณ์ปัจจุบันมีผู้ติดเชื้อมากกว่า 260 ล้านคนและมีผู้เสียชีวิตมากกว่า 5 ล้านคน ส่งผลกระทบอย่างมหาศาลต่อเศรษฐกิจของโลกและต่อการท่องเที่ยว

ของประเทศไทย (ดร.อาณดา พฤตธิดา .2565 กลุ่มนโยบายสาธารณะเพื่อสังคมและธรรมาภิบาล) จากอดีตที่ผ่านมาและจากการศึกษาของผู้เชี่ยวชาญมีความเป็นไปได้สูงที่จะเกิดการระบาดครั้งต่อไปในอนาคต ในขณะที่เศรษฐกิจของโลกยังคงรอการฟื้นตัว เวลาในช่วงนี้น่าจะเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการริเริ่ม เปลี่ยนแปลง และปรับตัวอย่างเอาใจใส่เอาใจ จึง เพื่อนำธุรกิจบริการแบบดั้งเดิมเข้าสู่ธุรกิจบริการสมัยใหม่ และสร้างธุรกิจบริการสมัยใหม่เพิ่มให้มากขึ้น

ประเทศไทยจะต้องมีมาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัย ทั้งระบบ “Fit to Traveling” และระบบการจัดการความสะอาดในธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงเทรนด์การท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยที่จะขยับจากตลาดที่กลุ่มลูกค้ากว้างให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ รับผิดชอบ และมีมูลค่าสูง ล้วนส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวขนานใหญ่ ดังนี้ (1) การพัฒนาทักษะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดความวิตกกังวลของพนักงานที่ต้องทำงานภายใต้ความกดดันจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (2) ทักษะการบริหารความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งต้องอาศัยทักษะหลายอย่าง เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การควบคุมความวิตกกังวล และการสร้างสุขภาวะทางอารมณ์ และ (3) การนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อลดการสัมผัสกับลูกค้า อาทิ การใช้ QR code ในการชำระเงิน รวมถึงการเข้าถึงตัวลูกค้าให้มากขึ้น เป็นต้น ผู้ประกอบการและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารสามารถปรับตัวและมีภูมิคุ้มกันรับมือกับความท้าทายในอนาคตได้ เหมือนเช่นที่เคยผ่านวิกฤตใหญ่หลายครั้งในอดีต ด้วยจุดแข็งสำคัญของภาคบริการของไทย คือ “ความเป็นไทย (Thainess)” ที่มีความอบอุ่นอารีและมิตรไมตรี (ดร.เสาวณี จันทะพงษ์ ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาคธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.).ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) 2564)

บทสรุป

การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ภาคการท่องเที่ยวไทยยังมีปัญหาและข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง อันได้แก่ 1) ด้านจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวยังจำกัดอยู่ในเมืองหลัก ดังนั้นจึงเกิดคำถามว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทย (โดยเฉพาะผู้ประกอบการในจังหวัดรอง) จะต้องมีการปรับตัวอย่างไรหลังยุคโควิด-19 นี้ จำเป็นต้องมีประยุกต์ใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดภาคบริการ (Service Marketing) ที่จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์นอกเหนือจากกลยุทธ์การตลาดของบริการทั่วไปที่จากเดิมจะพึ่งพาเพียงแค่กลยุทธ์ 4P ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price), สถานที่ (Place), การส่งเสริมการขาย (Promotion) แต่สำหรับภาคการท่องเที่ยว ผู้นิพนธ์ขอเสนอว่าควรต้องขยายไปใช้กลยุทธ์อีก 3P ซึ่งได้แก่ 1) บุคคลที่ให้บริการ (People) การสร้างความพึงพอใจในการรับบริการด้วยตัวบุคคล ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการ 2) กระบวนการบริการ

(Process) การสร้างระบบและกระบวนการในการให้บริการ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการได้รับบริการ, และ 3) หลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ (Physical evidence) คือ การออกแบบสถานที่ให้บริการให้มีความน่าประทับใจในทุกรายละเอียด ซึ่งล้วนเป็นกลยุทธ์ที่มีความละเอียดอ่อนที่ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินการในธุรกิจการบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับด้านบริการสร้างสรรค์ (Creative Services) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานสากล, มีการพัฒนาบริการให้มีความมาตรฐานระดับสากล, และการสร้างแบรนด์เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ จะเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจ เช่นกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่หรือสื่อเครือข่ายออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และการสร้างระบบที่สามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์บริการออนไลน์ได้ง่าย.

ข้อเสนอแนะ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรจะต้องให้ความสำคัญกับ 1) กระบวนการต้นน้ำ (Upstream) ในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกแบบบริการ มีการวิจัยและการพัฒนา การมีกระบวนการวิจัยผลิตภัณฑ์บริการ การนำภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ และ 2) พัฒนาที่กระบวนการปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งได้แก่การทำการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่จะสามารถส่งมอบความคิดสร้างสรรค์นั้นให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ การเพิ่มช่องทางการตลาดสมัยใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ดูจะเป็นวิธีการที่มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง

เอกสารอ้างอิง (References)

- ประชาธุรกิจ. (2563). *โควิด-19 ไร้สหัสยุคโลก*. สืบค้น 22 มีนาคม 2563, จาก <https://www.prachachat.net/columns/news435132>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *COVID-19 กับนัยยะด้านการท่องเที่ยวแฝง*. สืบค้น 23 มีนาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/870494>
- CSIS. (2563). *The Global Economic Impacts of COVID-19*. สืบค้น 22 มีนาคม 2563, จาก <https://www.csis.org/analysis/global-economic-impacts-covid-19>
- WTO. (2563). *Services trade growth weakens as COVID-19 crisis hits global*. สืบค้น 21 มีนาคม 2563, จาก https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/wtoi_11mar20_e.htm