

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

Factors Influencing the Decision to Travel Nature Tourism in Phuket
of Thai Tourists after the Spread of COVID-19



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

Factors Influencing the Decision to Travel Nature Tourism in Phuket
of Thai Tourists after the Spread of COVID-19



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ผู้วิจัย นรินลักษ์ โรจนวรรณะวิช



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.รพีสร เพื่องเกษม

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

นิรินลักษ์ โรจน์วรรณะวิช. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2566, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (92 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุมนา ธีรภิตติกุล

บทคัดย่อ

จากการศึกษามุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566 และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ. 2566 เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ในงานวิจัยนี้จะเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) t-test และ One-way ANOVA และ Multiple Regression

ผลการค้นคว้าพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการสนองความต้องการของตนเอง เพราะการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 นักท่องเที่ยวมีความพอใจสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต จึงมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด และ 2) ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ต่อมาคือ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับและปัจจัยมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุดและด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ รองลงมา

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ, การแพร่ระบาดโควิด-19

Rodwannawich, N. Master of Business Administration, March 2023, Graduate School, Bangkok University.

Factors Influencing the Decision to Travel Nature Tourism in Phuket of Thai Tourists after the Spread of COVID-19 (92 pp.)

Advisor: Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTRACT

This study aims to investigate a level of Ecotourism (natural way of traveling) influencing Thai visitors' decision-making on visiting Phuket province during January 2023 and so that potential factors towards their decision-making explored on a natural way of trekking in January 2023 in particular. It is quantitative and qualitative research, of which the 400 samples of Thai visitors have traveled in such a way here before in the province. The statistical tools included Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, One-Way ANOVA, and Multiple Regression.

It found that 1) the visitors have gained a certain level of decision-making on visiting Phuket after the pandemic Covid-19 had lasted to end due to their demands. Apart from this, they are likely to travel here with their preferences on Phuket's particular tourist attractions and to spend time during holidays. And 2) 5A's, schemed factors of marketing tourism cause the Thai visitors' decision-making to travel in such a way in Phuket after the relief of the 19-pandemic disease. Tourist attractions, the attractions factor, were rated most while accommodation followed. Other factors that include Activities, Accessibility, and Destination Amenities are rated less. In terms of hygienic safety and the pandemic Covid-19 control, in a particular way, influenced Thai visitors' decision-making regarding natural trekking in Phuket are generally the highest rate after the pandemic Covid-19 when the violation of crime, personal property, and various accidents is rated high.

Keywords: Decision-making, Ecotourism, Pandemic Covid-19

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลาย ๆ ท่าน ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สุมนา อีร์กิตติกุล ที่ให้คำปรึกษาและแนวคิดต่าง ๆ ในการวิจัยการตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องรวมถึงอาจารย์กรรมการสอบที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้การศึกษานี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ รวมถึงผู้เขียนตำราเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ

ซึ่งผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ขอขอบคุณคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้วิชาความรู้อันถือเป็นพื้นฐานในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ข้าพเจ้าหวังว่าประโยชน์และคุณค่าของการค้นคว้าครั้งนี้จะมีประโยชน์แก่ผู้สนใจ และเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการที่จำข้อมูลต่าง ๆ ไปศึกษาและดำเนินการต่อไป

นิรินลักษณ์ โรจนวรรณะวิช

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	19
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's)	21
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด (Personal Safety)	23
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	35
3.2 การกำหนดประชากรและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	35
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	39
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ประเภทของงานวิจัย	
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล	43
4.2 ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)	45
4.3 ส่วนที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุม โรคระบาดโควิด-19	51
4.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	53
4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	55
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	68
5.2 การอภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	85
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	43
ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ภาพรวม	45
ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	46
ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	47
ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านที่พัก (Accommodation)	48
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	49
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	50
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19	51
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยวด้านอาชญากรรมทางร่างกาย และทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ	51
ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19	52
ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาด โควิด-19 จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test	55
ตารางที่ 4.13: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาด โควิด-19 จำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.14: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาด โควิด-19 จำแนกตามสถานภาพ	57
ตารางที่ 4.15: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาด โควิด-19 จำแนกตามอาชีพ	58
ตารางที่ 4.16: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาด โควิด-19 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
ตารางที่ 4.17: แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อศึกษา การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	61
ตารางที่ 4.18: แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อศึกษา การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	62

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	3
ภาพที่ 1.2: แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	8
ภาพที่ 2.1: การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)	13
ภาพที่ 2.2: โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer behavior)	14
ภาพที่ 4.1: ภาพเกาะราชา	65
ภาพที่ 4.2: ภาพหาดป่าตอง	66
ภาพที่ 5.1: แหล่งท่องเที่ยวจังหวัด ภูเก็ต	75
ภาพที่ 5.2: มาตรการการควบคุมการเดินทางท่องเที่ยว	77
ภาพที่ 5.3: แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ”	79
ภาพที่ 5.4: สถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	80

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เหตุการณ์โรคระบาดในปัจจุบัน เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลก การดำรงชีวิตของประชากรทั่วโลกจึงต้องปรับตัวเพื่อป้องกันตนเองไม่ได้รับเชื้อจากผู้อื่น และการป้องกันตนเองไม่ให้แพร่เชื้อให้ผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้ทุกคนสามารถดำเนินชีวิตภายใต้ความระมัดระวังต่อโรคระบาดได้ จำเป็นที่สวมหน้ากาก และการพกแอลกอฮอล์ รวมถึงการทำ Social Distancing หรือการเว้นระยะห่างทางสังคม 1-2 เมตร ที่ถือเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากไวรัสโควิด-19 นั้นสามารถติดต่อได้ผ่านละอองขนาดเล็กที่มาจากการไอหรือจามได้ ซึ่งถ้าหากอยู่ใกล้ชิดกันเกินไป ก็อาจทำให้ไวรัสเข้าร่างกายได้ ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้า ตลาด สถานบันเทิง โรงแรม ร้านอาหารของภัตตาคาร รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จำเป็นจะต้องปิดบริการเพื่อลดการใกล้ชิดของคนในสังคมที่จะช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทั้งนี้ จากผลของการปิดบริการของสถานที่ต่าง ๆ ส่งผลเสียกับระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจหลากหลายกิจการมีรายได้ลดน้อยลงหรือไม่มียาได้เข้ามาหมุนเวียนในกิจการ จึงทำให้หลายกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องปรับตัว เพื่อชะลอค่าใช้จ่ายในภาวะโรคระบาดโควิด-19 และเตรียมพร้อมในการกลับมาดำเนินกิจการต่อไปหลังจากวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 ผ่านพ้นไป (“สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19”, 2564)

ไวรัสโควิด-19 ได้กลายพันธุ์ส่งผลให้จำนวนผู้ที่ต้องการเดินทางจากนอกที่ต้องการเข้ามาภายในประเทศในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ต่ำจากระยะเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 เพราะการเที่ยว ในประเทศของคนไทย (ไทยเที่ยวไทย) ที่หดตัวลงร้อยละ 30.77 และส่งผลกระทบต่อเกิดโดยตรงกับแหล่งต่าง ๆ ทั้งไทยและทั่วโลก รวมทั้งกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ทุกประเทศรวมถึงประเทศไทยใช้ลดความเสียหายที่เกิดขึ้น และที่สำคัญคือบทบาทกับการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันในการบูรณะแหล่งท่องเที่ยวของไทย ในฐานะกลไกหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เติบโตต่อเนื่อง (ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี, 2563)

ทางศูนย์บริหารสถานการณ์ที่เกิดโรคระบาดติดต่อกัน (โควิด 19) กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) ได้มีการกำหนดมาตรการเพื่อจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวทุกจังหวัดให้สอดคล้องมาตรการผ่อนคลายเป็นไปตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อรับมือสำหรับรองรับคนที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแต่ละจังหวัด ได้สั่งการไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดดำเนินการตามความเหมาะสมกับพื้นที่ โดยยึดหลัก 5 มาตรการ ได้แก่ (1) สำรวจพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ สภาพชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (2) จัดระเบียบและแบ่งใช้พื้นที่ให้มีความชัดเจน (3) จัดสรรดูแลและบริหารจัดการ

ระบบการจราจร รวมทั้งประชาสัมพันธ์การใช้เส้นทางให้แก่ผู้คนที่เพื่อลดการแออัดในพื้นที่ (4) กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ทั้งเรื่องความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และ (5) รณรงค์ให้ผู้ดูแลและผู้มาเยือนใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” ให้เป็นส่วนของการใช้ชีวิตปกติ และสร้างความเข้าใจให้ทุกภาคส่วน (ศูนย์ข้อมูล COVID-19 จังหวัดสิงห์บุรี, 2564)

หลังจากสิ้นสุดของการแพร่ระบาด ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ โครงสร้าง ความต้องการใหม่ และชีวิตวิถีใหม่ ซึ่งได้บอกไว้ในบทความนี้เช่นกันว่ากรณีชีวิตวิถีใหม่ ของประเทศไทยจะเป็นโครงร่างใหม่อย่างที่กำลังถกเถียงกัน หรือยังคงเป็นแค่วิถีปกติแบบเดิม ๆ (Old Normal) รวมทั้งแนะนำอีกคำที่น่าสนใจคือ “Next Normal” หรือ “วิถีปกติระยะถัดไป” ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายในช่วงวิถีปกติระยะที่สถานการณ์ ภายใต้อิทธิพลของโรคระบาดยังมีอยู่โดยมีแนวทาง รองรับกับประเด็นท้าทายนี้ อย่างไรก็ตาม จากบทเรียนของ โควิด-19 ในครั้งนี้จะตระหนักในภาคส่วนการท่องเที่ยวกับอุปสรรคที่เกิดจากโรคระบาดร้ายแรง (Pandemic) ว่าเป็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ตลอด และมีผลเสียในลักษณะ “โดมิโน” ที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกการมีระบบป้องกันความเสี่ยงที่ได้มาตรฐานทั้งในระดับประเทศระดับพื้นที่ และในกิจการจนไปถึงห่วงโซ่อุปทาน ควรเป็นภาคบังคับในการเป็นปัจจัยที่ประเทศต้องพิจารณาถึงการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของนโยบายใหม่ว่าจะเดินหน้าไปสู่ความยั่งยืน ได้อย่างไร (Tourism Economic, 2563)

ซึ่งในเชิงธรรมชาติหรือเที่ยวในเชิงนิเวศนั้นมุ่งเน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์เองอีกด้วยหรืออาจทำความเข้าใจง่าย ๆ ก็คือการท่องเที่ยวสีเขียว (GREEN TOURISM) ซึ่งถือเป็นการพักผ่อนในสถานที่ทางธรรมชาติโดยที่สีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติในช่วงที่กระแสดูแลสิ่งแวดล้อมได้แพร่ขยายไปทั่วโลกในประเทศไทยเองก็ไม่ได้นิ่งนอนใจเพราะเริ่มมีการตื่นตัวในการให้ความใส่ใจกับโครงการการท่องเที่ยวในเชิงรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้คนไทยทุกคนตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่เป็นห่วงใยกับธรรมชาติไม่ทำลายธรรมชาติไปมากกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติต้องรับผิดชอบต่อธรรมชาติแล้วยังต้องการความเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยให้แต่ละท้องถิ่นมีการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับหลักการเพื่อให้มีความสมดุลในระบบธรรมชาติที่เราจะนำมาประกอบการกำหนดแนวทางในการพัฒนาด้านพักผ่อนและยังควบคู่กับการใส่ใจสภาพแวดล้อมนั้นต้องพิจารณาซึ่งเป็นเหตุที่สำคัญก็คือ คนกลุ่มที่ตระหนักถึงการดูแลต้นไม้เป็นอย่างมาก ซึ่งในฐานะผู้บริหารโภคสิ่งเหล่านี้ด้านการพักผ่อนภาพรวมทั้งหมดที่มีรอบตัวต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองทางธรรมชาติและสิ่งที่ผู้คนได้รังสรรค์ขึ้น เช่น ศิลปะวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติ จารีต วิถีชีวิตที่เกิดขึ้นในแต่ละเฉพาะถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก จัดเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของภาคใต้ในทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย มีเกาะบริวาร 32 เกาะ ซึ่งเป็นที่รู้จักในเรื่องของหาดทรายที่สวยงาม น้ำทะเลใส ท้องทะเลที่งดงามเหมาะสำหรับนักดำน้ำ รวมทั้งมีโรงแรมห้างร้านอย่างครบครันในอดีตส่วนใหญ่ คนที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจจะเป็นคนจีนที่ทำเหมืองแร่ และพ่อค้าคนกลางขายยางพารา ความเจริญที่มาจากคนจีน ซึ่งเห็นได้จากศาลเจ้าจีนที่ตั้งอยู่เรียงรายในตัวเมืองภูเก็ต เพื่อฉลองเทศกาลถือศีลกินผักในเดือนตุลาคมของทุกปีแต่ปัจจุบันความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ มาจากแหล่งบันเทิงที่พัฒนาเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเปรียบได้จากผู้ที่มาเยือนจากทั่วโลกที่ค้นพบถึงความงดงามของ แสงอาทิตย์และทะเลที่ภูเก็ตมีไว้รองรับ และยังมีป่าเขาลำเนาไพร วนอุทยานแห่งชาติ โครงการคืน ชะนีสู่ป่า รวมทั้งการนั่งช้างชมป่า (พลอยจันทร์ สุขคง, 2560)

ภาพที่ 1.1: สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต



ที่มา: ณภัทร ศรีหมื่น. (ม.ป.ป.). สถานที่ท่องเที่ยว จ.ภูเก็ต. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/portfolionapatsorn07/sthan-thi-thxng-theiyw-c-phuket>.

ขณะนี้เมื่อโรคระบาดในประเทศไทยได้ควบคุมสถานการณ์ในระดับหนึ่ง และมีมาตรการผ่อนปรนเพิ่มเติมสถานบันเทิงห้างร้านต่าง ๆ กิจกรรมและกีฬาที่เสี่ยงปานกลางถึงสูงสามารถวกลับมาเริ่มเปิดได้ตามปกติ แต่ลักษณะการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนได้ปรับเปลี่ยนไปมาก ทั้งจากตัวแปรของความวิตกในสุขภาพ ความปลอดภัยและเรื่องความสะอาดปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นยังมีค่านึงถึงรายจ่ายที่เป็นผลมาจากเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ดังนั้นจึงมีต้องวิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังจากลดการระบาดโควิด-19 เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ส่วนผู้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และเกิดสารสนเทศที่ได้รับมาให้กับผู้ที่สนใจ ศึกษาความต้องการของผู้มาเยือนในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงในธุรกิจท่องเที่ยวในเขตอื่น ๆ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยนี้มีสมมติฐานของงานวิจัย ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

1.3.2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

1.3.3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขตของการศึกษางานวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นวิจัยแบบผสม แบ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

(5A) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด (Personal Safety) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- 1.1) เพศ
- 1.2) อายุ
- 1.3) สถานภาพทางการสมรส
- 1.4) อาชีพ
- 1.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ประกอบด้วย

- 2.1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)
- 2.2) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- 2.3) ที่พัก (Accommodation)
- 2.4) กิจกรรม (Activities)
- 2.5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

3) มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

1.4.3 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.3.1 ประชากร

ประชากรที่จะใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 118,466 คน อ้างอิงข้อมูลในปี พ.ศ. 2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้จะเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดภูเก็ต ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณตามสูตร ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran (1977 อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95% ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05 ดังนั้นจากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมิถุนายน-กันยายน 2565

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณสมบัติเฉพาะที่แตกต่างกัน คุณสมบัติจะผลต่อผู้รับข้อมูลในการทำการสื่อสาร จำนวนผู้รับข้อมูลก็มีผลการสื่อสาร วิธีการที่ดีที่สุดในการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ย

1.5.2 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง ทางเลือกถูกสร้างขึ้นโดยเริ่มจากความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน (Need) หรือ ปัญหาที่พบจากภายนอก (Problem) เข้ามามีผล เช่น โฆษณาการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ เป็นต้น

1.5.3 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หมายถึง การเน้นด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติ เพื่อให้คนตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ และไม่ทำลายธรรมชาติ

1.5.4 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ประกอบด้วย

1.5.4.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) หมายถึง สิ่งที่เป็นสาเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้ผู้มาเยือนต้องการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติหรือสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการมาพักผ่อนหรือมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ งานเทศกาล สวนสนุก สวนสัตว์และกิจกรรมการประชุม

1.5.4.2 ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกสบาย สามารถเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างใกล้ชิด สภาพการเดินทางที่สะดวกสบาย

1.5.4.3 ด้านที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่มีไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยราคาที่หลากหลาย การบริการและความคุ้มค่า อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย

1.5.4.4 ด้านกิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้มีการจัดเตรียมขึ้นในสถานที่ เช่น การเดินป่า การดำน้ำ การศึกษาธรรมชาติ การดูโชว์สัตว์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมควรมีความหลากหลาย

1.5.4.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) หมายถึง สิ่งบริการที่นักท่องเที่ยวต้องได้รับ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้อย่างสะดวกสบาย เช่น อยู่ไม่ห่างร้านสะดวกซื้อ หรือ เส้นทางที่สะดวกสบาย เป็นต้น

1.5.5 ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด (Personal Safety) หมายถึง การเป็นอิสระจากเงื่อนไขที่ทำให้ตาย บาดเจ็บ และเกิดโรคจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในการท่องเที่ยว ไม่ให้เกิดการติดเชื้อหรือโรคระบาดซ้ำ

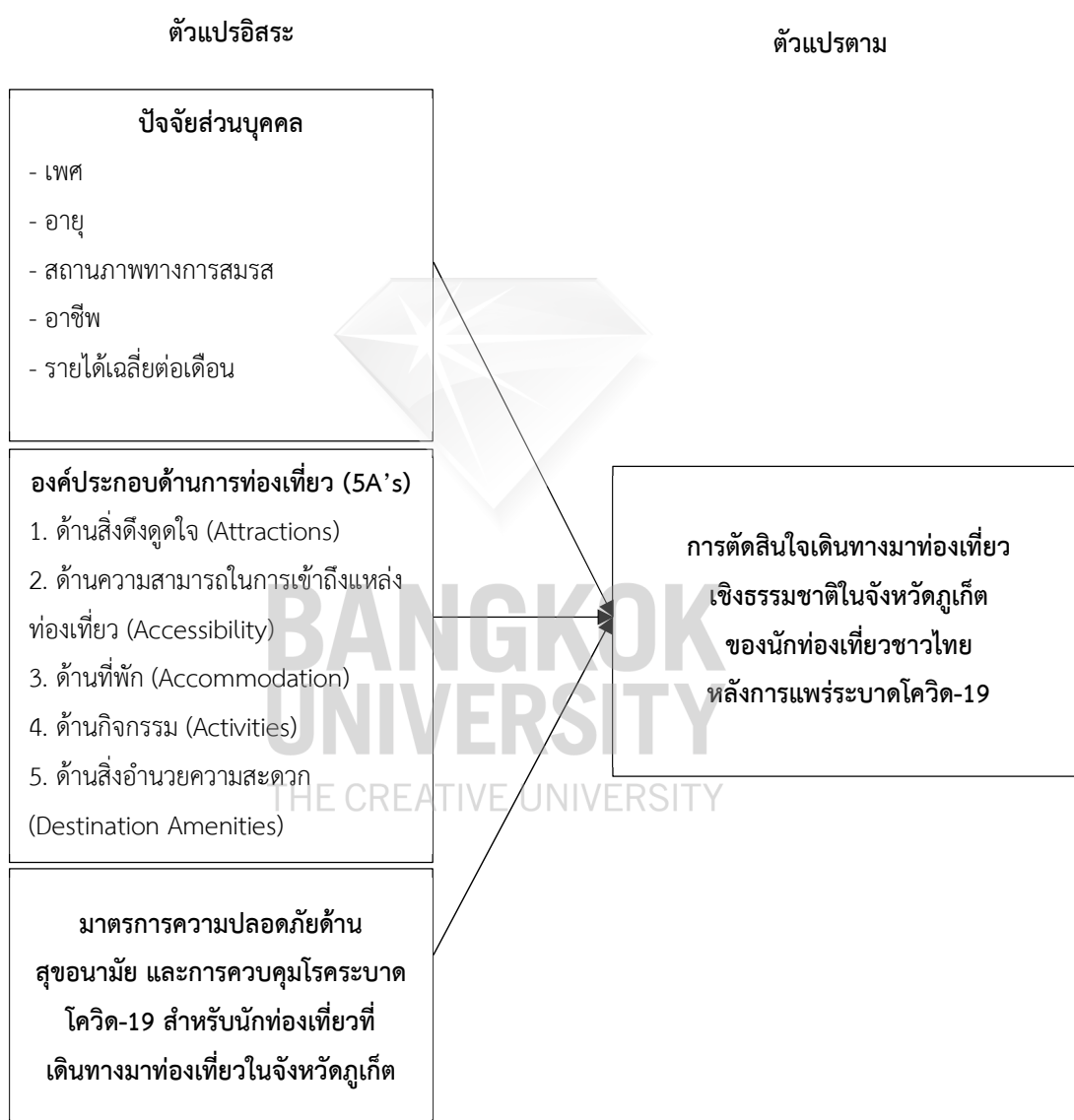
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ทราบถึงระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแผนการท่องเที่ยวประจำปีของจังหวัดภูเก็ต

1.6.2 ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแผนการท่องเที่ยวประจำปีของจังหวัดภูเก็ต

1.7 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในงานวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A's)
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด (Personal Safety)
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

การค้นคว้าความหมายปัจจัยส่วนบุคคล มีผู้ชำนาญการ ได้นิยามไว้ดังนี้ Singh (2018) ได้ให้นิยามของ “ข้อมูลส่วนบุคคล คือ ส่วนต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับระบุสิ่งที่แตกต่างกันในตัวบุคคล อาทิเช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และชนชั้นในสังคม (Social Class)”

Sari & Pidada (2020) “ข้อมูลส่วนบุคคล คือ ลักษณะเอกลักษณ์ของคน อาทิ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ ซึ่งเป็นลักษณะส่วนตัวที่ผู้ขายคำนึงถึง กลุ่มลูกค้าที่มีการเน้นว่าลูกค้าอยู่ในกลุ่มใดโดยขึ้นอยู่กับความชอบหรือความต้องการ และจำนวนของผู้ใช้”

เบญจอร งามอิมทรัพย์ (2560) กล่าวถึงตัวตนของบุคคล หมายถึง เอกสารอ้างอิงถึงตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ส่งผลกับผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักขายมักให้ความสำคัญ โดยใช้ความชอบของลูกค้าเป็นหลัก

ดุจเดือน ปัญไวยวัฒน์ และภัทริยา พรหมราชฤทธิ์ (2562) ได้ให้นิยามของการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นลักษณะความชอบส่วนตัว หมายถึง เหตุผลใช้กำหนดบอกความไม่เหมือนกันที่มีอยู่ในตัวคนนั้น ๆ เช่น อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย ระดับการศึกษา และรวมถึงอายุที่เข้าทำงาน

วัฒน์ วงศ์สุวรรณ และรุจิภาณุจันท์ สานนท์ (2563) นิยามว่า ข้อมูลส่วนตัว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งตัวกำหนดใช้ในส่วนแบ่งตลาดโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) เพศ สามารถแยกความปรารถนาของผู้ซื้อโดยดูจากเพศของผู้ซื้อ เป็นหลัก เพื่อเป็นตัวกำหนด ในตอบโจทย์ความปรารถนาของผู้ซื้อแต่ละเพศ ผู้ซื้อที่เพศไม่เหมือนกัน จะมีวิสัยทัศน์และมติดีแตกต่างกันไม่เหมือนกัน
- 2) อายุ กลุ่มผู้ซื้อที่มีอายุไม่เหมือนกัน จึงมีความต้องการของสินค้าและบริการที่ไม่เหมือนกันตามช่วงช่วงอายุ
- 3) สถานภาพทางครอบครัว ซึ่งแบ่งได้ 3 ประการ คือ การสมรส การเลิกการแต่งงาน ซึ่งอาจเกิดได้หลายกรณี คือ การสูญเสีย การแยกกันอยู่ การหย่าร้าง และการแต่งงานใหม่ โดยสถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญ แยกประเภทของสถานภาพทางการสมรสดังนี้
 - 3.1) โสด
 - 3.2) สมรส
 - 3.3) หม้ายและไม่สมรสใหม่
 - 3.4) หย่าร้างและไม่สมรสใหม่
 - 3.5) สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ได้มีการหย่าร้าง
- 4) รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) รายได้ระดับการศึกษาและอาชีพเป็นตัวกำหนดส่วนของตลาด เนื่องจากระดับการศึกษามีผลกับอาชีพ และอาชีพมีผลกับรายได้ และรายได้ก็เป็นตัวแปรที่จะส่งผลทำให้ผู้ซื้อเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

วันทิกา หิรัญเทศ (2556) นิยามคุณสมบัติเฉพาะ ซึ่งไม่เหมือนกันของคน คุณสมบัตินี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร การสื่อสารในสถานการณ์ที่ต่างกันนั้น จำนวนของผู้รับข้อมูลก็มีผลต่อการถ่ายทอดข้อมูล ดังนั้นวิธีการในการวิเคราะห์ผู้รับข้อมูลที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ก็คือการจำแนกผู้รับข้อมูลออกเป็นกลุ่มตามลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติส่งผลต่อการรับรู้การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

1) เพศ (Sex) หญิงชายมีความไม่เหมือนกันทั้งในด้านร่างกาย ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้ แสดงให้เห็นถึงความไม่เหมือนกันในเรื่องการ ไตร่ตรอง ความชื่นชอบ และความนึกคิดทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกำหนดบทบาท และกิจกรรมของเพศชายและเพศหญิงไว้ไม่เหมือนกัน

2) อายุ (Age) อายุเป็นเหตุที่ส่งผลต่อการแสดงออกในด้านการสื่อสารของคน เนื่องจากอายุ จะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บอกประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของคน ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำ ร้อนมาก่อน เรียกเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ เป็นต้น สิ่งนี้ล้วนบ่งชี้ว่าเป็นเครื่องแสดงความคิดความเชื่อ การโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล โดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีพิจารณาและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3) การศึกษา (Education) การศึกษา ความรู้เป็นอีกลักษณะที่มีอิทธิพลต่อผู้รับข้อมูล การ การศึกษาที่แตกต่างกัน ในช่วงเวลาที่ต่างกัน ในระบบของการศึกษาที่ไม่เหมือนกันทั้งในอดีตและ ปัจจุบันส่งผลอย่างมากต่อความคิด อุดมคติและความปรารถนา คนทั่วไปให้ความสนใจหรือยึด แนวความคิดของตนเองเป็นหลัก และบุคคลมักมีบางอย่างที่แสดงหรือบอกถึงพื้นฐานของการศึกษา หรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นที่ยอมรับให้คนมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ทางด้าน ครูก็มีผลต่อการพิจารณาผู้เรียน โดยการสอดแทรกความคิดของตนเองเข้าไป การศึกษาจึงมีผลในการ กำหนดและการเลือกสรรของผู้รับ

4) สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) หมายถึง เชื้อชาติ ถิ่น กำเนิด ภูมิฐานะ รากฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้ และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้สำคัญและมีผลต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับ ข้อมูลมีความสำคัญอย่างมากกับการตอบรับของผู้รับ ข้อมูลที่มีต่อผู้ส่งข้อมูลและสถานะภาพทาง สังคมและเศรษฐกิจทำให้ผู้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกัน มีแนวความคิด และจุดมุ่งหมายที่ไม่เหมือนกัน

5) ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นหนึ่งในผู้รับสารที่มีผลต่อตัวผู้รับสาร ทั้ง ทางด้านแนวความคิด และพฤติกรรมโดยที่ศาสนามีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ เป็น แนวทางแบบอย่างในการแสดงออกด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สรุปได้ว่า ข้อมูลส่วนบุคคล คือ ลักษณะที่ใช้ระบุ ความแตกต่างที่มีอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งจะประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ สถานะทางสังคมและศาสนา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว มีนักวิเคราะห์ ได้อธิบายไว้ดังนี้

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ศศิพร บุญชู (2560) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมการท่องเที่ยว ว่าเป็นการตัดสินใจหรือการกระทำกิจกรรมของแต่ละบุคคล เพื่อคาดคะเนการใช้หรือบริโภค สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยจะสามารถตอบสนองความปรารถนาได้

อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มีผลในการแสดงออกของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

วันทิกา หิรัญเทศ (2556) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมภายนอกที่ผู้อื่นสัมผัสได้ โดยใช้ประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว ที่รวมทั้งความรู้สึกความคิด และอารมณ์จะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นหลัก

ชวัลนุช อุทยาน (2554) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม โดยที่บุคคลอื่นอาจสังเกตหรือไม่สังเกตก็ตามเพื่อที่จะมุ่งเน้นในการตอบสนองความต้องการของตนเอง

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าเป็นกระบวนการในการตัดสินใจและกิจกรรมต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลซื้อสินค้าหรือใช้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งในการค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

การค้นคว้าเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค มีนักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้

Kotler & Keller (2014) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะแสดงความต้องการหรือพฤติกรรมออกมาจากผู้บริโภค โดยเกิดจากสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้า โดยผู้ผลิตไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าความรู้สึกนึกคิดได้เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบสนอง (Response)

สิ่งกระตุ้นการตอบสนอง (Stimulus-Response Model: S-R Model) ดังภาพที่ 2.1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นมักจะเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งเร้าจะเกิดขึ้นจากภายนอก นักการตลาดมักจะให้ความสนใจเป็นพิเศษเพื่อให้ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งจะใช้แรงจูงใจในด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกมีด้วยกัน 2 ส่วน คือ

1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) นักการตลาดจะสามารถควบคุมสิ่งกระตุ้นได้ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาด

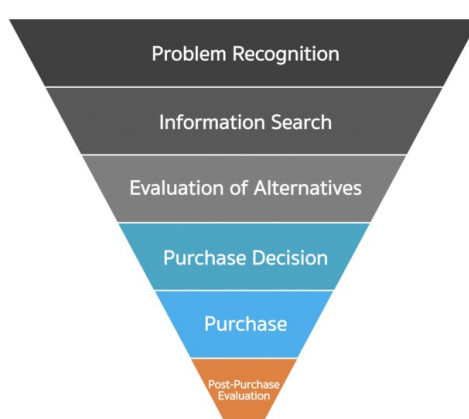
1.2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทหรือองค์กรเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2) กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ขายหรือผู้ผลิตนั้นไม่สามารถทราบได้ จึงต้องมีความพยายามที่จะค้นหาข้อมูลความต้องการของผู้ซื้อ แนวความคิดของผู้บริโภคได้มาจากลักษณะของผู้ซื้อที่มีปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนี้

2.1) ลักษณะผู้ซื้อ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสถานการณ์ และปัจจัยด้านเทคโนโลยี

2.2) กระบวนการตัดสินใจบริโภค ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ การตระหนักรู้ถึงปัญหาหรือความอยากความต้องการและการสืบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การประเมินผลของทางเลือกอื่น ๆ การยืนยันหรือการตัดสินใจซื้อ ที่สำคัญที่สุดคือการซื้อสินค้าและบริการ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที

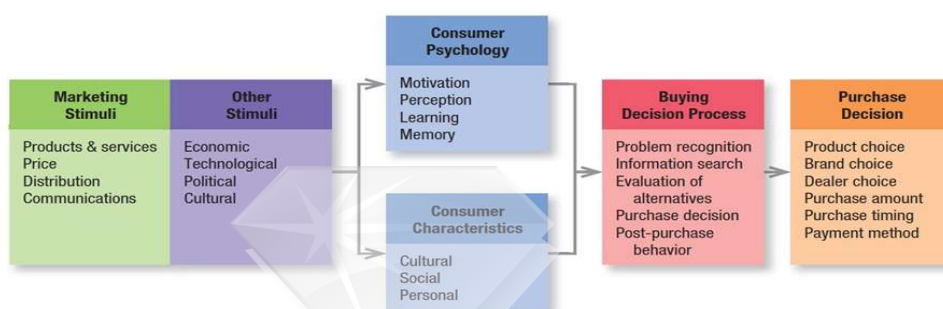
ภาพที่ 2.1: กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)



ที่มา: ปรีดี นกุลสมปรรณนา. (2564). *วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจให้ถูกจุด กับ TOWS Matrix*. สืบค้นจาก <https://www.popticles.com/author/popticles/>.

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buy's Response) การตัดสินใจของผู้บริโภค จะประกอบไปด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง การเลือกแบรนด์หรือตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการจัดซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

ภาพที่ 2.2: โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)



ที่มา: Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing management* (14th ed.). England: Prentice Hall.

จากการค้นคว้าเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สิ่งจูงใจ(Stimulus) กล้องดำหรือความคิดของผู้ซื้อ กับการตอบสนองของคนซื้อ (Buy's Response) โดยสิ่งจูงใจ(Stimulus) เป็นไปได้ 2 อย่างคือ อย่างที่ 1 สิ่งจูงใจทางการตลาด (Marketing Stimulus) แบ่งออกเป็น สิ่งจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งจูงใจด้านช่องทางการจำหน่าย และสิ่งจูงใจด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างที่ 2 สิ่งจูงใจอื่น ๆ (Other Stimulus) ได้แก่ สิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจ สิ่งจูงใจทางเทคโนโลยี สิ่งจูงใจทางกฎหมายและการเมืองและสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ส่วนกล้องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ แบ่งได้ 2 ส่วน ได้แก่ ลักษณะผู้ซื้อ ตัวกำหนดการซื้อและการตอบโต้ (Buy's Response) ประกอบไปด้วย การคัดกรองผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง การคัดกรองตราสินค้า การคัดกรองผู้ขาย การคัดกรองเวลาในการซื้อและการคัดกรองปริมาณการซื้อ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นักวิชาการ ได้กล่าวไว้ดังนี้ Johnston (2013) กล่าวว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนก่อนที่ผู้บริโภคหรือผู้มาเยือนจะตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ ในการใช้สินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว

สุรคุณ คณัฐยานนท์ (2556) พบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ การคัดสรรที่จะกระทำอะไรในทางเลือกที่ตั้งอยู่สองทางเลือกขึ้นไป และมีกระบวนการในการตัดสินใจ 8 ขั้นตอน ดังนี้ (1) บ่งชี้ปัญหา (2) บ่งชี้เกณฑ์ที่ใช้ตัดสินใจ (3) กำหนดน้ำหนักให้กับเกณฑ์เหล่านั้น (4) กำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ (5) พิจารณาตัวเลือก (6) เลือกตัวเลือกที่ได้ระบุไว้ (7) ดำเนินการตามตัวเลือกที่ได้ตัดสินใจ และ (8) ประเมินผลของการตัดสินใจ

อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ การกำหนดทางเลือกของนักท่องเที่ยวได้คิดไว้ โดยเริ่มจากการรู้ถึงความต้องการ (Need) หรือตระหนักถึงปัญหา (Problem) ซึ่งอาจเกิดจากความปรารถนา หรือเกิดจากสิ่งเร้าภายนอกเข้ามามีผล เช่น โฆษณา สื่อต่าง ๆ เป็นต้น

จากการค้นคว้าการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า เป็นการสร้างทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางขึ้นไป เริ่มมาจากการรับรู้ถึงความต้องการและปัญหาที่พบ เพื่อใช้ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจ

Kotler & Keller (2006) กล่าวว่า การเลือกใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 5 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1) การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) มีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่เกิดจากการจูงใจจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจ หรือดาราที่มีชื่อเสียงใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นต้น ซึ่ง Redish, Jensen & Johnson (2008) กล่าวว่า การรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการแล้วหรือมีปัญหาที่จะแก้ไขความต้องการนั้น ๆ จะมีแรงกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอก

2) การค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม (Information Search) จากที่ลูกค้าเกิดความต้องการแล้ว การศึกษา ค้นหาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ ซึ่ง Redish, et al. (2008) กล่าวว่า การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล เกิดจากความต้องการรวบรวมข้อมูล/ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรือต้องหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในการเก็บข้อมูล ซึ่งแหล่งข้อมูลหลัก ๆ ของลูกค้า นั้น ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

- 2.1) แหล่งข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย เป็นต้น
- 2.2) แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย ฉลากสินค้า เป็นต้น
- 2.3) แหล่งข้อมูลที่เปิดเผยทั่วไป ได้แก่ สื่อโฆษณา องค์กรที่จะลำดับสำหรับ
ผู้บริโภค เป็นต้น
- 2.4) แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ ได้แก่ การตรวจสอบสินค้า การใช้สินค้า
 เป็นต้น

3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้มีการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการได้แล้ว จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและประเมินผลของทางเลือกต่าง ๆ ได้ ซึ่ง Redish, et al. (2008) กล่าวว่า การประเมินทางเลือกของผู้บริโภค (Evaluation of Alternatives) ซึ่งประกอบด้วย 4 แนวคิดพื้นฐาน ดังนี้

- 3.1) ผู้บริโภคพยายามหาทางที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง
- 3.2) ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลและความเชื่อจากสินค้าที่เสนอทาง
แก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่
- 3.3) ผู้บริโภคมองสินค้าแต่ละตัวเสมือนกลุ่มคุณลักษณะของสินค้า
ซึ่งประโยชน์ของสินค้าแต่ละชนิดมีความไม่เหมือนกันที่ผู้ซื้อเลือกสรรเพื่อสนองความต้องการของตน
ซึ่งคุณลักษณะของสินค้าจะแตกต่างกันออกไปแต่ละชนิดของสินค้า
- 3.4) ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มตราสินค้า และความเชื่อมั่นใน
ตราสินค้านั้นจะนำไปสู่การสร้างภาพพจน์ที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า

โดยการประเมินทางเลือกจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่มีผลมาจากการเลือกที่จะรับรู้ เลือกที่จะบิดเบือน และเลือกที่จะเก็บข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งการประเมินคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของสินค้านั้นผู้บริโภคอาจให้น้ำหนักแต่ละคุณลักษณะของสินค้าที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของสรรพคุณต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

4) การตัดสินใจ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับการตัดสินใจที่สำคัญได้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยที่มีผลกระทบจากความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจ (Attitudes of others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) ซึ่งอาจจะทำให้ไม่เกิดการตัดสินใจ นอกจากนี้ Redish, et al. (2008) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Purchase Decision) ในขั้นการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะมีความชอบในตราสินค้าในกลุ่มสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งเขาอาจจะมีความตั้งใจที่จะเลือกใช้สินค้าที่เขามีความพอใจมากที่สุด อย่างไรก็ตาม มีปัจจัย 2 อย่างที่แทรกกระหว่างการตัดสินใจ ได้แก่

4.1) ทศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of others) ความคิดของคนอื่นจะมีอิทธิพล ทำให้ความชอบของผู้บริโภคที่ลดน้อยลงได้ โดยระดับของทัศนคติในด้านลบของผู้อื่นที่มีต่อทางเลือกที่ผู้บริโภคพอใจและแรงจูงใจในการตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดความคล้อยตามบุคคลอื่น

4.2) สถานการณ์ซึ่งไม่สามารถคาดเดาได้ (Unanticipated Situation Factors) ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากผลที่ทำให้ความตั้งใจของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ผู้ที่ต้องการซื้อตึกงาน มีความต้องการใช้ที่เร่งด่วน รวมถึงสภาพแวดล้อมนั้น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ราคาสินค้า ผู้ขาย ปริมาณที่จะได้รับ เวลาที่ใช้ และวิธีการชำระเงิน ยังส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการนั้นในขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคอีกด้วย

5) พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Behavior) หลังจากการตัดสินใจแล้ว ผู้บริโภคจะได้ใช้สินค้าได้รับรู้สรรพคุณของสินค้า และเกิดการกลับมาใช้สินค้าซ้ำอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดความพอใจ แต่ถ้าหากไม่พอใจอาจจะเลิกใช้สินค้าและบริการในครั้งต่อไป และจะส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภคใช้สินค้าและบริการได้น้อยลงตามไปด้วย นอกจากนี้ Redish, et al. (2008) กล่าวว่า พฤติกรรมหลังการตัดสินใจหลังการเลือกใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความพอใจหรือไม่พอใจผ่านประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ซึ่งงานของนักการตลาดไม่ได้หยุดแค่เพียงการเลือกตัดสินใจของผู้บริโภค แต่จะต้องมีการตรวจสอบถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

5.1) ความพอใจหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Satisfaction)

5.2) พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Actions) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจหรือไม่ มีผลต่อการตัดสินใจในครั้งต่อไป ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่าง ๆ ดังนี้ (1) การกระทำที่เปิดเผย (Public Action) ได้แก่ การโพสต์ลงสื่อออนไลน์ และ (2) การกระทำส่วนตัว (Private Action) ได้แก่ การหยุดซื้อสินค้า (Exit Option) หรือการเตือนเพื่อนเกี่ยวกับการซื้อสินค้า (Voice Option)

5.3) พฤติกรรมการใช้และการทิ้งสินค้าหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Use and Disposal)

จากการศึกษาการตัดสินใจ สรุปได้ว่า เป็นการที่ผู้บริโภคพิจารณาเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง โดยมีการตระหนักถึงปัญหา โดยทำการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำมาพิจารณาและเปรียบเทียบในการประเมินทางเลือก จนนำไปสู่การตัดสินใจ และมีพฤติกรรมหลังการตัดสินใจในเลือกใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ แล้ว เป็นตัวกำหนดที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจในการกลับไปใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ซ้ำอีกหรือไม่ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มีนักวิชาการอธิบายไว้ดังนี้ Kotler (1997) สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมี 4 ข้อสรุป ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัฒนธรรมพื้นฐาน ที่มีผลต่อคนส่วนใหญ่ในสังคมและเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐาน จากการปลูกฝังโดยเริ่มจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม เป็นต้น
- 2) ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มที่มีผลโดยตรง เรียกว่า สมาชิกในกลุ่ม (Membership Group) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการและกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เช่น ศาสนาอาชีพ หรือสหภาพ เป็นกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มลูกค้าหรือการสร้างผู้นำความคิด (Opinion Leader) หรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่สังคมยอมรับเพื่อเป็นตัวแทนของสินค้าและบริการ ครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมากกับพฤติกรรมการตัดสินใจ

3) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรที่ 1 อายุที่มีความแตกต่างกันจะมีผลต่อความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค เช่น กลุ่มวัยรุ่นมักชอบใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งแปลกใหม่สินค้าและบริการที่เป็นแฟชั่นมากกว่าการเก็บเงินหรือนำเงินไปฝากธนาคาร

ตัวแปรที่ 2 ขั้นตอนของวงจรการใช้ชีวิตเป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการทางด้านทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการ และพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่แตกต่างกัน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกันเช่นคนที่เป็นโสดและอยู่ในกลุ่มวัยรุ่น หรือคู่สมรสหรือบุคคลที่ต้องอยู่คนเดียวสาเหตุจากหย่าร้างก็จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

ตัวแปรที่ 3 อาชีพ ซึ่งอาชีพของบุคคลแต่ละคนมีความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ไม่เหมือนกัน จะต้องศึกษาว่ากลุ่มบุคคลในอาชีพใดให้ความสนใจกับสินค้าและบริการใดมากที่สุด เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสม

ตัวแปรที่ 4 รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ รายได้ของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการ ประกอบด้วย การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน จึงจำเป็นต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคลการออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้คนมีรายได้ต่ำ ในส่วนของกิจการต้องปรับปรุงสินค้าและบริการการจัดจำหน่ายการตั้งราคาลดการผลิตและสินค้าคงคลังลง รวมไปถึงวิธีการต่าง ๆ

ตัวแปรที่ 5 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ตัวแปรที่ 6 รูปแบบการดำรงชีวิต โดยการแสดงออกในรูปแบบของ AIOs คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรมชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล ในทางการตลาดเชื่อว่าการเลือกบริโภคสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับการใช้การดำรงชีวิต

4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกบริโภคของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและใช้บริการ ปัจจัยภายในประกอบด้วย การรับรู้ เกิดจากภายในตัวบุคคล แต่ก็สามารถเกิดจากผลกระทบจากภายนอกได้ เช่น สิ่งกระตุ้นที่ทางการตลาดโปรโมชัน เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความต้องการ การรับรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ความต้องการ และอารมณ์ส่วนปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้ง 5 หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า มีปัจจัยที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจสินค้าและบริการ ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ข้อมูลบุคคล และจิตวิทยา ซึ่งแต่ละปัจจัยควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคในสินค้าและบริการนั้น ๆ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

วิลสัน ธินพิทักษ์ (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การพักผ่อนหรือการเดินทางเพื่อความสุขสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อความองค์รู้ต่าง ๆ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติกำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหรือการเดินทาง โดยระยะทางที่มากกว่า 40 กิโลเมตรห่างจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อน การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจและต้องการเข้ามาในประเทศไทย

อรรถธรณ เกิดจันทร์ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ หรือการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยว สถานที่ทางธรรมชาติสีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติในช่วงที่กระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้

แพร่ขยายไปทั่วโลก ในประเทศไทยเองก็ไม่ได้มีนักท่องเที่ยวเริ่มมีการตื่นตัวในการให้ความใส่ใจกับโครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้คนไทยทุกคนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ ไม่ทำลายธรรมชาติไปมากกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติต้องรับผิดชอบต่อธรรมชาติแล้วยังต้องการความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น โดยให้ผู้คนในแต่ละท้องถิ่นเข้ามามีหน้าที่และมีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อเน้นให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ โดยมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อบ่มเพาะให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลในแต่ละท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล มีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาธรรมชาติโครงการปลูกป่าชายเลนตามแนวชายฝั่งทะเล ก็เป็นหนึ่งในกรรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงาม การเปลี่ยนแปลงพื้นที่โลก การศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และซากกระดูกสัตว์ ได้รับความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางมาเที่ยวพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อได้ความรู้การทำเกษตรบนพื้นฐาน ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ และนอกจากนี้ยังมีความสวยงาม ความเพลิดเพลิน และยังมีความต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ความ และประสบการณ์เพิ่มขึ้น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นการเน้นในด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติ เพื่อให้คนให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ ไม่ทำลายธรรมชาติไปมากกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติต้องรับผิดชอบต่อธรรมชาติแล้วยังต้องการความเป็นลักษณะพิเศษของแต่ละท้องถิ่น โดยให้แต่ละท้องถิ่นเข้ามามีหน้าที่และมีส่วนร่วมในการดำเนินการ มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's)

ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา (2561) กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's) ว่า เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความต้องการสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย

2.5.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น

- (1) สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions)
- (2) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) กิจกรรมที่ผู้คนจัดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความสนใจและต้องการเดินทางมา เช่น งานเทศกาลและการประชุม สัมมนา (MICE)
- (3) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions)
- (4) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2.5.2 กิจกรรม (Activities)

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่น่าสนใจ (Activities) ที่ผู้ที่มาเยือนสามารถทำในช่วงเวลาที่พักและท่องเที่ยวอยู่ได้ เพื่อเพิ่มความสนุกสนานและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีกิจกรรมที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมเกี่ยวกับการช้อปปิ้ง (Dickman, 1996)

2.5.3 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

สภาพของการเข้าถึง หมายถึง เส้นทางขนส่งไปสู่แหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกสบาย เหมาะ โดยพิจารณาจากระยะทาง จากจุดศูนย์กลางมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น รถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้าสภาพของเส้นทางต่อการเดินทางหรือไม่ มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ถ้าต้องมีการใช้เรือหรือแพมีความสะดวกไหม และถ้าเป็นทางเท้าสภาพทางเดินดีไหม ระยะทางเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าจ้างแพงไหม เป็นต้น ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึงจะพิจารณาจากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนนที่ใช้ในการขนส่งและความสะดวกของการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น เทียบบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ

ลักษณะของถนนนอกจากนี้ยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

2.5.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและสาธารณูปการพื้นฐาน ในแหล่งท่องเที่ยว ที่จะสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างสะดวก เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบันเทิงและร้านสะดวกซื้อ ระบบสาธารณูปโภคไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

สิ่งเหล่านี้จะต้องพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้

ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานให้บริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) เช่นร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของบริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึกการบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ระบบสาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

2.5.5 ที่พัก (Accommodation)

สถานที่ท่องเที่ยวควรมีห้องพักที่พอต่อการรองรับผู้มาเยือน และมีราคาและการบริการที่หลากหลาย เหมาะสมต่อสถานที่และควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้สามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ ฯลฯ

อาร์ดา หรุสกุล (2563) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น การคมนาคมและการขนส่ง เช่น การขนส่ง เครื่องบิน ทางรถยนต์ ทางเรือ ซึ่งจะสามารถเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) สถานที่พัก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในการพักแรม ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างกันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เป็นต้น

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) มีสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจมีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าถิ่น เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำและมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) บริการที่นอกเหนือรองลงมา เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's) คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.6 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด (Personal Safety)

2.6.1 ความหมายของความปลอดภัย

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของความปลอดภัย พบว่า มีนักคิด นักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้

ธนพล อินประเสริฐกุล (2563) ความปลอดภัย หมายถึงการเป็นอิสระจากเงื่อนไขที่ทำให้บาดเจ็บ เกิดโรคจากการทำงาน หรือเกิดความเสียหายต่อทรัพย์สิน

ดวงดาว โยชิตะ, ขวสิทธิ์ ณ ถลาง, สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และสหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล (2561) กล่าวว่า ความปลอดภัยในการทำงาน หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้โดยไม่มีอุปสรรคใด ๆ ขัดขวาง ซึ่งอุปสรรคนั้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ อุปสรรคที่ทราบและคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าตามข้อมูลที่มีอยู่ และอุปสรรคที่ไม่คาดคิดและมีได้ควบคุมไว้ก่อน อุปสรรคประเภทหลังนี้เรียกรวม ๆ กันว่า “อุบัติเหตุ (Accident)”

ธนกร ณรงค์วานิช (2563) กล่าวว่า ความปลอดภัย หมายถึง สภาวะการปราศจากภัยหรือการพ่นภัย รวมไปถึงการปราศจากอันตราย การบาดเจ็บ การเสี่ยงภัย หรือการสูญเสีย ความปลอดภัยของการท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย ด้านภัยธรรมชาติ ด้านหลอกลวง/ต้มตุ๋น ด้านอาชญากรรม ด้านโรคระบาด และด้านอุบัติเหตุ สามารถนำมาอธิบายได้ว่า

1) ด้านภัยธรรมชาติ เป็นการเฝ้าระวังในเรื่องของ น้ำป่าไหลหลากและมีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของดินถล่ม และความปลอดภัยในเรื่องของอุบัติเหตุทางถนนที่ควรมีมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2) ด้านหลอกลวง/ต้มตุ๋น การลักขโมยในพื้นที่ที่มีเจ้าหน้าที่ดูแลเรื่องของทรัพย์สิน หรือแม้แต่การควบคุมการซื้อขายสินค้าได้ตามราคาปกติทั่วไปขายของตามราคาที่เป็นจริง ราคาสินค้าไม่สูงมาก

3) ด้านอาชญากรรม การมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจตราการกระทำผิด ที่ทำให้เกิดความเดือดร้อน เสียหาย ต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ด้านบุคคล สถานที่ หรือด้านข้อมูลและอุปกรณ์ ไม่ก่อให้เกิดอาชญากรรมเกิดขึ้น

4) ด้านโรคระบาด ออกนโยบายมาตรการจัดการ การแพร่ระบาดของโรค และมีการจัดการในการดูแลความปลอดภัยความสะอาดของสถานที่เครื่องอุปโภคบริโภคให้กับนักท่องเที่ยว

5) ด้านอุบัติเหตุ การเกิดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว เช่น การเมาสุราทำให้เกิดอุบัติเหตุอย่างมาก การทำกิจกรรม เช่น การไปปีนเขา ล่องแก่ง เดินถ้ำ ต้องปฏิบัติตามคำแนะนำอย่างเคร่งครัด

บุรดา ปัญญารักษ์ (2561) ได้ให้ความหมายของความปลอดภัยว่า หมายถึง โดยปกติทั่วไปหมายถึง “การปราศจากภัย” ซึ่งในทางปฏิบัติเป็นไปได้ที่ขจัดภัยทุกชนิดให้หมดไปโดยสิ้นเชิง ความปลอดภัยจึงให้รวมถึง การปราศจากอันตรายที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นด้วย ในความหมายเชิงวิศวกรรมความปลอดภัย นอกจากความหมายข้างต้นแล้วยังมีความหมายครอบคลุมถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วมีผลกระทบกระเทือนต่อกระบวนการผลิตตามปกติทำให้เกิดความล่าช้า หยุดชะงัก หรือเสียเวลา แม้จะไม่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือพิการขึ้นก็ตาม

พื้นฐานความปลอดภัย 6 ประการ คือ

1) การผลิตปลอดภัย (Safe Production) หมายถึง การบริหารที่มุ่งจะให้ผลผลิตที่สำเร็จออกมาได้นั้นปราศจากการบาดเจ็บ หรือความสูญเสีย ซึ่งไม่ได้เน้นเฉพาะเรื่องผลผลิต

2) การป้องกันที่ต้นเหตุ (Prevention-at-source) หมายถึง การบริหารงานที่จะดำเนินการการทำงานที่ไม่ปลอดภัยหรืออุบัติเหตุอันตรายล้วนแต่มีต้นเหตุมาจากความผิดพลาดเบื้องต้น หากได้ป้องกันแก้ไขสภาพงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นแล้วก็จะทำให้โอกาสการเกิดอุบัติเหตุอันตรายเช่น ความปลอดภัยเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างอาคาร เครื่องจักร เครื่องมือ จัดซื้อสิ่งต่าง ๆ มาใช้

กรรมวิธีการผลิต ผลผลิต การซ่อมบำรุง การควบคุม คุณภาพบุคลากร การตลาด และการบริการลูกค้า เป็นต้น

3) ขอบเขตการดำเนินงาน (Unique and Specialized Activity Related to Safety) หมายถึงการบริหารงานที่มุ่งที่จะแก้ไขหรือกำหนดกิจกรรมความปลอดภัยให้ครอบคลุมหน่วยงานใดบ้างหรือไม่ครอบคลุมหน่วยงานใด ๆ เช่น บางแห่งดำเนินงานด้านความปลอดภัยเฉพาะหน่วยงานผลิตและซ่อมบำรุง บางแห่งดำเนินงานความปลอดภัยในทุกหน่วยงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่เป็นภาพรวมของสถานประกอบการ เป็นต้น

4) การคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ของการเกิดอุบัติเหตุอันตราย (Possibility of Hazard Prediction) หมายถึงการบริหารงานที่มุ่งที่จะแก้ไขปัญหาจากการคาดการณ์ว่าสถานประกอบการประเภทเดียวกับของตนเคยเกิดปัญหาในเรื่องใด หรือมีโอกาสเกิดการบาดเจ็บ หรือความสูญเสียในเรื่องใด ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวสามารถสืบค้น หรือค้นหา และควบคุมป้องกันได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงการคาดการณ์ได้ถึงงานที่ทำให้เป็นครั้งคราวด้วย เช่นงานซ่อมบำรุง งานก่อสร้างรื้อถอนและงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทีอาจเกิดอันตรายได้สูงเช่นการทำงานเกี่ยวกับหม้อไอน้ำความดัน กระแสไฟฟ้าสารเป็นพิษ สารไวไฟ เป็นต้น

5) การแก้ไขที่เหตุนั้นเมื่อพบว่าไม่สามารถแก้ไขที่ตัวบุคคลได้ (Leering Die-hard Unsafe Habit as of no Consequence) หมายถึงการบริหารงานที่เปื้อน่ายต่อการแก้ไขการกระทำที่ไม่ปลอดภัยของลูกจ้าง ทั้ง ๆ ที่ได้พยายามแก้ไขที่ตัวบุคคลอยู่หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้แจ้งแม้กระทั่งการลงโทษแล้วก็ตาม ผู้บริหารจึงเปลี่ยนแนวคิดไปแก้ไขสภาพแวดล้อมในการหรือสภาพของงานให้ปลอดภัยเสียก่อน แทนที่จะแก้ไขที่ตัวบุคคล เช่นการจัดทำสวิตช์ปุ่ม เพื่อไว้กับมือทั้งสองข้างของเครื่องปั๊มโลหะเพื่อป้องกันมิให้มีมือข้างใดข้างหนึ่งเหลือติดค้างอยู่ในจุดอันตราย เป็นต้น

6) แนวคิดเกี่ยวกับการแก้ไขสาเหตุจากอาการหรือสิ่งที่เกิดขึ้น หมายถึงการบริหารงานที่แก้ไขตามอาการหรือสิ่งที่พบเห็นเช่นพบการกระทำที่ไม่ปลอดภัยของลูกจ้าง พบสภาพการทำงานล่อแหลมเสี่ยงภัยหรือ พบว่า มีการเกิดอุบัติเหตุอันตรายสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ามีความผิดพลาดของระบบการปฏิบัติงาน ที่สามารถสืบหาสาเหตุ เพื่อนำไปป้องกันแก้ไขได้ซึ่งขอบเขตของการแก้ไขโดยทั่วไปมี 2 ระดับคือ การแก้ไขเฉพาะเรื่องนั้นหรือการแก้ไขในเรื่องอื่นที่อาจเกิดขึ้นได้จากสาเหตุทำนองเดียวกันด้วย

2.6.2 ข้อมูลทั่วไปสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว เนื่องจาก โควิด-19 มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลก การดำเนินชีวิตประจำวันของประชากรทั่วโลกต้องปรับตัวเพื่อป้องกันตนเองไม่ได้รับเชื้อจากผู้อื่น และการป้องกันตนเองไม่ให้แพร่เชื้อให้ผู้อื่น เพื่อให้ทุกคนสามารถดำเนินชีวิตภายใต้ความระมัดระวังต่อโรคระบาดได้ จำเป็นที่สวมหน้ากากอนามัย และการ

พกเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ รวมถึงการทำ Social Distancing หรือ การเว้นระยะห่างทางสังคม 1-2 เมตร ที่ถือเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็น เนื่องจากไวรัสโควิด-19 นั้นสามารถติดต่อได้ผ่านละอองขนาดเล็กที่มาจากการไอหรือจามได้ ซึ่งถ้าหากอยู่ใกล้ชิดกันเกินไป ก็อาจทำให้ไวรัสเข้าร่างกายได้ ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้า ตลาด สถานบันเทิง โรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องปิดบริการเพื่อลดการใกล้ชิดของคนในสังคม ที่จะช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทั้งนี้ จากผลของการปิดบริการของสถานที่ต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจหลากหลายกิจการมีรายได้ลดน้อยลงหรือไม่รายได้เข้ามาหมุนเวียนในกิจการ จึงทำให้หลายกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องปรับตัว เพื่อชะลอค่าใช้จ่ายในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และเตรียมพร้อมในการกลับมาดำเนินกิจการต่อไปหลังจากวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 ผ่านพ้นไป (“สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19”, 2564)

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ได้มีมาตรการจัดทำ “แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19” ซึ่งจะเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วัฒนธรรมและอาหาร ทั้งนี้ ดร.ยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กล่าวว่า สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยว แม้ประเทศไทยจะผ่านเหตุการณ์โรคระบาดและภัยธรรมชาติมานับครั้งไม่ถ้วน แต่ต้องยอมรับว่าสถานการณ์โควิด-19 ในครั้งนี้รุนแรงที่สุด ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง ‘แผนฟื้นฟู’ ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2465 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือกับโลกยุคหลังโควิด

โดยในปี 2564 ททท. เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน ผู้สูงอายุ ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ รวมถึงกลุ่มคนไทยที่อยู่นอกที่มีจำนวนมากกว่า 12 ล้านคนและยังไม่สามารถออกเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาอันใกล้ กลุ่มเอ็กแพท หรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศไทยที่มีจำนวน 2 ล้านคน มีกำลังซื้อและสามารถเดินทางตลอดเวลา และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อการเชื่อมโยงขับเคลื่อนประเทศ ส่วนในปี 2565 ที่จะต้องขยับกลับรุกรตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอย่างเช่นกลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว กลุ่มแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2564)

ททท. ได้คาดการณ์ระยะเวลาที่เหลือของช่วงไตรมาสที่ 3 หรือช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ไปแล้ว การท่องเที่ยวจะกลับมาดีขึ้น แต่จะกลับมาในรูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ผู้มาเยือนจะคำนึงถึงความปลอดภัยในการควบคุมโรค ซึ่งท่ามกลางวิกฤติของสถานการณ์โควิด-19 ประเทศไทยได้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการควบคุมการแพร่ระบาดจนได้รับการยอมรับในระดับโลก ทำให้นักท่องเที่ยวต่างเชื่อมั่นอยากเดินทางกลับเข้ามาในประเทศไทย จึงทำให้ ททท. สามารถสร้างจุดขายในเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงด้านวัฒนธรรมและอาหาร และความโดดเด่นเรื่องความสวยงามของทั้งธรรมชาติที่ได้รับการฟื้นฟู และน้ำใจของคนไทย ในการช่วยเหลือเกื้อกูลที่เป็นอีกหนึ่งจุดขายของการท่องเที่ยวของไทย ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 และเพื่อเตรียมพร้อมในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในด้านโครงสร้างพื้นฐานหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว และสถานประกอบการ อาทิเช่น โรงแรมและภาคส่วนการบริการต่าง ๆ รวมถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มที่จะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ ททท. ซึ่งมีอยู่ 2 ข้อหลัก ๆ คือ

- 1) การสร้างงาน สร้างรายได้ เพื่อเสริมสภาพคล่องในการกระตุ้นการบริโภคภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวต่างชาติผ่านการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 2) การสร้างรายได้จากฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สร้างสมดุลเชิงโครงสร้างใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ 5R เป็นกลไกในการขับเคลื่อน ประกอบด้วย

2.1) Reboot การกระตุ้นในการเดินทางเข้ามาในประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค เพื่อการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้แนวทาง Go Again ส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในประเทศ เน้นเพิ่มความสะดวกของการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริม โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผ่านความร่วมมือต่าง ๆ และแนวทาง Go Local พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ

2.2) Rebuild การซ่อมสร้าง ปรับตัวสู้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยใช้แนวทาง Go New Norm ซ่อมสิ่งที่ เป็นปัญหาและสร้างสิ่งที่จะเป็นรากฐานที่มั่นคงยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป ประสานความช่วยเหลือผู้ประกอบการ พัฒนาเพื่อยกระดับทักษะของบุคลากรทุกระดับ และแนวทาง Go Digital สำหรับการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัย การพัฒนาแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือทางการตลาด สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการ

2.3) Rebrand การสื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยแนวทาง Go Top สร้างความประทับใจ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในใจของนักท่องเที่ยว และแนวทาง Go Confident สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าจะมีความสุขเมื่อได้มาและกลับไปยังอย่างปลอดภัย

2.4) Rebound การกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง โดยการรักษานักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มเป้าหมาย ผ่านแนวทาง Go High ทำตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่ม Health and Wellness ไม่เน้นจำนวน มุ่งรักษานักท่องเที่ยวคุณภาพ เปิดกว้างทำตลาดทุกพื้นที่ และแนวทาง Go Quality มุ่งตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

2.5) Rebalance การปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ผ่านแนวทาง Go Responsible รักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในการสนับสนุนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวทาง Go Sustainability ลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง กระจายการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลา สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2564)

อีกทั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) เปิดเผยว่า พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้มีข้อสั่งการให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวชายหาด ด้วยการกำหนดการใช้พื้นที่ให้มีความชัดเจน มุ่งเน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและประชาชน ไม่เกิดความแออัด รวมทั้งให้มีการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบ นายฉัตรชัย พรหมเลิศ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ในฐานะหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินในส่วนที่เกี่ยวกับการสั่งการและประสานกับผู้ว่าราชการจังหวัดและผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้สั่งการไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดดำเนินการตามความเหมาะสมกับพื้นที่ ได้แก่

1) สำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เศรษฐกิจขับเคลื่อนควบคู่กับมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคของกระทรวงสาธารณสุข

2) จัดระเบียบและแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน อาทิ พื้นที่ร้านค้า สถานประกอบการ พื้นที่สำหรับพักผ่อน พื้นที่จัดกิจกรรม พื้นที่จอดรถ หรือพื้นที่อื่น ๆ ให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม กำหนดมาตรการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อ

ไม่ให้เกิดความแออัดและเป็นไปตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม โดยถือหลักหลีกเลี่ยงติดต่อสัมผัสระหว่างกัน การสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้ง การวัดอุณหภูมิของร่างกาย ก่อนเข้าใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว

3) อำนวยความสะดวกและบริหารจัดการระบบการจราจร รวมทั้งประชาสัมพันธ์การใช้เส้นทางให้แก่ประชาชนเพื่อลดความแออัดของพื้นที่

4) กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ทั้งการรักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะจุดที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ กำหนดและให้มีจุดล้างมือด้วยสบู่ แอลกอฮอล์ เจล หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค รวมทั้งกำจัดการขยะในพื้นที่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

5) รมรณคเีให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” ให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติ และสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ทุกภาคส่วน ให้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของแอปพลิเคชันในการสอบสวนโรคย้อนหลังได้ (ศูนย์ข้อมูล COVID-19 จังหวัดภูเก็ต, 2564)

จากข้างต้นที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ความปลอดภัย หมายถึง ปราศจากอันตรายอันตรายต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดการบาดเจ็บ เสียชีวิตและสูญเสียทรัพย์สินซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาดเข้ามาปรับใช้ในเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ และปัจจัยความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา (Reliability) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรชาวไทยกลุ่ม Generation Y จำนวน 130 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสม

การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการใช้แบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.65, S.D.=0.43) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย (Mean = 4.91, S.D. = 0.90) ราคา (Mean = 4.50, S.D. = 0.57) ที่พัก (Mean = 4.48, S.D. = 0.47) สถานที่ท่องเที่ยว (Mean = 4.47, S.D.= 0.49) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่และการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (2) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (4) เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดย หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ต่างกัน และประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่

ระบาดโควิด-19 โดยรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ทักษะคิดต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 และปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเยาวชนไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังเกิดโรคโควิด-19 และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง สรุปลงงานวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส โสด ประกอบอาชีพนักศึกษา มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง สรุปลงผลของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเยาวชนไทยนิยามหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน การท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัวและนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญไปที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก

จิราภา สนิทจันทร์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำแนกตามลักษณะประชากรและพฤติกรรม เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการได้มากขึ้นรวมถึงแนวทางการศึกษาวิจัยในอนาคต การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการสุ่มแบบสะดวก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 หากพบความแตกต่างได้ทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ LSD

ชนพงษ์ อารณพิศาล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาาระดับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์ประกอบ

ท่องเที่ยวในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน 2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านการดึงดูดใจ (X_1) ด้านที่พัก (X_4) การเข้าถึง (X_2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_3) และด้านกิจกรรม (X_5) โดยเขียนสมการทำนายการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว ได้ดังนี้ $\hat{Y}_{tot} = .483 + .244 (X_1) + .227 (X_4) + .212 (X_2) + .189 (X_3) + .146 (X_5)$

วาธิยา จุนเฌียง และสุมาลี สว่าง (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19 (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19 (3) เพื่อศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19 มีประชากรเป้าหมายเป็นผู้ใช้บริการชาวไทยที่เคยใช้และสนใจใช้บริการสถานที่พักตากอากาศในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรทั้งหมดที่แน่นอน โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ด้วย สถิติ t-test (Independent Sample Test) F-test (One-Way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ชุดิมา นุตยะสกุล และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาจังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดลำพญา จำนวน 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และ เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำมีจำนวน 8 ด้าน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต ด้านสถานที่ ด้านสิ่งจูงใจ ด้านความปลอดภัย และ ด้านราคาตามลำดับ 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต คำนึงถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 2) กลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความปลอดภัยและสถานที่ในการ

ท่องเที่ยว และการมีแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว 3) กลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว ราคาสินค้า ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต การบริการแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว และแรงจูงใจ 4) กลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสถานที่ ความปลอดภัยรวมทั้งมีค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว

ประติมากร วงษ์ดี (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมและร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ณ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 360 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบง่ายของยามานะ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางด้วยตัวเอง รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากเว็บไซต์นำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 501-1,000 บาท

ผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีการสืบค้นข้อมูลก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางมา

ห้องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อารดา หรัสกุล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามหลักประชากรศาสตร์ 4) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.15) และความคิดเห็นด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.07) ความเห็นด้านการตัดสินใจท่องเที่ยวพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตัดเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ (4.27) และตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพุร้อนหินดาดจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว (2.94) ผลการทดสอบสมมติฐานองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด ทั้ง 6 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ มากที่สุดได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูด (4.15) รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3.44) ด้านกิจกรรม (3.21) ด้านการให้บริการ (3.11) ตามลำดับ โดยค่าสัมประสิทธิ์น้อยที่สุด คือ ด้านที่พัก (3.07) โดยการตั้งสมมติฐาน H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน โดยจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2566 โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 การกำหนดประชากรและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษานี้เป็นแบบผสม แบ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Questions) และแบบสอบถามที่ใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questions) และ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 การกำหนดประชากรและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 118,466 คน อ้างอิงข้อมูลในปี พ.ศ. 2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) จึงใช้การคำนวณตามสูตรหาจำนวนประชากรของ Cochran (1977 อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด,

2560) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 % ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ระดับ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สูตรที่ใช้ คือ

$$n = \left\{ \frac{Z^2}{4e^2} \right\}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95 %
 e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ $\pm 5\%$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$\text{แทนค่า} = \left\{ \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} \right\}$$

$$= 384.16 \text{ คน}$$

ดังนั้นสามารถคำนวณ n ได้เท่ากับ 384.16 หรือกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน และเพื่อป้องกันความพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้สำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือเลือกนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ตในการศึกษาครั้งนี้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Questions) และแบบสอบถามที่ใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questions) ซึ่งสร้างขึ้น เพื่อศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบเลือกตอบ ทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) มีลักษณะแบบสอบถามเป็น Rating Scale ประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ ได้แก่

- 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)
- 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- 3) ด้านที่พัก (Accommodation)
- 4) ด้านกิจกรรม (Activities)
- 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

ส่วนที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 มีลักษณะแบบสอบถามเป็น Rating Scale จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยการสำรวจและตรวจสอบความพร้อมก่อนเปิดให้บริการ
- 2) สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หรือวัดไข้ทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ
- 3) สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม
- 4) สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยเจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยวจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ
- 5) สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยการณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เพื่อติดตามหาพบผู้ติดเชื้อ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 มีลักษณะแบบสอบถามเป็น Rating Scale ประกอบด้วยจำนวน 10 ข้อ ได้แก่

- 1) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะความสะดวกสบายของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะความสะดวกในการเดินทาง

- 3) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะชอบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
- 4) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะคำแนะนำจากครอบครัว/เพื่อน
- 5) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะแก่การใช้เวลากับครอบครัว
- 6) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะต้องการสนองความต้องการของตนเอง
- 7) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะต้องการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว
- 8) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด
- 9) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว
- 10) ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด
19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด

แบบสอบถามที่ใช้ประเมินคำตอบส่วนที่ 2 ถึง 4 มี 5 ระดับ (Rating Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนนของตัวแปรเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมา
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19
แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอันตรภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

3.3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศอายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ GSB NOW เช่น ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19” กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รวมถึงขอคำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

3) ความถูกต้องในเนื้อหาเครื่องมือ นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้สมบูรณ์ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

3.1) ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถาม (ฉบับร่าง) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.2) ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม (ฉบับร่าง) ที่แก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาไปทดสอบด้านเนื้อหา และข้อคำถาม โดยการให้ผู้มีความรู้และประสบการณ์ความชำนาญ จำนวน 3 ท่าน วิเคราะห์ และพิจารณาข้อคำถามเป็นรายข้อ พร้อมทั้งให้ความคิดเห็นใน แต่ละประเด็น เพื่อนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.3) นำแบบสอบถาม (ฉบับร่าง) ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ และมีความชำนาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบข้อมูลด้านเนื้อหาว่าสอดคล้องกับหัวข้อวิจัยและวัตถุประสงค์ ตลอดจนกรอบแนวคิดที่กำหนดหรือไม่ จากนั้นนำมาคำนวณค่าโดยวิธี (Item Objective Congruence Index: IOC) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ความชัดเจนของข้อคำถามและประเด็นคำถาม โดยสามารถวัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการได้ตามวัตถุประสงค์ เมื่อนำมาใช้จริงซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

(1) +1 หมายถึง แน่ใจ ว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในเรื่องดังกล่าวที่ต้องการศึกษาวิจัย

(2) 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ ว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในเรื่องดังกล่าวที่ต้องการศึกษาวิจัย

(3) -1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในเรื่องดังกล่าวที่ต้องการศึกษาวิจัย ซึ่งจากการนำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรง พบว่า คำถามทุกข้อได้ค่า IOC > 0.5 และค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.8 แสดงว่า สามารถนำไปใช้งานได้ (แสดงค่าในภาคผนวก)

(4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 30 ชุด เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามมากกว่า 0.80 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสม แบ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธี ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กำหนดเป็นเครื่องมือแบบสำรวจเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือกับ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ในการดำเนินการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questions) คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)

ส่วนที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2) ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา โดยตรวจสอบความถูกต้องความครบถ้วนของข้อมูล แล้วนำมากำหนดรหัสคำตอบเพื่อทำการวิเคราะห์ประมวลผลต่อไป

3) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาเก็บข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงจากภาพรวมที่มาจากหลายมุมมอง และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ในเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว

ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยแจกแจงและนำเสนอในรูปแบบความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ดังนี้ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t-test และ One-way ANOVA

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ Multiple Regression

สมมติฐานที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ Multiple Regression

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

4.2 ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)

4.3 ส่วนที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

4.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	39.3
หญิง	243	60.8
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	61	15.3
20-30 ปี	84	21.0
31-40 ปี	104	26.0
41-50 ปี	42	10.5
51-60 ปี	75	18.8
61 ปี ขึ้นไป	34	8.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
โสด	176	44.0
สมรส	165	41.3
หย่าร้าง/หม้าย	59	14.8
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	217	54.3
รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	101	25.3
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	57	14.3
นักเรียน/นักศึกษา	25	6.3
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	6.8
15,001-30,000 บาท	30	7.5
30,001-40,000 บาท	53	13.3
40,001-50,000 บาท	120	30.0
50,001-60,000 บาท	138	34.5
มากกว่า 60,000 บาท	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ที่คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

อายุ พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมามีอายุ 20-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีอายุ 61 ปี ขึ้นไปจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

สถานภาพ พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมามีอาชีพรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-60,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

4.2 ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)

ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ภาพรวม

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	4.24	0.829	มากที่สุด
ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	3.93	0.949	มาก
ด้านที่พัก (Accommodation)	4.06	0.875	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	4.01	0.799	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	3.92	0.923	มาก
รวม	4.15	0.793	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านความสามารถในการเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 แสดงผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.27	0.853	มากที่สุด
2. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.32	0.816	มากที่สุด
3. ความเจียบสงบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.32	0.794	มากที่สุด
4. ความเป็นธรรมชาติด้านระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.01	0.879	มาก
5. ความคุ้มค่าเงินในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.21	0.927	มากที่สุด
รวม	4.24	0.829	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และข้อความเจียบสงบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา คือ ข้อ ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ข้อ ความคุ้มค่าเงินในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และข้อ ความเป็นธรรมชาติด้านระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการ
ท่องเที่ยว (5A's): ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
6. การคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และปลอดภัย	3.81	1.121	มาก
7. มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.87	1.111	มาก
8. ค่ารถโดยสารประจำทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้	3.97	1.023	มาก
9. สภาพถนนหนทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ การสัญจรไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย	4.27	0.946	มากที่สุด
10. สภาพการจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกคล่องตัว	4.05	0.994	มาก
รวม	3.93	0.949	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ สภาพถนนหนทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ การสัญจรไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ ข้อ สภาพการจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกคล่องตัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ข้อ ค่ารถโดยสารประจำทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ข้อ มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และข้อ การคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการ
ท่องเที่ยว (5A's): ด้านที่พัก (Accommodation)

ด้านที่พัก (Accommodation)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
11. ที่พักมีความสะอาดและเป็นที่ยอมรับได้	4.17	0.908	มาก
12. ที่พักมีความปลอดภัย เช่น มีกล้องวงจรปิดติดตั้งอยู่และใช้งานได้ดี	4.05	0.955	มาก
13. มีที่พักหลายระดับให้เลือกใช้บริการในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว	3.99	1.012	มาก
14. ระยะทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมไม่ไกลจนเกินไป	4.14	0.954	มาก
15. ราคาที่พักและการให้บริการมีความเหมาะสมสร้างความประทับใจได้	3.95	1.000	มาก
รวม	4.06	0.875	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านที่พัก (Accommodation) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ ที่พักมีความสะอาดและเป็นที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ ข้อระยะทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมไม่ไกลจนเกินไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ข้อ ที่พักมีความปลอดภัย เช่น มีกล้องวงจรปิดติดตั้งอยู่และใช้งานได้ดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ข้อ มีที่พักหลายระดับให้เลือกใช้บริการในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และข้อราคาที่พักและการให้บริการมีความเหมาะสมสร้างความประทับใจได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
16. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.83	0.939	มากที่สุด
17. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่	3.82	0.987	มาก
18. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความตื่นเต้นและท้าทาย	4.03	0.995	มาก
19. ความเหมาะสมของราคาในการทำกิจกรรม	4.16	0.940	มาก
20. ในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกหลากหลาย	4.19	0.875	มาก
รวม	4.01	0.799	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ ในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกหลากหลายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ข้อ ความเหมาะสมของราคาในการทำกิจกรรมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ข้อ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความตื่นเต้นและท้าทาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และ ข้อ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
21. มีป้ายประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.80	1.112	มาก
22. มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.94	1.024	มาก
23. การให้บริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.16	0.971	มาก
24. มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา	4.07	0.955	มาก
25. การให้บริการร้านอาหาร ร้านค้า มีให้เลือกหลากหลาย	4.04	0.962	มาก
รวม	3.92	0.923	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's): ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ การให้บริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา คือ ข้อ มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ข้อ การให้บริการร้านอาหาร ร้านค้า มีให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ข้อ มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และ ข้อ มีป้ายประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 มาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

ความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ	4.08	0.845	มาก
ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19	4.22	0.772	มากที่สุด
รวม	4.19	0.814	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาตรการความปลอดภัยด้าน สุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อ จำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยกับ การตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ

ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงของการเป็นเหยื่ออาชญากรรมทาง ร่างกายในการท่องเที่ยว	4.18	0.923	มาก
ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงในการถูกฉกชิง ปล้นทรัพย์สินในการ ท่องเที่ยว	4.16	0.896	มาก
ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับอุบัติเหตุบนท้องถนน	4.10	0.930	มาก
ท่านหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการเกิด อุบัติเหตุ	3.99	0.955	มาก
รวม	4.08	0.845	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อ ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงของการเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางร่างกายในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ ข้อ ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงในการถูกฉกชิง ปล้นทรัพย์สินในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ข้อ ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับอุบัติเหตุบนท้องถนน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ ข้อ ท่านหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19

ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่แออัดเพื่อป้องกันโรคระบาด	4.24	0.914	มากที่สุด
ท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชาวต่างชาติระบาดของโรค	4.12	0.944	มาก
สถานที่พักแรมควรมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หรือวัดไข้ทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ	4.03	1.017	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐโดยการการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม	4.24	0.960	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยวจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ	4.33	0.842	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เพื่อติดตามหากพบผู้ติดเชื้อ	4.20	0.876	มาก
รวม	4.22	0.772	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อเจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยวจะต้องสวม

ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา คือ ข้อท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่แออัดเพื่อป้องกันโรคระบาด ข้อสถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐโดยการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ข้อสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เพื่อติดตามหากพบผู้ติดเชื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อ ท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีข่าวการแพร่ระบาดของโรค อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และข้อสถานที่พักแรมควรมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หรือวัดไข้ทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะความสะดวกสบายของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.947	มาก
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะความสะดวกในการเดินทาง	4.16	0.935	มาก
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะชอบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	4.14	0.903	มาก
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะคำแนะนำจากครอบครัว/เพื่อน	4.27	0.853	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะแก่การใช้เวลากับครอบครัว	4.32	0.816	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง
มาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลัง วิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการสนองความ ต้องการของตนเอง	4.32	0.794	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลัง วิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการทำกิจกรรมใน แหล่งท่องเที่ยว	4.01	0.879	มาก
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลัง วิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วง วันหยุด	4.21	0.927	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลัง วิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว	3.81	1.121	มาก
รวม	3.90	0.858	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางมา
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.90 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง และข้อ ท่าน
ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะสถานที่
ท่องเที่ยวเหมาะแก่การใช้เวลากับครอบครัว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา
คือ ข้อท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะ
คำแนะนำจากครอบครัว/เพื่อน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และข้อท่านตัดสินใจ
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะชื่อเสียงและ
ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : เพศ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จังหวัดภูเก็ต ดังนั้นจะยอมรับ สมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.12: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test

เพศ	t	df	Sig.
การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	-0.261	398	0.794

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.12 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : อายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.13: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.750	5	0.750	1.019	0.406
ภายในกลุ่ม	289.947	394	0.736		
รวม	293.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.13 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า อายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.14: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามสถานภาพ

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.231	2	0.116	0.156	0.855
ภายในกลุ่ม	293.466	397	0.739		
รวม	293.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน

(H₁) หมายความว่า สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H₀: อาชีพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H₁: อาชีพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทาง เดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่ม จากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบ ความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.15: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตาม อาชีพ

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.772	3	1.257	1.717	0.163
ภายในกลุ่ม	289.926	396	0.732		
รวม	293.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.16: แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.765	5	0.953	1.300	0.263
ภายในกลุ่ม	288.933	394	0.733		
รวม	293.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อศึกษา
การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.456	.113	4.025	.000*
ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) (X_1)	.022	.047	.474	.636
ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (X_2)	.629	.042	14.899	.000*
ด้านที่พัก (Accommodation) (X_3)	-.143	.056	-2.566	.011*
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) (X_4)	.208	.057	3.621	.000*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) (X_5)	.160	.036	4.419	.000*
Adjusted $R^2 = 0.773$, $R = 0.881$, $F = 272.172$, $*p < 0.05$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) และ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ประกอบด้วย ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.881 และสามารถพยากรณ์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ได้ร้อยละ 77.3

สรุปได้ว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกันประกอบด้วย ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X_2) ด้านที่พัก (X_3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (X_4) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (X_5) ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.349	.162	2.162	.031*
ด้านอาชีวกรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ (X_1)	.331	.052	6.348	.000*
ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 (X_2)	.522	.057	9.156	.000*
Adjusted $R^2 = 0.557$, $R = 0.748$, $F = 252.274$, $*p < 0.05$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ปัจจัยความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ และด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.748 และสามารถพยากรณ์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ร้อยละ 55.7

สรุปได้ว่า มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การสัมภาษณ์เชิงลึก

1) พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเนื่องจากเป็นจังหวัดท่องเที่ยวและความสวยงามของทะเลไทย จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่นิยมมาเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก เห็นได้ จากการให้ข้อมูลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

รายที่ 1 “พี่มักไปเที่ยวภูเก็ตในช่วงสิ้นปีเพราะเป็นช่วงที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนของทุกคนในครอบครัว และมักไปท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และหาร้านอาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัดภูเก็ต อีกอย่างจังหวัดภูเก็ตก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ชวนให้นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยว” (คุณมด, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 2 “หนูคิดว่าการเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่จะไปเที่ยวตามเกาะ ชายหาด และแหล่งช้อปปิ้งที่ขึ้นชื่อของจังหวัดภูเก็ต ส่วนเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวก็ทำกันอยู่แล้ว ไม่ได้ทำลายธรรมชาติแต่อย่างใด” (คุณออย, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 3 “พี่ว่าภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ รวมถึงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หลากหลาย บรรยากาศเมืองและบรรยากาศเกาะผสมผสานกันอย่างลงตัว เต็มเต็มทุกความชอบของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมหรือที่พักที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล อีกทั้งทะเลอันดามันที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่พี่และเพื่อน ๆ นิยมไปเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและทำกิจกรรมการดำน้ำ ดำปะการัง และหาร้านอาหารอร่อยเพื่อรับประทานอาหาร เสน่ห์ของจังหวัดภูเก็ตที่ลืมไม่ได้ก็คือ เป็นจังหวัดที่มีความเป็น

ธรรมชาติทางทะเลมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทยค่ะ” (คุณสุ, การสื่อสารส่วนบุคคล, พุทธศักราช 2565)

รายที่ 4 “จังหวัดภูเก็ตหลายคนมักนึกถึงการนอนพักผ่อนตามชายหาดทรายขาว หรือการนั่งดื่มสังสรรค์เพื่อผ่อนคลายในส่วนตัวเราชอบมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมาก โดยเฉลี่ยมาปีละ 1 ครั้ง และชอบที่จะเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เที่ยวเกาะ ดำน้ำ ดูปะการัง การเล่นน้ำริมหาด เป็นต้น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตถือว่าเป็นธรรมชาติอยู่มาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เรื่องการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ธรรมชาติไปพร้อม ๆ กันด้วย” (คุณก้อง, การสื่อสารส่วนบุคคล, พุทธศักราช 2565)

รายที่ 5 “มาเที่ยวภูเก็ตไม่บ่อยค่ะ นาน ๆ มาที แต่ที่มาเที่ยวตลอดก็เพราะความงามของทะเลที่นี่ค่ะ เนื่องจากมีน้ำทะเลใส ไม่สกปรก นักท่องเที่ยวก็ปฏิบัติตามกฎระเบียบของที่นี่ได้อย่างเคร่งครัด” (คุณน้ำผึ้ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, ธันวาคม 2565)

2) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ของนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นก็คงหนีไม่พ้นการท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดภูเก็ตเพราะเป็นจังหวัดที่มีชายหาดที่สวยงาม น้ำใส สะอาด หาดทรายที่ขาวสะอาดและจังหวัดภูเก็ตถือว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยนิยมมาพักและท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจนอกเหนือจากธรรมชาติทางทะเลแล้วก็น่าจะเป็นเรื่องของที่พักและโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานเน้นความสะดวกสบาย ความปลอดภัยสูงสุดทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เห็นได้จากการให้ข้อมูลของกลุ่มที่ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

รายที่ 1 “เกาะราชาใหญ่และหาดต่าง ๆ น่าจะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเพราะเมื่อเทียบกับความสวยงามแล้วไม่แพ้สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดอื่น ๆ เลยค่ะสำหรับเรื่องความปลอดภัยในด้านที่พักและระหว่างการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ก็ถือว่ามีความปลอดภัยสูง ในบริเวณที่พักมีกล้องวงจรปิด มีที่สำหรับเก็บทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เป็นต้น ที่พักนั้นก็มักจะไม่ไกลกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกมากค่ะ” (คุณมด, การสื่อสารส่วนบุคคล, พุทธศักราช 2565)

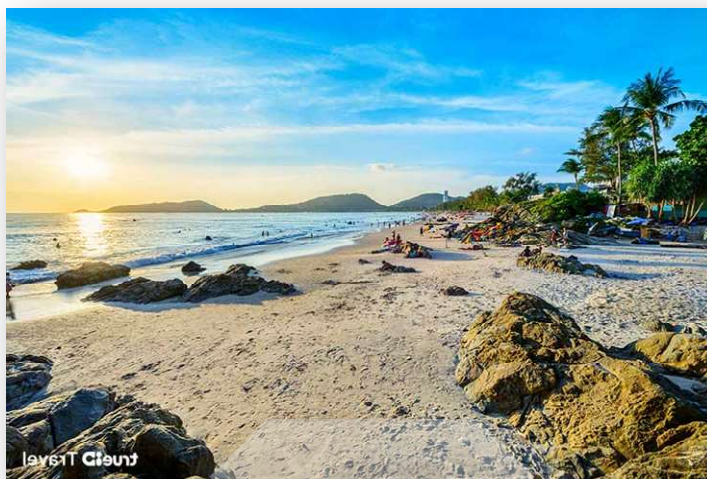
ภาพที่ 4.1: ภาพเกาะราชา



ที่มา: ทีเทียวไทย. (2561). เกาะราชา จังหวัดภูเก็ต เที่ยวได้ทั้งปี ไม่มีปิดเกาะ-เมืองไทยเที่ยวหมดแล้วหรือ. สืบค้นจาก teetiewthai.blogspot.com.

รายชื่อ 2 “เคยไปเที่ยวหาดป่าตอง ไปมาหลายรอบแล้ว เป็นหาดทรายที่สวยงาม น้ำสะอาดน่าเล่นมาก และหาที่พักใกล้ ๆ หาดราคาไม่แพงมาก ที่พักส่วนตัวสุด ๆ มีระบบป้องกันความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การเดินทางสำหรับไปยังที่ต่าง ๆ ของหาดก็ไม่ลำบากสามารถเช่ารถยนต์หรือรถจักรยานยนต์เพื่อขับไปเพื่อชมวิวยุโรป ๆ หาดได้ค่ะ” (คุณออย, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

ภาพที่ 4.2: ภาพหาดป่าตอง



ที่มา: travel trueid. (2564). หาดป่าตอง ที่เที่ยวภูเก็ต ทะเลสวย น้ำใส เล่นน้ำชิล ความสะดวก ครบครัน. สืบค้นจาก <https://travel.trueid.net/detail/V8xZyMVXyA4Q>.

รายชื่อ 3 “ไปเที่ยวหาดและไปขับโกคาร์ตสปีดเวย์ ส่วนตัวคิดว่าหาดภูเก็ตและกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว น่าจะเป็นเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ และมีการบอกต่อนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สำหรับเรื่องที่พิกก็ได้รับมาตรฐาน ความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวถือว่ามีความปลอดภัยสูง และมีสถานีดำรวจที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอีกทั้งมีมาตรการการป้องกันโรคโควิด 19 ที่รัดกุม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย” (คุณสุ, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายชื่อ 4 “ลักษณะโดดเด่นของจังหวัดก็น่าจะเป็นในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ และความงามของท้องทะเลอันดามัน ที่ทำให้นักท่องเที่ยวหลงใหลและนิยมมาพักผ่อน นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีที่พักที่หลากหลายและได้รับมาตรฐาน ทั้งการอำนวยความสะดวกในที่พักรวมถึงระบบป้องกันความปลอดภัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวคลายความกังวลเมื่อมาเที่ยวในภูเก็ต” (คุณก้อง, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายชื่อ 5 “ชายหาดภูเก็ตนะ ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจดจำ และมักเดินทางมาท่องเที่ยวสม่ำเสมอในการเดินทางก็ถือว่าสะดวก เพราะที่พิกมีให้เลือกหลากหลาย และมีระบบป้องกันความปลอดภัยจากที่พักและการดูแลความเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่ตำรวจประจำหาดที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว” (คุณน้ำผึ้ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, ธันวาคม 2565)

3) การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งทะเล ชายหาดและแหล่งซื้อสินค้าหรือของฝาก เห็นได้จากการให้ข้อมูลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

รายที่ 1 “การเดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตยอมรับว่าจะเดินทางมาเที่ยวอีกแน่นอนเพราะมีแหล่งธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย รวมถึงจะบอกต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่ยังไม่เคยมาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ตด้วยค่ะ สำหรับสถานการณ์เรื่องแนวโน้มของนักท่องเที่ยวก็น่าจะมีเพิ่มขึ้นนะคะหลังจากปี 2566 เป็นต้นไป เพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นั้นลดลง และความรุนแรงก็มีไม่มากด้วยค่ะ” (คุณมด, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 2 “ว่างก็น่าจะมานะคะ แนะนำเพื่อน ๆ ตลอดค่ะ ถ้ามีเวลา สำหรับนักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพิ่มหรือเปล่าอันนี้ก็ไม่ว่าใจค่ะ เพราะขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ของทางภาครัฐ ต้องรอดูค่ะ” (คุณออย, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 3 “การเดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจะมาอีกค่ะ รวมถึงชวนเพื่อน ๆ ในที่ทำงานมาด้วยสำหรับเรื่องแนวโน้มการท่องเที่ยวจะกลับมาคึกคักเหมือนเดิมหรือไม่ จริง ๆ ส่วนตัวคาดการณ์ว่าน่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะทางภูเก็ตมีมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ที่เข้มงวดทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัย” (คุณสุ, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 4 “มาเที่ยวอีกแน่นอนครับ แต่จะเป็นช่วงเทศกาลวันหยุดยาว เพื่อจะได้พักผ่อนให้เต็มที่ ส่วนเรื่องการชักชวนเพื่อนให้มาเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะแนะนำญาติให้มาเที่ยวด้วยเพื่อสร้างสายสัมพันธ์ที่ดี และอนาคตการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นแน่นอน เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและเป็นธรรมชาติ อีกอย่างราคาไม่ถือว่าแพงมากเรียกได้ว่าจ่ายถูกได้เที่ยวแบบคุ้ม ครับ” (คุณก้อง, การสื่อสารส่วนบุคคล, พฤศจิกายน 2565)

รายที่ 5 “มีโอกาสน่าจะมาอีกแน่นอนค่ะ และชวนคนรู้จักมาเที่ยวด้วยค่ะ ส่วนเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวปีหน้าอาจจะมากขึ้นเพราะโรคโควิดมีการแพร่ระบาดเร็วแต่ไม่มีอาการรุนแรง อีกทั้งจังหวัดภูเก็ตในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันที่เข้มงวด สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากค่ะ” (คุณน้ำผึ้ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, ธันวาคม 2565)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งมีผลการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 อายุ 31-40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 สถานภาพโสด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-60,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

5.1.2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 แสดงผลดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และข้อความเชิญชวนของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา คือ ข้อความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ข้อ ความคุ้มค่าเงินในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และข้อความเป็นธรรมชาติด้านระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

5.1.2.2 ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อสภาพถนนหนทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ การสัญจรไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ ข้อสภาพการจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกคล่องตัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ข้อค่ารถโดยสารประจำทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ข้อมีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และข้อการคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

5.1.2.3 ด้านที่พัก (Accommodation) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อที่พักมีความสะอาดและเป็นที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ ข้อระยะทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมไม่ไกลจนเกินไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ข้อที่พักมีความปลอดภัย เช่น มีกล้องวงจรปิดติดตั้งอยู่และใช้งานได้ดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ข้อมีที่พักหลายระดับให้เลือกใช้บริการในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และข้อราคาที่พักรและการให้บริการมีความเหมาะสมสร้างความประทับใจได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

5.1.2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ข้อความเหมาะสมของราคาในการทำกิจกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ข้อกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความตื่นเต้นและท้าทาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และข้อกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

5.1.2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อการให้บริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา คือ ข้อมีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ข้อการให้บริการร้านอาหาร ร้านค้า มีให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ข้อมีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และข้อมีป้ายประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

5.1.3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

5.1.4 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาตรการความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อหาคำนึงถึงความเสี่ยงของการเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางร่างกายในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ ข้อหาคำนึงถึงความเสี่ยงในการถูกฉกชิง ปล้นทรัพย์สินในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ข้อหามีความกังวลเกี่ยวกับอุบัติเหตุบนท้องถนน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และข้อหามีความเสี่ยงกิจกรรมหรือสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

5.1.5 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อหาคัดเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง และข้อหาคัดเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะแก่การใช้เวลากับครอบครัว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ข้อหาคัดเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะคำแนะนำจากครอบครัว/เพื่อน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และข้อหาคัดเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

5.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ และด้านสุขอนามัย และการ

ควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 การอภิปรายผล

5.2.1 ระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 เพราะนักท่องเที่ยวมีความชอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และทำให้มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิสร่า กุลสันติวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

5.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

5.2.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

1) เพศ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะทุกเพศมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายก็สามารถเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ได้เนื่องจากเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้เป็นอย่างดีและสามารถท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัยอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563)

ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่ต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

2) อายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นสถานที่ที่ไม่มีการกำหนดเกณฑ์อายุในการเข้าไปท่องเที่ยวจึงทำให้มีความเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุที่มีความต้องการในการเดินทางไปท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมไม่ต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

3) สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเชิงธรรมชาติให้ความสนใจในการเข้าชมเป็นอย่างมากเพราะมีสภาพแวดล้อมที่ดีและมีความเป็นส่วนตัวสูงทำให้สามารถหาครอบครัว แฟน หรือเพื่อนเข้าไปพักผ่อนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพ ต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่ต่างกัน

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19 พบว่า สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

4) อาชีพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่า อาชีพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นสถานที่ที่เปิดให้บริการทุกวัน เหมาะแก่นักท่องเที่ยวหลาย ๆ อาชีพที่มีความสนใจที่จะเข้าไปท่องเที่ยว แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางอาชีพมีช่วงเวลาในการหยุดยาวแตกต่างจากอาชีพอื่น ๆ จึงทำให้มีผลต่อการท่องเที่ยวเพราะเนื่องจาก หากไปไม่ตรงช่วงฤดูก็อาจจะส่งผลกระทบต่อความประทับใจในการไปท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประติมากร วงษ์ดี (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีราคาค่อนข้างต่ำทำให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แต่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวที่น้อยก็สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

โดยรวมไม่ต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาธียา จุนเนียง และสุมาลี สว่าง (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรีในช่วงโควิด-19

5.2.2.2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's) นั้นเป็นปัจจัย 5A's ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละคน โดยองค์ประกอบดังกล่าวนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินและได้รับการผ่อนคลายจากการท่องเที่ยวได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพงษ์ อารณพิศาล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านการดึงดูดใจ ด้านที่พัก การเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม

ภาพที่ 5.1: แหล่งท่องเที่ยวจังหวัด ภูเก็ต



ที่มา: บริษัท ภูเก็ตพัฒนาเมือง จำกัด. (ม.ป.ป.). *เที่ยวภูเก็ตช่วงนี้ มีดียังไง*. สืบค้นจาก www.pkcd.co.th.

5.2.2.3 มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่า มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นักท่องเที่ยวมีความตื่นตระหนกในการระบาดเป็นอย่างมาก ทำให้ไม่ต้องการที่จะเดินทางออกไปเที่ยว เนื่องจากความปลอดภัยเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมหรือนักท่องเที่ยวจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิสร่า กุลสันติวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 พบว่า มาตรการความปลอดภัยส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประติมากร วงษ์ดี (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มาตรการความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ภาพที่ 5.2: มาตรการการควบคุมการเดินทางท่องเที่ยว

มาตรการเข้าจังหวัดภูเก็ต
คำสั่งจังหวัดภูเก็ต ที่ 3491 /2564 ทั้งคนไทยและต่างชาติ
ข้อมูล ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2564

การเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ตจากต่างประเทศ

- เดินทางมาจากประเทศที่กำหนด โดยพำนักในประเทศที่กำหนดอย่างน้อย 21 วัน
- ต้องมีหนังสือรับรองการเดินทางเข้าประเทศไทย (COE)
- ต้องได้รับวัคซีนครบโดส อย่างน้อย 14 วัน กรณีมีอายุต่ำกว่า 6 ขวบ สามารถเดินทางได้โดยไม่ต้องฉีด
- มีใบรับรองว่าไม่มีเชื้อโควิด-19 72 ชั่วโมง ก่อนการเดินทาง
- มีกรมธรรม์ประกันภัยที่ครอบคลุมการดูแลสุขภาพ และรักษาพยาบาล สำหรับรักษาโควิด 19 ในวงเงินไม่น้อยกว่า 100,000 USD
- ต้องได้รับการตรวจ Covid - 19 โดยวิธี RT-PCR ในระยะเวลาดังต่อไปนี้
ครั้งที่ 1 ณ วันที่เดินทางถึงภูเก็ต (วันที่ 0) รอผลตรวจภายในห้องพัก
ครั้งที่ 2 ณ วันที่ 6 - 7
ครั้งที่ 3 ณ วันที่ 12 - 13
- ต้องพักโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA+ เป็นระยะ 14 คืน จึงสามารถเดินทางออกสู่จังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยได้
- ติดตั้ง Application Thailand Plus และ Morchana
- การเดินทางออกจากภูเก็ตเมื่อครบ 14 วัน โดยต้องมีหลักฐานยืนยันการตรวจหาเชื้อโควิด - 19 ที่แสดงว่าตรวจไม่พบเชื้อโควิด - 19 ตลอดระยะเวลา 14 คืนที่พำนักอยู่ในจังหวัดภูเก็ต

ทางบก : ผ่านตรวจทำประวัติโดยต้องแสดงเอกสารใบรับรองที่ทางราชการกำหนด

ทางเรือ : ต้องจองกว่ากาทำประวัติดังต่อไปนี้

- ทำเกี่ยวกับเรือสำเภา
- ทำเกี่ยวกับเรือยacht
- ทำเกี่ยวกับเรืออ่าวฉลอง

ใบรับรองการเดินทางโดยเรือยacht

- ทำที่ศูนย์เรือยacht เซ็นเตอร์ มารีน่า
- ทำที่ศูนย์เรือยacht ภูเก็ต มารีน่า
- ทำที่ศูนย์เรือยacht ภูเก็ต มารีน่า
- ทำที่ศูนย์เรือยacht ภูเก็ต มารีน่า
- ทำที่ศูนย์เรือยacht ภูเก็ต มารีน่า

การเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ตจากภายในประเทศ

- ต้องเป็นผู้ได้รับการฉีดวัคซีนครบโดสแล้ว (ต้องได้รับการฉีดครบโดสตามข้อกำหนดของแต่ละวัคซีน ยกเว้น Astra Zeneca หลังฉีดเข็ม 1 แล้ว 14 วันสามารถเข้าได้) หรือ
- ผลตรวจ Covid-19 ด้วยวิธี RT-PCR หรือ Antigen Test ผลเป็นลบ อายุไม่เกิน 7 วัน ก่อนการเดินทาง หรือ
- หากเป็นผู้ป่วยด้วยโรคโควิด-19 และได้รับการรักษาหายมาแล้ว ไม่เกิน 90 วัน และต้องมีหนังสือรับรองการได้รับการรักษา (ไม่ต้องปฏิบัติตามข้อ 1-2)

หมายเหตุ
ผู้ที่อายุไม่เกิน 6 ปี ไม่ต้องปฏิบัติตามข้อ 1-3 (ได้รับการยกเว้นมาตรการ)

สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ภายในจังหวัดภูเก็ต และไม่จำเป็นต้องอยู่กักตัว 14 วัน

ปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A

D : Social Distancing (ระยะห่าง 1.5-2 เมตร)
M : Mask (สวมหน้ากาก)
H : Hand (ล้างมือ)
T : Temperature (ตรวจวัดอุณหภูมิ)
A : Application (ติดตั้ง Thailand Plus และ Morchana)

คำสั่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 เป็นต้นไป จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

ต้องสวมหน้ากาก
ในสาธารณะตลอดเวลา หากพบละเลยหรือไม่ปฏิบัติตามจะปรับค่า 20,000 บาท

QR CODE
คำสั่งจังหวัด 3491/2564

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลภูเก็ต Phuket Info Center. (2564). มาตรการการเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต (เผยแพร่ วันที่ 25 มิ.ย. 2564). สืบค้นจาก https://web.facebook.com/phuketinfo-center/posts/332844028370780?_rdc=1&_rdr.

การสัมภาษณ์เชิงลึก

1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมมีความต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว หรือเพื่อนฝูง โดยเหตุผลที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนั้น เนื่องจาก ความสวยงามของธรรมชาติ ความงามของทะเล และรวมถึงการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถวรรณ เกิดจันทร์ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็น

ที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ และยังสอดคล้องกับ วิลลาซีนี ธนพิทักษ์ (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

2) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ของนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นก็คงหนีไม่พ้นการท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดภูเก็ตเพราะเป็นจังหวัดที่มีชายหาดที่สวยงาม น้ำใส สะอาด หาดทรายที่ขาวสะอาดและจังหวัดภูเก็ตถือว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยนิยมมาพักและท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจนอกเหนือจากธรรมชาติทางทะเลแล้วก็น่าจะเป็นเรื่องของที่พักและโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานเน้นความสะดวกสบายมีความปลอดภัยสูงสุดทั้งในด้านชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อารดา หุสสุกุล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด ทั้ง 6 ด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

3) การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนั้นมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายในจังหวัดอื่น ซึ่งภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งทะเล ชายหาดและแหล่งซื้อสินค้าหรือของฝาก ซึ่งสอดคล้องกับ ธนกร ณรงค์วานิช (2563) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัย เป็นสภาวะการปราศจากภัยหรือการพินัย รวมไปถึงการปราศจากอันตราย การบาดเจ็บ การเสี่ยงภัย หรือการสูญเสีย ความปลอดภัยของการท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย ด้านภัยธรรมชาติ ด้านลอบกลวง/ต้มตุ๋น ด้านอาชญากรรม ด้านโรคระบาด และด้านอุบัติเหตุ

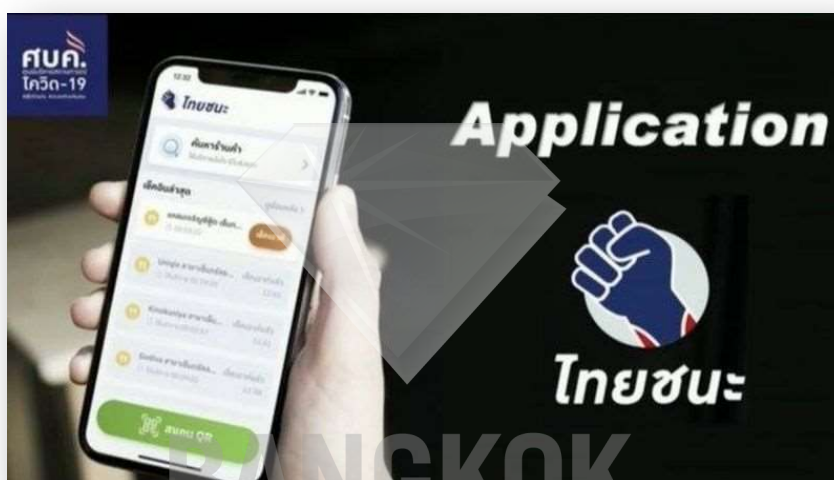
5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

5.3.1.1 จากการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทางด้านผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาเกี่ยวกับด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ควรมีการขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และปลอดภัย มีการสภาพการจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกคล่องตัว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น

5.3.1.2 จากการศึกษามาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ผู้ประกอบการควบคุมและปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐหลังวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยการสำรวจและตรวจสอบความพร้อมก่อนเปิดให้บริการ หรือการขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เพื่อติดตามหากพบผู้ติดเชื้อ

ภาพที่ 5.3: แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ”



ที่มา: BBC News ไทย. (2563). โควิด-19: จากเว็บไซต์มาเป็นแอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” ยังไม่ชนะใจผู้ใช้งานบางส่วน. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-52850428>.

5.3.1.3 จากการศึกษาการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ควรมีการอำนวยความสะดวกของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ดีมากยิ่งขึ้น เช่น ไกล่สนามบินมีการเดินทางที่สะดวก

ภาพที่ 5.4: สถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยว



ที่มา: หรอยจ้ง. (2566). 15 ที่พักใกล้สนามบินภูเก็ต 2023 สะดวก สบาย. สืบค้นจาก <https://roijang.com>.

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรที่จะศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นเพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกับผู้ที่ต้องการศึกษา

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

5.3.2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น การศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจ ความสะดวกสบายในการเดินทาง หรือเน้นเรื่องค่านิยมและการดำเนินชีวิตเพื่อศึกษา แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

5.3.2.4 จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเท่านั้น ผลการวิจัยที่ได้อาจจะไม่ครอบคลุมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งอาจจะนำมาใช้ประโยชน์ต่อพื้นที่อื่น ๆ ได้ไม่มากนัก ดังนั้น อาจนำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในการสำรวจความคิดเห็นเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2564). *การทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้*
ง่าย. สืบค้นจาก <https://www.tat.or.th/th>.
- จิราภา สนิทจันทร์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว*
กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.
- ชนิสรา กุลสันติวงศ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว*
ชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชุดิมา นุตยะสกุล และประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10(1),
132-150.
- ชนพงษ์ อารณพิศาล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว
จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 1(9), 42-48.
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19. *วารสารวิชาการและวิจัย*
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 186-201.
- ณภัทร ศรีหมื่น. (ม.ป.ป.). *สถานที่ท่องเที่ยว จ.ภูเก็ต*. สืบค้นจาก [https://sites.google.com](https://sites.google.com/site/portfolionapatsorn07/sthan-thi-thxng-theiyw-c-phuket)
[/site/portfolionapatsorn07/sthan-thi-thxng-theiyw-c-phuket](https://sites.google.com/site/portfolionapatsorn07/sthan-thi-thxng-theiyw-c-phuket).
- ดุจเดือน ปัญญวัฒน์ และภัทริยา พรหมราชฤทธิ์. (2562). กลยุทธ์การฝึกอบรมที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการธนาคารเพื่อการเกษตรและ
สหกรณ์การเกษตร จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 13(3), 55-67.
- ดวงดาว โยชิตะ, ขวลิย์ ณ ถลาง, สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และสहनันท์ ตั้งเบญจสิริกุล. (2561).
ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุ ชาวญี่ปุ่น. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(ฉบับพิเศษ), 127-137.
- ที่เที่ยวไทย. (2561). *เกาะราชา จังหวัดภูเก็ต เที่ยวได้ทั้งปี ไม่มีปิดเกาะ-เมืองไทยเที่ยวหมดแล้ว*
หรือ. สืบค้นจาก teetiewthai.blogspot.com.
- ธนกร ณรงค์วานิช. (2563). ปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจของ
ผู้โดยสารชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 15(1), 1489-1496.

- ธนพล อินประเสริฐกุล. (2563). ความตระหนัก ความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อภัยเสี่ยง และมาตรการความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ*, 23(1), 39-53.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุรดา ปัญญารักษ์. (2561). ภาพลักษณ์ความปลอดภัย และการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัฐศาสตร์ บริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 5(2), 125-150.
- บริษัท ภูเก็ตพัฒนาเมือง จำกัด. (ม.ป.ป.). *เที่ยวภูเก็ตช่วงนี้ มีดีอย่างไร*. สืบค้นจาก www.pkcd.co.th.
- เบญจอร งามอิมทรัพย์. (2560). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะการขายของตัวแทนขายประกัน และการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประติมากร วงษ์ดี. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2564). *วางกลยุทธ์ธุรกิจให้ถูกจุด กับ TOWS Matrix*. สืบค้นจาก <https://www.popticles.com/author/popticles/>.
- พัชรียา แก้วชู. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัฒนธนี วงศ์สวรรค์ และรุจิภาณูจน์ สานนท์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันชีวิต กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันชีวิตในเขตสีลมและเขตบางรัก. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*, 2(2), 1-12.
- วันทิกา หิริญเทศ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วาธิยา จุนเณียง และสุมาลี สว่าง. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักตากอากาศจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงโควิด-19. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ*, 2(3), 1-12.

- วิลาสินี ธนพิทักษ์. (2561). การบริหารจัดการที่ดินทำกินในพื้นที่ป่าอนุรักษ์อย่างยั่งยืนพื้นที่แถบ
เทือกเขาบรรทัดในเขตจังหวัดพัทลุง. วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 15(1), 1-12.
- ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่
เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยว
ไทยแบบปรกติใหม่. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์ข้อมูล COVID-19 จังหวัดภูเก็ต. (2564). สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโค
โรนา 2019 (โควิด 19). สืบค้นจาก <https://pkto.moph.go.th/home.html>.
- ศูนย์ข้อมูลภูเก็ต Phuket Info Center. (2564). มาตรการการเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต (เผยแพร่
วันที่ 25 มิ.ย. 2564). สืบค้นจาก [https://web.facebook.com/phuketinfocenter/
posts/332844028370780?_rdc=1&_rdr](https://web.facebook.com/phuketinfocenter/posts/332844028370780?_rdc=1&_rdr).
- สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจุบัน. (2564). ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก
<https://www.thairath.co.th/newspaper>.
- สุรคุณ คุณสัตยานนท์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค
ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หรรยง. (2566). 15 ที่พักใกล้สนามบินภูเก็ต 2023 สะดวกสบาย. สืบค้นจาก
<https://roijang.com>.
- อรรณพ เกิดจันทร์. (2557). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้
บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อารดา หรูสกุล. (2563). องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต.
- BBC News ไทย. (2563). โควิด-19: จากเว็บไซต์มาเป็นแอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” ยังไม่ชนะใจ
ผู้ใช้งานบางส่วน. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-52850428>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Johnston, M. (2013). The behavior change technique taxonomy (v1) of 93 hierarchically clustered techniques: Building an international consensus for the reporting of behavior change interventions. *Annals of behavioral medicine*, 46(1), 81-95.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing management* (14th ed.). England: Prentice Hall.
- Redish, A. D., Jensen, S., & Johnson, A. (2008). Addiction as vulnerabilities in the decision process. *Behavioral and Brain Sciences*, 31(4), 461-487.
- Sari, D. M. F. P., & Pidada, I. A. I. (2020). Hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, price reduction toward impulse buying behavior in shopping center. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(1), 48-54.
- Singh, S. K. (2018). Sustainable people, process and organization management in emerging markets. *Benchmarking: An International Journal*, 1(2), 48-54.
- Tourism Economic. (2563). ปัจจัยที่ประเทศต้องคำนึงถึงในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของการท่องเที่ยวใหม่ว่าจะเดินทางไปสู่ความยั่งยืน. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=581.
- travel trueid. (2564). หาดป่าตอง ที่เที่ยวภูเก็ต ทะเลสวย น้ำใส เล่นน้ำชิล ความสะดวกครบครัน. สืบค้นจาก <https://travel.trueid.net/detail/V8xZyMVXyA4Q>.



ภาคผนวก
BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 21-30 ปี
() 3. 31-40 ปี () 4. 41-50 ปี
() 5. 51-60 ปี () 6. 61 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส
() 3. หย่าร้าง/หม้าย

4. อาชีพ

- () 1. พนักงานบริษัทเอกชน
() 2. รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ
() 3. เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
() 4. นักเรียน/นักศึกษา
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท () 2. 15,001-30,000 บาท
() 3. 30,001-40,000 บาท () 4. 40,001-50,000 บาท
() 5. 50,001-60,000 บาท () 6. มากกว่า 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว โดยในแต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)	ระดับ				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)					
1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
2. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
3. ความเจียบสงบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
4. ความเป็นธรรมชาติด้านระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
5. ความคุ้มค่าเงินในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)					
6. การคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และปลอดภัย					
7. มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
8. ค่ารถโดยสารประจำทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้					
9. สภาพถนนหนทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ การสัญจรไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย					
10. สภาพการจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกคล่องตัว					

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's)	ระดับ				
	5	4	3	2	1
ด้านที่พัก (Accommodation)					
11. ที่พักมีความสะอาดและเป็นที่ยอมรับได้					
12. ที่พักมีความปลอดภัย เช่น มีกล้องวงจรปิดติดตั้งอยู่และใช้งานได้ดี					
13. มีที่พักหลายระดับให้เลือกใช้บริการในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว					
14. ระยะทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมไม่ไกลจนเกินไป					
15. ราคาที่พักและการให้บริการมีความเหมาะสมสร้างความประทับใจได้					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)					
16. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
17. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่					
18. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความตื่นเต้นและท้าทาย					
19. ความเหมาะสมของราคาในการทำกิจกรรม					
20. ในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกหลากหลาย					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)					
21. มีป้ายประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
22. มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว					
23. การให้บริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและเข้าใจง่าย					
24. มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา					
25. การให้บริการร้านอาหาร ร้านค้า มีให้เลือกหลากหลาย					

ส่วนที่ 3 ความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว โดยในแต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความปลอดภัยกับการตัดสินใจท่องเที่ยว	ระดับ				
	5	4	3	2	1
ด้านอาชญากรรมทางร่างกายและทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ					
1. ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงของการเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางร่างกายในการท่องเที่ยว					
2. ท่านคำนึงถึงความเสี่ยงในการถูกฉกชิง ปล้นทรัพย์สินในการท่องเที่ยว					
3. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับอุบัติเหตุบนท้องถนน					
4. ท่านหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ					
ด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคระบาดโควิด-19					
1. ท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่แออัดเพื่อป้องกันโรคระบาด					
2. ท่านหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีข่าวการแพร่ระบาดของโรค					
3. สถานที่พักแรมควรมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หรือวัดไข้ทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ					
4. สถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐโดยการการควบคุมจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม					
5. เจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยวจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ					
6. สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เพื่อติดตามหากพบผู้ติดเชื้อ					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว โดยในแต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	ระดับ				
	5	4	3	2	1
1. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะความสะดวกสบายของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
2. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะความสะดวกในการเดินทาง					
3. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะชอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
4. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะคำแนะนำจากครอบครัว/เพื่อน					
5. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะแก่การใช้เวลากับครอบครัว					
6. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง					
7. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะต้องการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว					

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19	ระดับ				
	5	4	3	2	1
8. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด					
9. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
10. ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หลังวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 เพราะต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุด					

ขอขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นรินลักษณ์ โรจน์วรรณะวิช

อีเมล Danita.jeer@bumail.net

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2558-2562 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์
สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว (หลักสูตรบริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2562 บริษัท จีระประภา แพ็คกิ้ง เวิร์ค จำกัด ตำแหน่ง ฝ่ายขายและการตลาด
พ.ศ. 2563 บริษัท นิติพงศ์ การพิมพ์ จำกัด ตำแหน่ง กรรมการบริษัท

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY