



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

คุณภาพการบริการของโรงแรมระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
 ของโรคโควิด-19 : กรณีศึกษาเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง
 Service Quality of Hotels during the Covid-19 Pandemic Situation:
 Case study Koh Samet Rayong Province

วิเชียร จันทลุน^{1st}

s63563828010@ssru.ac.th^{1st}

ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์^{2nd}

supasak.ng@ssru.ac.th^{2nd}

บุญทา ชัยเลิศ^{3rd}

boontha.ch@ssru.ac.th^{3rd}

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
 วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ และแนวทางการปรับตัวของโรงแรมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรณีศึกษา เกาะเสม็ดจังหวัดระยอง โดยเน้นการศึกษาวิจัยในมุมมองของผู้ประกอบการที่ยังคงดำเนินกิจการในช่วงระหว่าง เดือน พฤศจิกายน 2564 - มกราคม 2565 การวิจัยนี้ อาศัยแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การลงพื้นที่สังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้านคุณภาพการให้บริการ ใช้วิธีการประเมินคุณภาพบริการ (RATER) 5 ประการ ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ผลการวิจัยพบว่าด้านความน่าเชื่อถือโรงแรมบนเกาะเสม็ดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน SHA ของกรมการท่องเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ในการสร้างความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจโรงแรมบนเกาะเสม็ดใช้มาตรการการคัดกรองนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทางมายังเกาะเสม็ด ด้านความเป็นรูปธรรมโรงแรมบนเกาะเสม็ดลงทุนกับอุปกรณ์สำหรับการคัดกรอง ป้ายสื่อความหมาย และเครื่องมือสำหรับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แทนการลงทุนเพื่อการดึงดูดลูกค้า ด้านการเอาใจใส่โรงแรมบนเกาะเสม็ดให้ความสำคัญกับโปรแกรมชั้นแบบ ลด แลก แจก แถม และการดูแลลูกค้าให้ปลอดภัยจากโรคโควิด ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยประสิทธิภาพ เนื่องจากการเข้มงวดในมาตรการ การเว้นระยะห่าง และขาดแรงงานผู้ให้บริการ

คำสำคัญ: การบริการของโรงแรม, สถานการณ์โควิด-19, เกาะเสม็ด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

Abstract

The purpose of this research was to study service quality and adaptation guidelines of the hotels during the COVID-19 pandemic situation Case study: Koh Samet Rayong Province. This research is based on a qualitative research approach. Collect data from field observations, study of documents and in-depth interviews with key informants. on five dimensions (SERVQUAL) respectively: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy and Responsiveness. studies in the perspective, which’s still operating during November 2021 - January 2022. As for Reliability, most hotels on Koh Samet attach importance to the Department of Tourism's SHA standard as a symbol of trust. They’re invest in screening equipment and tools for preventing the spread of COVID-19 instead of investing in attracting customers on the aspect of caring for hotels, emphasis is placed on promotions such as discounts, exchanges, giveaways, and keeping customers safe from COVID-19. In response to customer demand, the efficiency was deteriorated due to the emphasis on social distancing measures and lack of service personnel.

Keywords: Hotel Service, Covid-19 Pandemic, Koh Samet

บทนำ

เกาะเสม็ดได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติตั้งแต่ปี 2518 เป็นอุทยานแห่งชาติที่สร้างรายได้เข้ารัฐมากเป็นอันดับที่ 1 ของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 (กรมอุทยานแห่งชาติฯ 2562) ด้วยเสน่ห์และความสวยงามของธรรมชาติ เกาะเสม็ดสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางมาตลอดทั้งปี ทำให้ธุรกิจโรงแรมที่พักบนเกาะเสม็ดเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หลังจากที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม และ ที่พักบนเกาะเสม็ด ส่วนใหญ่ยังคงมั่นใจและเฝ้าระวังว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวจะกลับมารุ่งเรืองเหมือนเช่นดังเดิมทำให้โรงแรมบนเกาะเสม็ดต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบความคิดเห็นในมุมมองของผู้ประกอบการของโรงแรมว่าในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นี้คุณภาพการบริการของโรงแรมได้มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนไปจากช่วงสถานการณ์ปกติอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรณีศึกษาเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง
2. ศึกษาวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรณีศึกษาเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

(1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้กลุ่มเป้าหมายเป็นโรงแรมที่พักบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากตัวแทนของธุรกิจโรงแรม ที่พักที่ยังคงดำเนินกิจการจำนวน 4 แห่ง และ ผู้นำด้านธุรกิจท่องเที่ยวและบริการภาคเอกชน อีก 1 ราย

(2) ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 กรณีศึกษาเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง เนื้อหาที่จะศึกษาคือคุณภาพการให้บริการมีลักษณะ 5 ประการได้แก่ (1) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (2) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) (3) ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangible) (4) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และ (5) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) โรงแรมที่พักบนเกาะเสม็ด เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยผสมผสานระหว่าง การศึกษาเอกสาร การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ (Participant Observation) และ การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured or Guided Interview) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ และตัวแทนผู้นำภาคธุรกิจโรงแรมที่มีความรู้และเป็นที่เชื่อถือได้ รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 ราย การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Face-to-Face Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เพียงคนเดียวโดยแบบสัมภาษณ์ได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วนคือส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และ ส่วนที่ 2 ข้อคำถามคุณภาพการบริการซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากคำถามปลายเปิดของส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มาสรุปวิเคราะห์และอภิปรายผลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

แหล่งข้อมูล	ข้อมูล
1. ตัวแทนโรงแรมขนาดใหญ่	คุณธนชพันธ์ ประรามมุข ผู้จัดการโรงแรม รีสอร์ท เดอะ ซี เสม็ด
2. ตัวแทนโรงแรมขนาดกลาง	คุณมณฑิรา มากสมบูรณ์ เจ้าของกิจการ ไอททะเล รีสอร์ท
3. ตัวแทนโรงแรมขนาดเล็ก	คุณหทัยรัตน์ ตระกูลจันทร์ เจ้าของกิจการ ลาลาเบลล์ เกาะเสม็ด
4. ตัวแทนผู้นำผู้ประกอบการ	คุณสรวิทิพย์ ทังมงคลทรัพย์ นายกสมาคมท่องเที่ยวเกาะเสม็ด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เรื่องคุณภาพการบริการ

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	การเอาใจใส่ (Empathy)	การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
ตัวแทน โรงแรม ขนาดใหญ่	โรงแรมใช้มาตรฐาน SHA SHA plus และ SHA Plus extra ตามลำดับ นับตั้งแต่เริ่มมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาบริการ	รับลูกค้าน้อยลง 50% ตามมาตรการการเว้นระยะห่างของกรมการควบคุมโรค อย่างเคร่งครัด เน้นการรับลูกค้าเชิงคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณ เพื่อที่จะสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมไปถึงการสุ่มตรวจ ATK ของพนักงานทุกสัปดาห์ตามมาตรการ	ติดป้ายประชาสัมพันธ์ให้เห็นเด่นชัดถึงมาตรการ และเพิ่มวิธีการจ่ายเงินและการเช็คอินแบบล่วงหน้า จัดจุดวางเจล แอลกอฮอล์ อ่างล้างมือ ตามจุดต่าง ๆ ของโรงแรม ทำฉากกั้นบริเวณเคาน์เตอร์ และให้พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัย พร้อมทั้งเฟซชีลด์ตลอดเวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้า	โรงแรมขนาดใหญ่ต้องการให้ลูกค้าสะดวกสบายมากที่สุด โดยมีบริการเช็คอินล่วงหน้า ให้ลูกค้าส่งเอกสาร เช่น สำเนาบัตรประชาชน หลักฐานการฉีดวัคซีน หรือ ผลการตรวจ ATK ล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องการให้ลูกค้าต้องมาเสียเวลารอนาน	โรงแรมลดจำนวนพนักงานผู้ให้บริการ และปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้มีความปลอดภัยสูงสุด มีการลดการสัมผัสกับลูกค้า มีระยะเวลาสำหรับลูกค้ารับประทาน โดยจัดส่งมอบเมนูอาหารและกำหนดเวลาในการรับออเดอร์
ตัวแทน โรงแรม กลาง	โรงแรมใช้มาตรฐาน SHA ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ในการสร้างความ	พนักงานทุกคนจะต้องได้รับวัคซีนครบโดส และต้องมีการตรวจ ATK ทุกวันจันทร์ จะมีการ	จากเดิมที่โรงแรมเคยให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการได้ทุกด้านปัจจุบันให้มีการเข้า-ออก	โรงแรมจะเน้นย้ำกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ถึงมาตรการความปลอดภัยในการเดินทางออกไป	การตอบสนองลูกค้าช้าลง เนื่องจากต้องเสียเวลาในการเช็คอิน หากลูกค้าไม่มี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	การเอาใจใส่ (Empathy)	การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
	<p>น่าเชื่อถือ มีการคัดกรองลูกค้าอย่างเข้มงวดและสม่ำเสมอ หากมีลูกค้าเซ็คอิน จะขอคู่มือพลิกเคชั่น หมอพร้อม เพื่อพิจารณาความเสี่ยง ขอคู่มือหลักฐานจากการฉีควัคซีน พร้อมทั้งเข้มงวดในการตรวจสอบบัตรประชาชนว่าตรงกับหลักฐานที่ยื่นหรือไม่ และจะตรวจเข้มงวดตามมาตรฐานทุกครั้งที่ทำ เหมือนกันกับผู้เข้ามาใช้บริการทุก ๆ คนอย่างสม่ำเสมอภาค</p>	<p>แจ้งผลการตรวจทุกครั้งผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจของที่พัก เพื่อให้ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการหรือเพื่อนที่ติดตาม ให้เกิดความมั่นใจว่าที่โรงแรมปลอดภัยอย่างแน่นอน รวมถึงการแจ้งมาตรการที่ต้องทำก่อนการเดินทางเข้ามายังที่พัก ว่าลูกค้าที่จะเข้ามาพักก็ต้องยินยอมให้ตรวจสอบ หากใครไม่ปลอดภัยหรือไม่ยอมทำตามมาตรการ ก็จะไม่รับเข้าที่พักอย่างเด็ดขาด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ</p>	<p>เพียงทางเดียว เพิ่มฉากกั้น มีจุดวางเจล แอลกอฮอล์ มีเครื่องพ่นยา สำหรับการฆ่าเชื้อ ภายในห้องพักก็มีการใช้เครื่องอบไฟฆ่าเชื้อ เช็ดทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วมบนพื้นที่สาธารณะ อย่างเข้มงวด ภายในห้องน้ำก็มีการเปลี่ยนมาใช้ชุดอาบน้ำสบู ยาสระผมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง มีการวางหน้ากากอนามัยฟรี และมีกรวางถังขยะสำหรับแยกทิ้ง หน้ากากอนามัยโดยเฉพาะ</p>	<p>ห้องเที่ยว จะคอยแจ้งเตือนให้เปลี่ยนหน้ากากอนามัย ที่มีไว้บริการฟรีอย่างสม่ำเสมอ เมื่อลูกค้ากลับมาจากด้านนอก ก็จะคอยแนะนำให้ลูกค้าล้างเท้า และล้างมือ ตรงจุดที่จัดเตรียมไว้ก่อนเข้าภายในบริเวณที่พัก ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายคนๆ อาจมองข้าม</p>	<p>แอมโหมพร้อมหรือไทยชนะ ก็จะทำให้ไหลตมา และต้องลงชื่อในสมุดสำหรับเข้ารับบริการ ทำให้เสียเวลาเพิ่ม 5-10 นาทีต่อคน และหากมีลูกค้าเซ็คเอาท์ ที่ตรงกับช่วงลูกค้าจะเดินทางเข้าพัก จะเสียเวลารอเพื่อให้ที่พักได้ทำการรอบไฟฟ้า เชื้อให้เสร็จก่อน การบริการการอาจช้าลง แต่เพื่อความปลอดภัยสำหรับทุก ๆ คน ลูกค้าก็พึงพอใจและยอมรับได้</p>



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	การเอาใจใส่ (Empathy)	การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
ตัวแทน โรงแรม ขนาดเล็ก	โรงแรมขนาดเล็กจะใช้ความน่าเชื่อถือจากชื่อเสียงและการรีวิวของลูกค้าที่มาพัก ปัจจุบันจะเป็นลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ การขายห้องพัก จะเน้นการขายตรง ไม่เน้นขายจากแอปพลิเคชัน หรือตัวแทน และจะเน้นทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ห้องพัก ผ่านช่องทางเพจของตัวเอง และมีการกรองลูกค้าก่อนการรับลูกค้าเข้าพัก เพื่อความปลอดภัยแก่พนักงาน แม่บ้านและลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ	วิธีการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้วยทักษะการสื่อสารกับลูกค้า ก่อนการรับลูกค้า เข้าใช้บริการ ด้วยคำถามและคัดกรองลูกค้าทุกครั้ง เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะมีการสอบถามและคัดกรองกับลูกค้าทุกคน หากลูกค้าคนใดยังไม่ฉีดวัคซีนและไม่ยอมตรวจ ATK จะไม่รับเข้าที่พัก โดยเด็ดขาด มีการจัดระเบียบ การเว้นระยะห่าง ให้ลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่ให้พักอยู่ใกล้กัน หากบ้านติดกันจะเว้นบ้านหรือห้องพักไว้ 1 หลัง เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว	โรงแรมขนาดเล็กต้องควบคุมการใช้จ่าย นำเอาเงินไปลงทุนกับมาตรการป้องกันโรค เน้นความสะอาด ปลอดภัย เพื่อป้องกันโรคโควิด-19 แทนการนำเงินไปลงทุนกับการตกแต่งห้องพัก มีจุดสำหรับวางเจลแอลกอฮอล์ อ่างล้างมือ และทำฉากกั้น ตามมาตรการของสาธารณสุข ห้องพักก็จะขายเป็นแพ็คเกจ ราคารวมรถมอเตอร์ไซค์เช่า และ มื้ออาหาร เพื่อต้องการเน้นให้ลูกค้าอยู่แต่ในห้องพัก แทนการไปหาซื้อ	แม่เป็นโรงแรมขนาดเล็กก็ต้องมีการอบรมพนักงาน และแม่บ้าน สำหรับการทำความสะอาด มาตรการความปลอดภัย และการวิธีการดูแลลูกค้าอย่างเข้มงวด มีช่องทางติดต่อที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	โรงแรมจะเน้นตัวของลูกค้าเป็นหลัก หากสามารถถามอะไรได้ก็จะถามให้ตามความต้องการของลูกค้า หากสิ่งที่ร้องขอไม่เป็นการเอาเปรียบผู้ให้บริการ จนเกินไป และพร้อมแนะนำลูกค้าตลอด ได้ทุกเรื่อง หากมีปัญหาไม่ว่าจะเรื่องอะไรที่เกิดขึ้น ระหว่างทริปการท่องเที่ยว ก็จะสามารถช่วยแก้ปัญหาให้ได้ตลอด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	การเอาใจใส่ (Empathy)	การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
			รับประทานจากข้างนอก		
ผู้นำผู้ประกอบ การโรงแรม	เกาะเสม็ดเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงมานานสามารถการันตีได้ถึงความน่าเชื่อถือ มีหน่วยงานหลายองค์กรที่เข้ามาดูแล ทั้งภาครัฐและเอกชนที่คอยผลักดันด้านการท่องเที่ยว มีตัวตนที่แน่นอนได้รับความอนุเคราะห์จากสื่อประชาสัมพันธ์หลายๆสำนักในการช่วยเหลือด้านการโปรโมท และเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดทำให้เกาะเสม็ดมีความ	ทุกโรงแรมบนเกาะเสม็ด ใช้มาตรฐาน SHA, SHA plus และ SHA Extra plus เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวถึงความสะอาดปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการ อีกทั้งยังมีมาตรการการคัดกรองนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดเพื่อให้ผู้ที่เดินทางเข้ามามั่นใจได้ว่าเกาะเสม็ดมีความปลอดภัยสูงทั้งด้านสาธารณสุข และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีหน่วยงานจาก	เกาะเสม็ดมีธรรมชาติที่สวยงามและสามารถสัมผัสได้เป็นจุดขายที่เด่นชัด และในช่วงสถานการณ์โควิด-19 นี้ ธรรมชาติเกาะเสม็ดได้พักฟื้นอย่างเต็มที่ จากการท่องเที่ยวได้มีคำสั่งปิดไปหลายเดือน นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ได้จากเดิมที่เร็วเร็วสามารถจอดและเข้าได้ทุกหาดปัจจุบันต้องเข้า ออกทำเรือเดียวทำ	เกาะเสม็ดมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ทุกคำแนะนำหรือข้อร้องเรียนไม่ว่าจะเป็นเพจสมาคมท่องเที่ยวเกาะเสม็ด กลุ่มคนรักเกาะเสม็ด หรือช่องทางอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวแจ้งมาทางสมาคมท่องเที่ยวเกาะเสม็ด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการบูรณาการร่วมกันเพื่อดูแลให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุขและความ	ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจะลดลงมากเนื่องจากสถานการณ์ที่บีบบังคับผลกระทบที่ต่อเนื่องทำให้สถานประกอบการ มีการปิดกิจการและเลิกจ้างพนักงานบางส่วน ทำให้เมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวอาจเกิดปัญหาพนักงานผู้ให้บริการไม่เพียงพอ และมาตรการที่เข้มงวดอาจสร้างความไม่



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	การเอาใจใส่ (Empathy)	การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
	น่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก	ภาครัฐที่คุ้มครองดูแลนักท่องเที่ยวทั้งอุทยานแห่งชาติ ตำรวจภูธรตำบล เพ ตำรวจท่องเที่ยว	ให้ชายหาดดูโล่งสวยงามและเห็นความสวยได้ชัดมากยิ่งขึ้น	ประทับใจกลับไป	พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอประเด็นสำคัญต่าง ๆ ตามหลักคุณภาพการบริการ 5 มิติของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ดังนี้

มิติที่ 1 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมบนเกาะเสม็ดให้ความสำคัญกับมาตรฐาน SHA, SHA plus และ SHA Plus extra ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) เพื่อเป็นสัญลักษณ์และเครื่องหมายในการสร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาบริการ สำหรับโรงแรมขนาดเล็กที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรมอย่างถูกต้องไม่สามารถขอมาตรฐาน SHA ได้ จึงใช้ความมีชื่อเสียงของเกาะเสม็ด และ ใช้ชื่อเสียงของตัวเองเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีหน่วยงานหลายองค์กรที่เข้ามาดูแลในพื้นที่เกาะเสม็ด ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้าหมู่เกาะเสม็ด องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง องค์การบริหารส่วนตำบลเพ และสมาคมท่องเที่ยวเกาะเสม็ดที่ ร่วมมือกันผลักดันด้านการท่องเที่ยว และ ได้รับความอนุเคราะห์จากสื่อประชาสัมพันธ์หลาย ๆ สำนัก ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดทำให้เกาะเสม็ดมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

มิติที่ 2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าด้วยวิธีการ ยึดมั่นในมาตรการป้องกันและควบคุมโรคอย่างสม่ำเสมอ และปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวทุกคนด้วยความเสมอภาค มีการรับลูกค้าร้อยละ 50% ตามมาตรการการเว้นระยะห่าง เน้นการรับลูกค้าเชิงคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณ เพื่อที่จะสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งพนักงานทุกคนจะต้องได้รับวัคซีนครบโดส และต้องมีการตรวจ ATK ทุกสัปดาห์ จะมีการแจ้งผลการตรวจผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจของที่พัก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่า มาเที่ยวที่เกาะเสม็ด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ปลอดภัยอย่างแน่นอน อีกทั้งก่อนการรับลูกค้าเข้ามาใช้บริการ จะซักถามลูกค้าเสมอ เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่า จะมีการสอบถามและคัดกรองกับลูกค้าทุกคน อีกทั้งยังมีการคัดกรองนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด ในการเดินทางเข้าพื้นที่เกาะเสม็ด เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามั่นใจได้ว่าเกาะเสม็ด มีความปลอดภัยสูงทั้งด้านสาธารณสุข และ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

มิติที่ 3 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมมีการลงทุนกับอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น ทำฉากกั้นบริเวณเคาน์เตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์การรักษาระยะห่าง เพิ่มวิธีการการจ่ายเงินและการเช็คอินแบบล่วงหน้า จัดจุดวางเจลแอลกอฮอล์ อ่างล้างมือ ตามจุดต่าง ๆ ของโรงแรม และให้พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัย พร้อมทั้งเฟซชีลด์ ตลอดเวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้า จากเดิมที่เคยให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการได้ทุกด้านปัจจุบันให้มีการเข้า-ออก เพียงทางเดียว มีเครื่องพ่นยาสำหรับการฆ่าเชื้อ ภายในห้องพักก็มีการใช้เครื่องอบผ้าฆ่าเชื้อ เช็ดทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วมบนพื้นที่สาธารณะอย่างเข้มงวด ภายในห้องน้ำก็มีการเปลี่ยนมาใช้ชุดอาบน้ำ สบู่ ยาสระผม แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง มีการวางหน้ากากอนามัยฟรี และมีการวางถังขยะสำหรับแยกทิ้งหน้ากากอนามัยโดยเฉพาะ เน้นความปลอดภัย เพื่อป้องกันโรคโควิด-19 แทนการนำเงินไปลงทุนกับการตกแต่งห้องพัก ห้องพักจัดโปรโมชันขายเป็นแพ็คเกจ ราคารวมรถมอเตอร์ไซค์เช่า และ มื้ออาหาร เพื่อต้องการเน้นให้ลูกค้าอยู่แต่ในห้องพัก ทดแทนการไปหาซื้อรับประทานจากข้างนอก

มิติที่ 4 ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมขนาดใหญ่ต้องการให้ลูกค้าสะดวกสบายมากที่สุด โดยมีบริการเช็คอินล่วงหน้า ให้ลูกค้าส่งเอกสาร เช่น สำเนาบัตรประชาชน หลักฐานการฉีดวัคซีน หรือ ผลการตรวจ ATK ล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ มีการเน้นย้ำกับลูกค้า ถึงมาตรการความปลอดภัยในการเดินทางออกไปท่องเที่ยว จะคอยแจ้งเตือนให้เปลี่ยนหน้ากากอนามัย ที่มีไว้บริการฟรีอย่างสม่ำเสมอ เมื่อลูกค้ากลับมาจากด้านนอก ก็จะคอยแนะนำให้ลูกค้า ล้างเท้า และ ล้างมือ ตรงจุดที่จัดเตรียมไว้ก่อนเข้าภายในบริเวณที่พัก มีการอบรมพนักงาน และแม่บ้าน สำหรับการทำความสะอาด มาตรการความปลอดภัย และการวิธีการดูแลลูกค้าอย่างเข้มงวด มีช่องทางติดต่อที่ ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบูรณาการร่วมกันเพื่อดูแลให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุข และความประทับใจจากการมาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด

มิติที่ 5 ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่ำลง เนื่องจากโรงแรมต้องลดจำนวนพนักงานผู้ให้บริการ และปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้มีความปลอดภัยสูงสุด มีการลดการสัมผัสกับลูกค้า มาตรการที่เข้มงวดขึ้นอาจสร้างความไม่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โรงแรมขนาดกลางลงมาต้องเสียเวลาในการเช็คอินและต้องลงชื่อในสมุดสำหรับเข้ารับ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

บริการ ทำให้เสียเวลาเพิ่ม อย่างน้อย 5-10 นาทีต่อคน และหากมีลูกค้าเช็คเอาท์ ที่ตรงกับช่วงลูกค้าจะเดินทางเข้าพัก ต้องเสียเวลารอเพื่อให้ที่พักได้ทำการอบไฟฟ้าเพื่อให้เสร็จก่อนการบริการ โรงแรมขนาดเล็กจะเน้นตัวของลูกค้าเป็นหลักจะให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะอื่น

1. **ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability)** จากการศึกษาพบว่าโรงแรมขนาดเล็กควรยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมให้ถูกต้องตามกฎหมายเพื่อไม่พลาดโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้ยื่นมือเข้ามาช่วย และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของโรงแรมได้อย่างยั่งยืน

2. **ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)** จากข้อสังเกตที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่าการที่โรงแรมมั่นใจว่าลูกค้าให้ความเชื่อมั่นแก่สถานประกอบการ อาจทำให้คุณภาพของการบริการจะหยุดการพัฒนา และ อาจเป็นข้อเสียเปรียบแก่คู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน ดังนั้นทางโรงแรมควรทำแบบประเมินความพึงพอใจในโรงแรมเพื่อเพิ่มความแม่นยำของการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3. **ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)** จากการศึกษาพบว่าทุกโรงแรมเน้นการลงทุนกับอุปกรณ์ป้องกันโรคมากขึ้นไปจนอาจละเลยถึงความสำคัญด้านรูปธรรมในการให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น ทางลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ หรือควรเพิ่มการบริการส่งอาหารถึงห้องพักเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้ายิ่งขึ้น

4. **ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)** จากข้อสังเกตของผู้วิจัย พบว่าการบริการภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ที่เพิ่มเข้ามาอาจเกิดเป็นข้อเปรียบเทียบ หากเมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับมาสู่ปกติ กลุ่มลูกค้ากลุ่มเดิมอาจจะได้รับการบริการที่แตกต่างทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบว่าเป็นการบริการที่แย่งลงกว่าการบริการที่ผ่านมา และ ผู้ประกอบการควรทำคู่มือท่องเที่ยวแก่ลูกค้ามากกว่าการให้บริการด้วยการโทรติดต่อได้ แบบ 24 ชั่วโมง

5. **ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)** จากการศึกษาพบว่า การบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำสุด ดังนั้นควรเพิ่มนวัตกรรมในการบริการลูกค้าเพื่อเพิ่มความรวดเร็ว เช่น เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหารผ่านช่องทางแอปพลิเคชันได้ หรือ หากขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการควรรับสมัครนักศึกษาฝึกงานเพิ่มเพื่อทดแทนพนักงานที่ขาดหายไป

เอกสารอ้างอิง

วสันต์ กานต์วรรรัตน์. (2558). การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูทีคกรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่แมนชั่น. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
 มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์ (2558). ปัจจัยความเชื่อมั่นด้านคุณภาพการให้บริการฯ กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ชนิสรา กุลสันตวิงศ (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร