

แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด

Guidelines for Building Tourism Confidence under a Pandemic Crisis

ศุภัตรา ฮวบเจริญ*

Supattra Huabcharoen

นันทีณี ทองอร

Nantinee Thongorn

มหาวิทยาลัยสยาม

Siam University

*supattra.hua@siam.edu

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบและ 2) เพื่อเสนอแนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาวะวิกฤตแตกต่างกัน ยกเว้นเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพโดยนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในภาพรวมเฉลี่ย 4.45 ด้านความปลอดภัยและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีระดับความเชื่อมั่นมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไปในทางบวก ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า อำนาจในการทำนายการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตเท่ากับร้อยละ 26.90 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความเชื่อมั่น การตัดสินใจ โรคระบาด

Abstract

This paper is a study of the tourism industry and how confident people are to travel during the recent Covid-19 pandemic. The study is a review of the Phuket Sandbox model and offers guidelines for building confidence for the workers and tourists, who make up the tourism sector of Thailand. The sample size was 400 Thai tourists and data was collected using questionnaires with a 95% confidence level. The data was analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean and standard deviation. Independent samples t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis were used to test the hypothesis.

Most of the respondents were female, and between the ages of 20–30 years old, had a bachelor's degree or equivalent, had an average monthly income of 15,001–30,000 baht, were single, and worked as employees in private companies. The results of the hypothesis test showed that the differences in age, average monthly income, and occupation influenced Thai tourists' confidence in the pandemic crisis, except for gender, education level, and single status. The overall confidence of tourists was 4.45 and the highest factors were safety and facilities. The correlation coefficient between the variables in positive and multiple regression analysis demonstrated factors that can predict tourist decisions during the pandemic at 26.9% with a statistical significance level of 0.05.

Keywords : confidence, decision making, pandemic crisis

บทนำ

องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ทำการยกระดับให้ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นภาวะการระบาดใหญ่ที่มีการแพร่ระบาดมากกว่า 180 ประเทศทั่วโลก (Bank of Thailand, 2020) จึงทำให้ส่งผลกระทบในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการเกิดความกังวลใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Lunkam, 2021) โดยข้อมูลจาก Tourism Council of Thailand (2021) เผยว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2564 อยู่ที่ระดับ 36 ซึ่งในไตรมาส 4/2563 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 62 จึงสะท้อนให้เห็นว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปกติมากที่สุด ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านความเชื่อมั่นต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะฉะนั้นแนวทางที่จะออกจากวิกฤตโควิด 19 ได้นั้นคือวัคซีน เนื่องจากเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาการระบาดและลดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในประเทศได้ (Thai Health, 2021) ทั้งนี้ยังมีส่วนของมาตรการรับมือโควิด 19 ที่นำมาใช้สร้างความเชื่อมั่นแก่ภาคการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่ไปกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Bangkok Business, 2020)

ประเทศไทยได้มีแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวคือ โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เนื่องด้วยภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงได้มีการฉีดวัคซีนให้กับประชากรในจังหวัดภูเก็ตไปแล้วมากกว่าร้อยละ 70 เพื่อให้ทันตามกำหนดการเปิดเมืองต้อนรับทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย และจะใช้เป็นโมเดลต้นแบบสำหรับการเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป โดยเริ่มในวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 เป็นต้นไป (Techasriamornrat, 2021) ส่วนของการยกระดับของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของสถานประกอบการที่สามารถเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ได้นั้น ต้องได้รับมาตรฐาน SHA Plus เพื่อรับรองว่าสถานประกอบการมีมาตรการทางสุขอนามัยในการควบคุมโรคโควิด 19 ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยที่สูงกว่า SHA คือ พนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 แล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของทั้งองค์กร และร้อยละ 100 ของพนักงานหน้าด่านที่ต้องเจอนักท่องเที่ยวทุกวัน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว (Amazing Thailand Safety & Health Administration, 2020) จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้การศึกษาโครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบ เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตซึ่งอาจจะยังคงอยู่กับประชากรในประเทศต่าง ๆ ไปอีกระยะหนึ่ง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบ
2. เพื่อเสนอแนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2012) มีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน การศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบ

ทฤษฎีความเชื่อมั่น คือ ความสมัครใจส่วนบุคคลในการยอมรับต่อบุคคล กลุ่มคนหรือองค์กรอื่น ๆ โดยตระหนักถึงความถูกต้องและความสนใจในสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Curral & Judge, 1995; Smith, 1997) ทั้งนี้ความเชื่อมั่นยังเป็นผลสะท้อนให้เกิดความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความเชื่อมั่นไว้ทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการบริการ Dechakupt (2006) กล่าวว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการหรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ปัจจุบันการบริการด้านการท่องเที่ยวในสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จำเป็นต้องมีการให้บริการเสริมควบคู่ไปกับหลักปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน D-M-H-T-T-A เพื่อเป็นการปกป้อง

การแพร่ระบาดไปสู่บุคคลอื่นและถือเป็นยกระดับมาตรฐานการให้บริการด้วย (The Government Public Relations Department, 2021)

2) ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว Batra (2008) กล่าวไว้ว่า ความปลอดภัยมีความสำคัญที่จะให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากกว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ความสำเร็จหรือล้มเหลวของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับโครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ที่จัดทำเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเป็นแผนการเปิดประเทศใน 120 วัน กำหนดให้ภูเก็ตเป็นพื้นที่นำร่องของประเทศไทยก่อนการเปิดประเทศเต็มรูปแบบ พร้อมทั้งมีมาตรการทางสาธารณสุขและแผนเผชิญเหตุรองรับนักท่องเที่ยวด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2021)

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับทั้งความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Morrison, 2013) จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และยังถูกจัดเป็นอันดับที่ 14 ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกด้วย (Trip Advisor, 2021)

4) ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว Tourism Authority of Thailand (2021) กล่าวไว้ว่าการฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 เน้นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นสำคัญ โดยการผลักดันการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเน้นการเพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ภายในภูมิภาค เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3 โครงการทัวร์เที่ยวไทย โครงการคนละครึ่ง เป็นต้น ถือเป็นเครื่องมือช่วยกระตุ้นการเดินทางในประเทศให้นักท่องเที่ยวสนใจออกเดินทางภาวะวิกฤตโรคระบาดนี้

5) ด้านมาตรการการเข้าออกพื้นที่ Tourism Authority of Thailand (2021) ได้ให้ข้อมูลเงื่อนไขของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าร่วมภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีรายละเอียดคือ

5.1 ต้องเดินทางมาจากประเทศความเสี่ยงต่ำหรือปานกลางตามเกณฑ์ที่กระทรวงสาธารณสุขและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนด

5.2 ต้องมีประกันสุขภาพที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายการดูแลสุขภาพและรักษาพยาบาล (รวมการรักษาโควิด 19) ในวงเงินไม่น้อยกว่า 100,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ

5.3 ต้องมีใบแสดงผลว่าไม่ติดเชื้อโควิด 19 (วิธี RT-PCR) ไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนการเดินทาง

5.4 ต้องได้รับวัคซีนครบถ้วนอย่างน้อย 14 วัน ก่อนการเดินทาง และมีเอกสารรับรองการได้รับวัคซีน (Vaccine Certificate)

5.5 มีการติดตั้งระบบติดตามหรือใช้แอปพลิเคชันตามที่ทางราชการกำหนด

5.6 ต้องเข้ารับการตรวจหาเชื้อโควิด-19 จำนวน 3 ครั้ง หากพำนักในภูเก็ตไม่น้อยกว่า 14 วัน

5.7 ต้องแสดงเอกสารยืนยันการจองและชำระเงินที่พักตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA Plus คือ พนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 แล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของทั้งองค์กร และร้อยละ 100 ของพนักงานหน้าด่าน (Frontline) ที่ต้องเจอแขกทุกวัน (Mala, 2021)

5.8 กรณีพำนักรู้สึกเหนื่อยน้อยกว่า 14 วัน จะต้องเดินทางออกจากประเทศไทยเท่านั้น

5.9 ต้องพำนักรู้สึกเหนื่อยไม่น้อยกว่า 14 วัน จึงจะสามารถเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยได้ (ข้อมูลวันที่ 28 มิถุนายน 2564) จากการศึกษาความเชื่อมั่นทั้ง 5 ด้าน ทำให้เกิดสมมติฐานคือ ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้แนวทางการเพิ่มความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบ ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทราบถึงเงื่อนไขและนโยบายของการให้บริการทางการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต

2. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสำหรับภาคเศรษฐกิจของไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด แนวทางการพัฒนาต่อยอดนโยบายด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นที่มีศักยภาพต่อไปได้

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเข้าจังหวัดภูเก็ต ปี 2562 มีประมาณ 3.9 ล้านคน (Ministry of Tourism & Sport, 2019) จากการศึกษาของสูตร Cochran (1977) ที่ 385 ชุด ในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ชุด เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการแจกแบบสอบถาม ในลักษณะการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ เพื่อสอดคล้องกับนโยบายอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ ในช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2564 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือคือ แบบสอบถามตามแนวทางของวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดไว้แบ่งออกเป็น 4 ตอน และนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมาตรวจหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขข้อบกพร่องได้ค่าเท่ากับ 0.67–1.00 และมีความความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 จากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่า ค่า Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.89 ถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความเที่ยงระดับสูงและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลความเชื่อมั่นต่อการเดินทางในภาวะวิกฤตของนักท่องเที่ยวชาวไทยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 สถานภาพโสดจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการสอบถามด้านความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยภาพรวมของความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในภาวะวิกฤตของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	Rank
1. ด้านการให้บริการ	4.37	.545	มากที่สุด	3
2. ด้านความปลอดภัย	4.58	.549	มากที่สุด	1
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.58	.484	มากที่สุด	1
4. ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.48	.531	มากที่สุด	2
5. ด้านมาตรการการเข้า-ออกพื้นที่	4.35	.557	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.45	.453	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยภาพรวมของความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความเชื่อมั่นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.45 เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เท่ากัน

1. เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านความปลอดภัยพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุดคือ มีจุดตรวจวัดอุณหภูมิ จุดบริการล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์ให้บริการอย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมาคือบุคลากรและผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวได้รับวัคซีนป้องกันโควิด 19 ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59

2. เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุดคือ มีการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ซึ่งดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือมีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สะดวกครบถ้วน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 มีโรงพยาบาลที่ให้บริการในพื้นที่ในระดับมาตรฐานสากลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ

3. ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุดคือ มีนโยบายแบบยืดหยุ่นในการยกเลิกหรือเปลี่ยนวันเวลาเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดทำโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พักจัดทำแพคเกจรวมห้องพัก อาหาร รถรับ-ส่ง และการตรวจโควิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีนโยบายส่งเสริมให้สถานประกอบการผ่านมาตรฐาน SHA Plus มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ตามลำดับ

4. ด้านการให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุดคือ มีระบบการจอง การยืนยันที่พักที่สะดวกและทันสมัยในรูปแบบออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ มีจุดบริการตรวจโควิดก่อนการเดินทางเข้าที่พักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีบริการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางเข้า-ออก โดยเจ้าหน้าที่ผู้มีความรู้ ความชำนาญ และมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกตลอดการท่องเที่ยว เช่น การติดตั้งแอปพลิเคชัน การให้ความช่วยเหลือในภาวะฉุกเฉิน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

5. ด้านมาตรการการเข้าออกพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวได้รับวัคซีนครบถ้วนอย่างน้อย 14 วัน ก่อนการเดินทาง และมีเอกสารรับรองการได้รับวัคซีน (Vaccine Certificate) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ มีประกันสุขภาพที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายการดูแลสุขภาพและรักษาพยาบาล (รวมการรักษาโควิด-19) และมีใบแสดงผลว่าไม่ติดเชื้อโควิด 19 ด้วยการตรวจวิธี RT-PCR ไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนการเดินทางมีค่าเฉลี่ยที่ระดับเท่ากัน เท่ากับ 4.49 มีการแสดงเอกสารยืนยันการจองและชำระเงินที่พักตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA PLUS มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพราะจุดหมายปลายทางมีแบบแผนในการรองรับการบริการในสภาวะวิกฤตในระดับสากลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือ ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะจุดหมายปลายทางมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพราะมั่นใจในมาตรการความปลอดภัยบนมาตรฐาน SHA ของจุดหมายปลายทางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ ส่วนของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมอยู่ที่ 1.018 อาจเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอด เช่น ทัศนคติ การรับรู้ ช่วงอายุ ช่วงเวลาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสถานการณ์บ้านเมือง ทำให้ยากต่อการคาดการณ์อนาคต จึงเป็นผลให้เกิดค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าสูง

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาวะวิกฤตแตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาวะวิกฤตแตกต่างกัน ยกเว้นเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพ

สมมติฐานที่ 2 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต

ผลการศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต ทั้ง 5 ด้าน พบว่ามี 2 ด้านคือด้านการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านมาตรการการเข้า-ออกพื้นที่ที่มีอำนาจ ในการทำนายนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาวะวิกฤตได้ที่ร้อยละ 18 มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาตัวแปรอิสระในรายชื่อย่อยทุกตัวเพิ่มเติม เพื่อหา ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระด้านความเชื่อมั่นรายชื่อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของ นักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตได้ผลดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระด้านความเชื่อมั่นรายชื่อย่อยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต

Variables	Regression Coefficients					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T-Test	P-Value	Rank
	B	Std. Error	Beta			
- Constant	.161	.397		.407	.684	
- โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ = $X_{4.2}$	.268	.061	.209	4.381	.000**	1
- นักท่องเที่ยวเดินทางมาจากประเทศหรือพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่ำหรือปานกลางตามเกณฑ์ที่กำหนด = $X_{5.1}$	.218	0.42	.233	5.169	.000**	2
- มีโรงพยาบาลที่ให้บริการในพื้นที่ในระดับมาตรฐานสากล = $X_{3.3}$	-.212	.087	-.130	-2.424	.016*	3
- มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลการจัดทำเอกสารในการเข้า-ออกจังหวัด = $X_{1.2}$	.205	.077	.146	2.672	.008**	4
- มีจุดบริการตรวจโควิดก่อนการเดินทางเข้าที่พัก = $X_{1.6}$	.204	.072	.145	2.829	.005**	5
- การเข้ามาท่องเที่ยวไม่ต้องผ่านการกักตัว = $X_{1.3}$	.155	.038	.188	4.065	.000**	6
*P < 0.05; **P < 0.01						
$R^2 = 0.269$						

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นรายช้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยพิจารณาจากลำดับที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายพบว่ามี 5 ช้อย่อยส่งผลในทิศทางบวก คือ

1. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน คนละครึ่งฯ ($X_{4.2}$)
2. นักท่องเที่ยวเดินทางมาจากประเทศหรือพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่ำหรือปานกลางตามเกณฑ์ที่กำหนด ($X_{5.1}$)
3. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลการจัดทำเอกสารในการเข้าออกจังหวัด ($X_{1.2}$)
4. มีจุดบริการตรวจโควิดก่อนการเดินทางเข้าที่พัก ($X_{1.6}$)
5. การเข้ามาท่องเที่ยวไม่ต้องผ่านการกักตัว ($X_{1.3}$) ส่งผลไปในทิศทางบวก และพบว่ามี 1 ช้อย่อยที่ส่งผลในทิศทางลบ คือ มีโรงพยาบาลที่ให้บริการในพื้นที่ในระดับมาตรฐานสากล ($X_{3.3}$) พบว่า หากจุดหมายปลายทางมีสถานพยาบาลที่ให้บริการในระดับสากลน้อยก็จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นไปในทิศทางลบเช่นกันตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวมสามารถทำนายอำนาจการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตได้ร้อยละ 26.90

สรุปผลและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 สถานภาพโสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80

2. ผลการศึกษาความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด โดยใช้โครงการนำร่องภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เป็นต้นแบบ ในภาพรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า

2.1 ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด คือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีจุดตรวจวัดอุณหภูมิ จุดบริการล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์ให้บริการอย่างเพียงพอมากที่สุด รองลงมาคือบุคลากรและผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวได้รับวัคซีนป้องกันโควิด 19 ครบถ้วน และสถานที่แหล่งท่องเที่ยว ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ตามลำดับ สอดคล้องกับ Batra (2008) กล่าวว่าความปลอดภัยมีความสำคัญที่จะให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากกว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ความสำเร็จหรือล้มเหลวของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ Tangtenglam & Pongpanich (2021) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

2.2 ความเชื่อมั่นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ซึ่งดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากที่สุด รองลงมาคือมีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สะดวกครบถ้วน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และมีโรงพยาบาลที่ให้บริการในพื้นที่ในระดับมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Morrison (2013) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ Tantiwarachai & Mungmee (2018) ศึกษาเรื่องปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวนร้อยปี ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากที่สุด จึงทำให้ทราบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยที่จะช่วยสนับสนุนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด

3. ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากผลของตารางที่ 4 ที่เป็นรายชื่อย่อของเชื่อมั่นแต่ละด้านพบว่า มีข้อย่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต พิจารณารายข้อย่อพบว่า โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน คนละครึ่ง ฯลฯ มีผลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด เสนอให้ผู้ประกอบการ อาทิ ร้านค้า โรงแรม ที่พัก ร้านอาหารที่ระลึกในย่านเมืองเก่าโบราณ ถนนคนเดินภูเก็ต หาดป่าตอง ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐให้ได้มากที่สุด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับสิทธิ์โครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3 จำนวน 2 ล้านสิทธิ์ โครงการคนละครึ่งระยะที่ 3 จำนวน 28 ล้านสิทธิ์ (Thairath Online, 2021) ได้มาจับจ่ายใช้สอยและสร้างมูลค่าเพิ่มต่อระบบเศรษฐกิจ และควรมีการสร้างแคมเปญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ ให้เกิดความรับรู้สอดคล้องกับนโยบาย จนกลายเป็นสิ่งกระตุ้นและสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาดได้

3.2 ด้านมาตรการการเข้าออกพื้นที่ในภาวะวิกฤต พิจารณารายข้อย่อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผู้ที่เดินทางมาจากประเทศหรือพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่ำหรือปานกลางตามเกณฑ์ที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด สิ่งที่พบจากแบบสอบถามคือ นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางมาโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีความกังวลเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในพื้นที่ จึงควรให้รัฐบาลมีการประกาศเรื่องการยกระดับตรวจคัดกรองการเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต ตามมาตรการการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้กับทุกเส้นทางเข้าออกจังหวัดภูเก็ตอย่างเข้มข้นเพื่อป้องกันการเฝ้าติดตามของเชื้อเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต ควบคุมหลักปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน D-M-H-T-T-A (The Government Public Relations Department, 2021) และแสดงแนวทางการแก้ไขหากมีการติดเชื้อระหว่างการเดินทาง ทั้งนี้ทุกฝ่ายควรใส่ใจให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย คลายความกังวลและสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาดได้

3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต พิจารณารายข้อย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีโรงพยาบาลให้บริการในระดับมาตรฐานสากล โดยจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลรัฐและเอกชนรวม 9 แห่ง รวมทั้งสถานอนามัย ตลอดจนสหคลินิกที่รองรับได้กว่า 2,410 เตียง (Bangkok Business, 2021) และสอดคล้องกับมาตรการรักษาพยาบาลของจังหวัดภูเก็ตที่มีการเตรียมเตียงและห้อง ICU รองรับผู้ป่วยประสิทธิภาพสูงเทียบเท่าโรงพยาบาลขนาดใหญ่และ Cohort ICU เพื่อรองรับผู้ป่วยโควิด 19 ที่มีอาการและมีความพร้อมในการจัดตั้งโรงพยาบาลสนามได้ภายใน 48 ชั่วโมง (The Government Public Relation Department, 2021) และผลการศึกษาพบว่า หากจุดหมายปลายทางมีสถานพยาบาลที่ให้บริการในระดับสากลน้อยก็จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นไปในทิศทางลบเช่นกัน และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีจุดบริการตรวจโควิดก่อนการเดินทางเข้าที่พักด้วยจึงแนะนำให้ผู้ประกอบการ อาทิ ด้านที่พักควรทำแพ็คเกจร่วมกับสถานพยาบาลที่ได้ผ่านการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการเครือข่ายตรวจ SARS-CoV-2 ด้วยวิธี Real Time RT-PCR เพื่ออำนวยความสะดวกในการตรวจหาเชื้อและมีใบรับรองผลที่สามารถใช้ทำเอกสารต่าง ๆ ในการเดินทาง ก็จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาดได้ ทั้งนี้จากจำนวนสถานพยาบาลทำให้เห็นได้ชัดว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพเพียงพอและพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาดด้วยเช่นกัน

3.4 ด้านการให้บริการ พิจารณารายข้อย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูล การจัดทำเอกสารในการเข้าออกจังหวัด และการเข้ามาท่องเที่ยวแบบไม่ต้องผ่านการกักตัว ถือเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต โดยโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์มีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสมถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2564 จำนวน 39,401 คน (Bangkok Business, 2021) รัฐบาลจึงควรเปิดรับนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงโรคต่ำแต่มีการใช้จ่ายสูง (Low Risk-High Return) ปรับลดมาตรการการกักตัวลงตามลำดับของความเสี่ยงไปจนถึงการเข้ามาท่องเที่ยวแบบไม่ต้องผ่านการกักตัว ควรมีการอบรมพนักงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เน้นให้บริการด้วยใจ พร้อมข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำเพื่อลดปัญหาการเข้าใจผิด เกิดความผิดพลาดและส่งผลต่อค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรยกระดับการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเพื่อพลิกโฉมภูเก็ตสู่สถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination) ในปี 2565 ภายใต้แนวคิด SUPRA ประกอบด้วย

- 1) Safety สร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัย
- 2) Upgrading โดยการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและการยกระดับระบบสาธารณสุข
- 3) Pro-Poor การเยียวยาและดูแลประชาชนฐานราก สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงชีวภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (BCG Tourism)
- 4) Refine การพัฒนาปรับปรุงทักษะใหม่ ๆ ให้กับแรงงาน ควบคู่ไปกับการเพิ่มมูลค่าสินค้า
- 5) Activities จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจกรรมระดับโลกด้วย (Bangkok Business, 2021) จะได้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาดได้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตควรให้ความสำคัญเรื่องความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตให้ครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน เพราะนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุก ๆ ด้าน
2. รัฐบาลควรมีการศึกษามาตรการการลดจำนวนวันในการกักตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่ำหรือปานกลาง โดยต้องมีผลการฉีดวัคซีนครบโดสและได้รับการรับรองจากองค์การอนามัยโลกเป็นเวลาอย่างน้อย 14 วัน มีใบแสดงผลว่าไม่ติดเชื้อโควิด 19 ด้วยการตรวจวิธี RT-PCR ไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนการเดินทาง แสดงต่อต้านตรวจก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต
3. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร รถเช่า ควรเข้าร่วมนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต โดยเฉพาะโครงการมาตรฐาน SHA หรือ SHA PLUS ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ให้เห็นว่าผู้ให้บริการได้รับวัคซีนเรียบร้อยแล้ว และรัฐบาลควรมีการกระจายวัคซีนให้กับผู้บริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการต่อยอดการทำวิจัย

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางสร้างความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวต่อการปฏิบัติตนในรูปแบบปกติใหม่สำหรับการเดินทางในช่วงภาวะวิกฤตโรคระบาด
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการในการอำนวยความสะดวกของการเดินทางในช่วงภาวะวิกฤตโรคระบาดทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

References

- Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA). (2020). **Hygiene Safety Standards**. Retrieved from <https://www.thailandsha.com/index>
- Bangkok Business. (2020). **TAT Tightens Measures to Deal with COVID-19 for Build Confidence in Thai Tourism**. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/912701>
- Bangkok Business. (2021). **The Number of Covid 19 Increase, What Happened at “Phuket Sandbox”?**. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/social/961972>
- Bangkok Business. (2021). **A Spokesperson Revealed that the Prime Minister is Preparing to Transform Tourism in 2022, with the Total Amount Exceeding 1 Million People**. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/963498>
- Bank of Thailand. (2020). **The Impact of the Covid-19 Crisis on the Global Economy**. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256302TheKnowledge_ThisTimeisDifferent.aspx
- Batra, A. (2008). Foreign Tourist’s Perception toward Personal Safety and Potential Crime While Visiting Bangkok. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 84–101.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons
- Currall, S. C. & Judge, T. A. (1995). Measuring Trust between Organizational Boundary Role Persons. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64(2), 151–170.
- Dechakupt, J. (2006). **Introduction to Service Psychology**. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Press.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). **Principles of Marketing**. New Jersey : Prentice–Hall.
- Lunkam, P. (2021). **Tourism and Hotel Businesses after COVID–19**. Retrieved from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21>
- Mala, D. (2021). **Phuket Tourism Business Wailed Unclear Sandbox**. Retrieved from <http://thestandard.co/phuket-tourism-business-wailed-unclear-sandbox-laws/>
- Ministry of Tourism & Sport. (2019). **Domestic Tourism Statistics**. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=618
- Morrison, A. (2013). **Marketing and Managing Tourism Destinations**. New York : Routledge.
- Smith, C. L. (1997). **National Audubon Society Field Guide to Tropical Marine Fishes of the Caribbean, the Gulf of Mexico, Florida, the Bahamas, and Bermuda**. New York : Alfred A. Knopf.

- Tangtenglam, S. & Pongpanich, A. (2021). Factors Affecting the Selection of New Normal Thai Travel. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 12–24.
- Tantiwarachai, J. & Mungmee, P. (2018). **Satisfaction Factors Affecting Thai Tourists' Decision Making on Travelling to 100 Years Klong Suan Market, Bang Bo District, Samutprakarn Province**. Bangkok : Dhonburi Rajabhat University.
- Techasriamornrat, S. (2021). **Summary of 'Phuket Sandbox' to 'Samui plus Model' Before Opening the Country in 120 Days**. Retrieved from <https://workpointtoday.com/phuket-sandbox-samui-plus>
- Thai Health. (2021). **People's Guide to Vaccination against COVID**. Retrieved from <http://www.thaihealth.or.th/Books/714/>
- Thairath Online. (2021). **Check the Conditions before Preparing to Register for the Project "We Travel Together" Phase 3**. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/business/economics/2199536>
- Thairath Online. (2021). **Konlakhung, Phase 3, Left Over 5 Hundred Thousand Rights, New Applicants Receive A Limit of 3,000 Baht**. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/business/economics/2211972>
- The Government Public Relations Department. (2021). **Department of Health Recommends Wearing a Mask Correctly, Adheres to the D-M-H-T-T-A Principle to Prevent Covid**. Retrieved from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/15501>
- Trip Advisor. (2021). **World Top Destinations**. Retrieved from <https://th.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations-cPopular-g>
- Tourism Authority of Thailand. (2021). **General Information – Phuket Sandbox**. Retrieved from <https://www.tatnews.org/2021/06/initial-information-phuket-sandbox/>
- Tourism Council of Thailand. (2021). **Thailand Tourism Business Confidence Index 1st Quarter in 2021**. Retrieved from <http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2021>