



การประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 : กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง
จังหวัดชลบุรี

Evaluating Service Quality and The SHA Standard in Creative Community-
Based Tourism Amidst the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Takhian Tia
Community in Bang Lamung District, Chonburi Province

ธัญญารัตน์ ดุมกลาง*

Thanyarat Dumklang

กนกกานต์ แก้วนุช**

Kanokkarn Kaewnuch

Received : June 30, 2023

Revised : September 5, 2023

Accepted : November 6, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ตามแนวคิดคุณภาพบริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รวมทั้งหมดเป็น 6 ด้านในการศึกษาครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทบุคคลทั่วไปที่เคยมาท่องเที่ยว ชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี

*นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

Master of Management Program in Integrated Tourism and Hospitality Management, The Graduate
School of Tourism Management National Institute of Development Administration (NIDA)
(Corresponding Author) e-mail: thanyarat.dum@gmail.com

**อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

Lecturer in Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA)

ในช่วงการระบาดของ COVID-19 โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บแบบสอบถามเท่ากับ 305 คน จากผลการศึกษาพบว่า ระดับการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จากภาพรวมทั้ง 6 ด้านรวมอยู่ในระดับดี โดยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่องมีกิจกรรมการตลาดที่ดีเพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนคุณภาพการบริการด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ประเมินคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องมีพนักงานหรือมีสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ คำแนะนำในการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงการแพร่กระจายของโรคโควิด 19

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ / การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ / โควิด-19 / SHA

ABSTRACT

This study aimed to Evaluating Service Quality and The SHA Standard in Creative Community-Based Tourism Amidst the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Takhian Tia Community in Bang Lamung District, Chonburi Province. The assessment was conducted using the five dimensions of service quality: tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, as defined along with adherence to the Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) standards. To establish a comprehensive understanding, a sample of 305 tourists who had visited the Takhian Tia community during the pandemic was selected. The sample size was determined employing the G*Power program, particularly useful when dealing with uncertain tourist counts or infinite populations. Data collection was carried out through the distribution of structured questionnaires to the chosen participants. The findings of this research revealed that the overall service quality of creative community based tourism in Takhian Tia community during the pandemic was rated positively. Notably, the dimension of assurance, which encompasses effective communication, achieved an above average rating. When assessing service quality in alignment with the Amazing Thailand SHA standards, the results indicated a moderate level of compliance. It is worth highlighting that the aspect of educating tourists about mitigating the risks associated with COVID-19, through local tourism stakeholders or public relations materials, received the lowest average rating. In conclusion,

this study underscores the commendable quality of service within the context of creative community-based tourism in Takhian Tia community, even amidst the challenges posed by the COVID-19 pandemic. Nonetheless, there is room for improvement in aligning the services with the health and safety guidelines specified by the Amazing Thailand SHA standards, particularly in terms of enhancing educational efforts to minimize the potential spread of the virus. This research sheds light on the crucial intersection of service quality, community-based tourism, and public health considerations, serving as a valuable reference for stakeholders and practitioners in the field.

Keywords : Service Quality / Creative Community-based Tourism / COVID-19 / SHA

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมด้านบริการที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งทางการพัฒนา (UNWTO, 2021) เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในลักษณะเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงต่อกันเป็นลูกโซ่ โดยเริ่มตั้งแต่ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการคมนาคมและการขนส่ง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก และยังรวมถึงการจ้างงาน การสร้างอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ชุมชนในท้องถิ่น (Luang Chan Duang, 2018)

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ได้เน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้เกิดความสมดุล (Ministry of Tourism and Sports, 2017) แต่เนื่องจากผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในระยะที่ผ่านมาประสบกับความท้าทายที่มาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแนวทางที่แนะนำในแผน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เร่งเห็นความสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 เพื่อให้สอดคล้องกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายในมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน (Ministry of Tourism and Sports, 2022)

สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังไม่ยุติและสร้างความเสียหายส่งผลให้ภาพรวมทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เคยถูกจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเมื่อปี 2562 ว่าเป็นอันดับที่ 3 ของอาเซียน (World Economic Forum, 2019) ต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เรียกว่าตกต่ำและอ่อนแอที่สุดเป็นครั้งประวัติศาสตร์ และมีทิศทางจะยืดเยื้อกินเวลานานกว่าวิกฤตต่างๆ ที่ผ่านมามากครั้ง ภาครัฐจึงมีการออกมาตรการฐานส่งเสริมความมั่นใจในการท่องเที่ยว ด้วยการออกโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค (Tourism Authority of Thailand, 2020) เมื่อมีการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ประชาชนเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายหลังวิกฤตโควิด-19 คลี่คลาย ส่วนใหญ่นิยมเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เนื่องจากยังกังวลต่อการติดเชื้อโควิด-19 การเดินทางท่องเที่ยวจึงเดินทางในพื้นที่ระยะใกล้ หรือท่องเที่ยวภายในจังหวัดโดยใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 2-3 วัน หรือแบบ One Day Trip (TAT Intelligence Center, 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้เห็นว่า การพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นการพิจารณาแนวคิดจากกระบวนการคุณภาพการบริการโดยใช้พื้นฐานของอุตสาหกรรมบริการ ประยุกต์ใช้ SERQUAL MODEL จากการประเมินคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หากมีการตอบสนองได้ตรงจุดและทันที่ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในภายหลังก่อให้เกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่ในทางตรงกันข้าม หากการตอบสนองได้ไม่ตรงจุดและไม่ทันที่ ย่อมส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหากยังไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขหรือการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอาจจะไม่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการอีกต่อไป (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) แต่ถือเป็นโอกาสอันดีที่จะใช้ช่วงเวลาดังกล่าวในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมและเพิ่มเติมนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบใหม่ โดยเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญถือเป็นเครื่องมือของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืนอย่างสมดุล (Kaewnuch, 2021) เป็นการสร้างระบบและกลไกให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พื้นฟูศิลปวัฒนธรรม คงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน โดยต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพิ่มค่า หาดูต่าง เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม อันเสริมสร้างผลลัพธ์เชิงบวกให้แก่ทั้งสองฝ่าย (Wisutthilak, Saipun, Tepalakun & Sindecharuk, 2011; Prasongtun, 2013; Sermsri & Kaewnuch, 2013; Kokkhangplu & Kaewnuch, 2022; Choibamroong, 2021) ซึ่งชุมชนตะเคียนเตี้ยเป็น

ชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีที่อนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม มีวิถีชุมชนดำเนินมาอย่างเรียบง่าย พิษเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของชุมชนคือมะพร้าว โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาต่อยอด สร้างสรรค์เป็นกิจกรรม โดยมีมะพร้าวเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงวิถีชุมชนเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น การทำกาแฟมะพร้าว จากกาแฟที่ใช้นมเป็นส่วนผสม ดัดแปลงน้ำมะพร้าวให้กลายเป็นท็อปปิงบนกาแฟได้ การพาปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชาวสวนมะพร้าว สาธิตการปลูกเปลือกมะพร้าว การทำผ้ามัดย้อมจากสีของกาบมะพร้าว เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวร่วมกับเจ้าของทรัพยากร อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย (The Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2018)

ดังนั้น จากประเด็นปัญหาและความเป็นมาในข้างต้นผู้ศึกษาเห็นถึงความจำเป็นที่จะศึกษาเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ให้สามารถบูรณาการเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 ภายใต้งานสถานการณ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีการศึกษาตัวแปรดังนี้ 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการบริการท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 ของชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว (Assurance) การรู้จักและการเข้าใจนักท่องเที่ยว (Empathy) และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทบุคคลทั่วไปที่เคยมาท่องเที่ยวชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

กลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร หรือประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) นี้ ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

G*Power ตามแนวคิดของ Cohen (1998) จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บแบบสอบถาม เท่ากับ 305 คน เป็นการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามแบบบังเอิญ (accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกใช้ลักษณะของคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดควบคู่กัน โดยมี 3 ส่วน ดังนี้ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ซึ่งคำถามประกอบไปด้วย 6 ด้าน ตามหลักการวัดคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของ Parasuraman, et al. (1985, 1988) และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

2. การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เอกสารวิชาการ และเอกสารทางราชการต่างๆ

3. การตรวจสอบเครื่องมือ จะเน้นการตรวจสอบคุณภาพของชุดคำถาม ด้วยการตรวจสอบความตรง (Validity) คือ การตรวจสอบเครื่องมือว่าได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้การหาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำคะแนนไปคำนวณค่าที่เรียกว่า “ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง” (IOC) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง คือ 1.00 ทุกข้อและแสดงว่าคำถามทุกข้อตรงตามเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยการหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha คำนวณจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบตอบแล้ว จำนวน 30 ชุด พบว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่าเท่ากับ 0.978 ซึ่งหมายถึง ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online) ผ่าน Google Form โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ การอธิบายถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการหาค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลคุณภาพการบริการ โดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอประเด็นสำคัญต่างๆ ตามแนวคิดคุณภาพการบริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 5 ด้าน และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รวมทั้งหมดเป็น 6 ด้าน แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 305 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 20,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 คือ การประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 การประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ด้าน	การประเมินคุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.32	ดี
2	ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว	4.35	ดี
3	ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.34	ดี
4	ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว	4.42	ดี
5	ด้านการรู้จักและการเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว	3.00	ปานกลาง
6	ด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)	2.70	ปานกลาง
ภาพรวม		3.85	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า การประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 กรณีศึกษาชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 3.85 โดยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.42 ส่วนคุณภาพการบริการด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 2.70

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการจัดแบ่งโซนในพื้นที่ให้มีความคงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและมีป้ายแสดงสัญลักษณ์ หรือข้อความในพื้นที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soonthonsmai (2020) ที่กล่าวถึงสถานบริการด้านสุขภาพควรพัฒนาสถานที่ให้บริการให้เห็นเป็นรูปธรรมนี้อยู่เสมอ เช่น การจัดตกแต่งสถานที่ให้สอดคล้องกับ

เทศกาลต่างๆ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลต่อคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง

ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการมีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจและการมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว มีผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Toh-it, Thamphauk, Janduang, & Kongrode (2022) ที่กล่าวถึงผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางติดต่อ ที่สามารถให้การตอบรับผู้ใช้บริการได้เร็วที่สุด โดยเน้นความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล มีกระบวนการที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโรคระบาดของ COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน การจองที่พัก เพื่อสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการให้รู้สึกถึงความคุ้มค่า และนำพามาซึ่งการกลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความสามารถให้บริการได้ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยวและมีการให้บริการอย่างเป็นระบบ และไม่ทำงานผิดพลาด มีผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Onputtha, Proykratok, Issaranura Na Ayuthaya & Jomnonkwao (2023) ที่กล่าวถึงบุคลากรมีการให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับกิจกรรมที่มีอยู่จริง ไม่หลอกลวงและตรงตามความต้องการของผู้คนที่เดินทางมาราบไหว์ขอพร รวมไปถึงการมีความสามารถในการช่วยเหลือได้เสมออย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนจนถึงการสร้างสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาดเป็นระเบียบ ปลอดภัยตามมาตรการเกี่ยวกับการแพร่เชื้อโรคระบาดของ COVID-19 เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีและมีคุณภาพ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว (Assurance) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการมีริยมารยาทที่ดีเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสัญลักษณ์ SHA (สัญลักษณ์ของสถานที่ที่มีมาตรฐานป้องกันการแพร่ระบาดโควิด-19) มีผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somkhuang, Weerasophon & Srikos (2022) ที่กล่าวถึง มาตรฐานด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) องค์กรยังคงต้องปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยต้องได้รับการรับประกันคุณภาพตามมาตรฐาน SHA และ SHA Plus และปฏิบัติตามมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการต่อไป

ด้านการรู้จักและการเข้าใจนักท่องเที่ยว (Empathy) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการมีความสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนต้องการอย่างมีอาชีพ และการมีความสามารถในการเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อบ่งชี้ของ (Choibamroong, 2021) ที่ว่าอาจสืบเนื่องจากปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่อาจควบคุมได้ของเรื่องโรคระบาด COVID-19 เป็นเรื่องใหม่สำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากอดีต จนทำให้แบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างปกติต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่น่าคุ้นเคย

ด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าคุณภาพการบริการด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 2.70 ในเรื่องมีบุคลากรหรือมีสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ คำแนะนำในการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงการแพร่กระจายของโรคโควิด 19 ผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามที่ Ministry of Tourism and Sports (2022) หน่วยงานภาครัฐเร่งเห็นความสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 และเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในการสร้างความเข้มแข็งจากภายในมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. สำหรับชุมชนสามารถนำผลวิจัยไปใช้บูรณาการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้ทุกสถานการณ์ เช่น ด้านการรู้จักและการเข้าใจนักท่องเที่ยว (Empathy) และด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) จากผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ชุมชนควรจัดทำคู่มือและสื่อประชาสัมพันธ์ของแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องสำหรับการมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวตามช่วงสถานการณ์ของพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงกระบวนการยกระดับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติกับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

2. หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนาในระยะถัดไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. งานวิจัยฉบับนี้เป็นการประเมินคุณภาพการบริการและมาตรฐาน SHA ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 หากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นในช่วงหลังการระบาดของ COVID-19 เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของชุมชนต่อไป

2. งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ในชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ดังนั้นควรมีการประเมินคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนอื่นๆ

3. เสนอแนะให้มีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของชุมชนต่อไป

References

Choibamroong, T. (2021). **Normalcy in the New Normal : Thai Tourism in an Emergency Situation**. Bangkok : SuperiorPrinting House. [in Thai]

- Kaewnuch, K. (2021). **Tourism Management and Tourism Community Development under Global Dynamics**. Bangkok : FreeMind Publishing. [in Thai]
- Kokkhangplu, A. & Kaewnuch, K. (2022). **Model for Quality of Life Enhancement in Community-Based Tourism by Understanding Factors Influencing Social Inequalities**. Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration. [in Thai]
- Luang Chan Duang, F. (2018). **The potential of role-model communities in sustainable and creativetourism**. Ph.D. Applied Economics Maejo University. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports & Tourism Authority of Thailand. (2017). Tourism of the main tourist destinations: Don't be too big. **TAT Review**, 3(3), 24-31. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports & Tourism Authority of Thailand. (2022). **National Tourism Development Plan No. 3**. [Online]. Available : https://drive.google.com/file/d/12-qp4UFjmLAKks2_UW3ux2SB8bh_Umpg/view [2022, January 9]. [in Thai]
- Onputtha, S., Proykratok, W., Issaranura Na Ayuthaya, V., & Jomnonkwao, S. (2023). Service Quality Influencing Value Perception and Traveling Decision: Mutelu Gen Z Tourists. **Siam Academic Review**, 24(1), 75-94. [in Thai]
- 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(4), 41-50.
- Prasongtun, S. (2013). **Social Capital and Creative Community-Based Tourism Promotion : A Case Study of Thai Phuan People, Pakplee District, Nakhon Nayok Province**. Bangkok : Thammasat University. [in Thai]
- Schwab, K. (2022). **World Economic Forum 2019**. [Online]. Available : https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf [2022, July 7].
- Sermisri, S. & Kaewnuch, K. (2013). A Study of Thai Tourists Expectation and Satisfaction towards the Environmental Management in the Area of Mae Ram Phung Beach, Rayong Province. **Journal of International and Thai Tourism**, 9(2), 1-11. [in Thai]
- Somkhuang, P., Weerasophon, W. & Srikos, B. (2022). Standardization and Confidence in the Service of Small Hotels in Bangkok after the COVID-19 Situation. **Journal of SaengKhomKham Buddhist Studies**, 7(2), 247-262. [in Thai]

- Soonthonsmai, V. (2020). A Causal Model of Satisfaction on Service Quality of Health Tourism in Scandinavian Aging Tourists in Thailand. **Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University**, 28(1), 244-268. [in Thai]
- TAT Intelligence Center. (2021). **2nd Quarter Report: Survey of Travel Behavior of Thai People in 2022**. [Online]. Available : <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/44791> [2022, July 7]. [in Thai]
- The Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2018). **Creative and Sustainable Tourism Management Project**. Bangkok : The Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). [in Thai]
- Toh-it, M., Thamphauk, W., Janduang, S. & Kongrode, J. (2022). The Effects of Service Quality on Customer Satisfaction of the Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) Hotel in Hat Yai District, Songkhla Province. **Journal Name : Research and Development Journal Loei Rajabhat University**, 17(61), 46-55. [in Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2020), Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA). [Online]. Available : https://thailandsha.com/file/Work%20Manual_for_the_Sanitation_and_Safety_Standard_Project_th.pdf [2022, January 9]. [in Thai]
- UNWTO. (2021). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. **UNWTO World Tourism Barometer (English version)**, 21(2).
- Wisutthilak, S., Saipun, P., Tepalakun, A. & Sindechruk, T. (2011). **Creative Tourism : A Key Tool Leading to Sustainable Communities**. Bangkok : Thammasat University. [in Thai]