

วารสาร การท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Journal of Hospitality and Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University

JHAT
CHIANGRAI RAJABHAT
UNIVERSITY





JHAT
CHIANGRAI RAJABHAT
UNIVERSITY

วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2564

A decorative graphic consisting of a solid blue vertical bar on the left and several parallel blue lines of varying lengths and angles extending diagonally upwards from the bottom left towards the top right.

Journal of Hospitality and Tourism
Chiang Rai Rajabhat University: JHAT
Vol.6 No.1 January –June 2021



วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(*Journal of Hospitality and Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University: JHAT*)

Vol.6 No.1 January - June 2021 ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564 ISSN 2465-387X

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของวารสาร JHAT

วารสาร JHAT มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ องค์ความรู้ หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา บุคลากรในวิชาชีพ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ และเป็นเวทีรองรับ สนับสนุน ส่งเสริม และต่อยอดการพัฒนาและการคิดค้น องค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการบริการทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ

หลักเกณฑ์และขอบเขตของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร JHAT

วารสาร JHAT เป็นวารสารที่เปิดกว้างสำหรับรองรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการจัดทำอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการกำหนดเกณฑ์และขอบเขตของบทความจะเสนอขอตีพิมพ์ ดังนี้

1. เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่เผยแพร่เกี่ยวกับองค์ความรู้หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
2. เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่มีความชัดเจน จัดทำอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล
3. บทความที่นำเสนอจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ไม่เป็นเรื่องที่เคยตีพิมพ์หรือนำเสนอที่อื่นมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างรอการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดหรือในเวทีการประชุมวิชาการอื่นใด และจะต้องมีความน่าสนใจ เป็นเรื่องใหม่หรืออาจเป็นเรื่องเดิมแต่นำเสนอในมุมมองใหม่ เป็นองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้พัฒนาต่อยอดเป็นประโยชน์ได้
4. ประเภทบทความที่สามารถเสนอเพื่อตีพิมพ์อยู่ในรูปของบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ รวมถึงข้อสรุปจากการประชุมวิชาชีพที่จัดทำในรูปแบบข้อเขียนเชิงวิชาการ โดยภาษาของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ใช้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ (นอกจากภาษาอังกฤษ) กองบรรณาธิการอาจรับพิจารณาเป็นรายกรณี

5. ขอบเขตเนื้อหาของบทความ ประกอบด้วยสาขาการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการ อุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม ที่พักแรม สปา ไม่ซ์ (MICE) เรือสำราญ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ครั้วและศิลปะในการประกอบอาหาร ธุรกิจการบิน โลจิสติกส์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและศิลปะเพื่อการท่องเที่ยว และเรื่อง

6. รูปแบบการเขียนเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการวารสาร JHAT กำหนด(ดูรายละเอียดแนบท้าย)

กำหนดการตีพิมพ์และรูปแบบการเผยแพร่

วารสาร JHAT ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ (Online) ที่ URL: <http://tourismhotel.crru.ac.th/jhat-journal/> โดยกำหนดดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 ระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง	อธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรณพ บุญพัฒน์	คณบดี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์	บรรณาธิการวารสาร
อาจารย์ขวัญฤทัย ครองยุติ	ผู้ช่วยบรรณาธิการวารสาร

กองบรรณาธิการ

อาจารย์มนสิชา ชาวคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อาจารย์ภูวนารถ ศรีทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อาจารย์ขวัญฤทัย ครองยุติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
นางสาวญาณัท ศิริสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
นายณัฐกิจ มูลแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ

Professor Dr.Lawal M. Marafa	The Chinese University of Hong Kong
Professor Dr.Nina D. Laurie	University of St Andrews
ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความทางวิชาการและงานวิจัยประจำวารสาร (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสีมากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุขเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยาพร จารุมณีรัตน์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณิศา บุญญาณเมธภาพร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ เขียมตระกูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ขุนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรพรณ ไชยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรณณ บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อาจารย์ ดร.แก้วตา ม่วงเกษม	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.ธารณี นวสันธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.นิพล เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
อาจารย์ ดร.วิตติกา ทางชั้น	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร.ศิริพงศ์ รักใหม่	วิทยาลัยดุสิตธานี

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาวณัฏฐา ศิริสาร	ธุรการและประสานงาน
นางสาวพิมพ์พิมล วินทะไชย	ธุรการและประสานงาน
นางสาวอัมรินทร์ จี้อาพิทย์	การเงิน
นายณัฐกิจ มูลแจ่ม	งานพัสดุและจัดซื้อจัดจ้าง
นายสุเมธ อินทรจุฑกุล	จัดทำระบบฐานข้อมูล

ติดต่อกองบรรณาธิการ

สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
โทรศัพท์ : 0 5377 6088 , 0 5377 6000 ต่อ 1141,1142
เว็บไซต์ : <http://tourismhotel.crru.ac.th/jhat-journal/>
E-mail : jhatjournal@crru.ac.th

พิมพ์ที่

ร้านเอกอปปี้
ที่อยู่ : 343 หมู่ 2 ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
โทรศัพท์ : 09 7924 0040

บทบรรณาธิการ

วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (Journal of Hospitality and Tourism, Chiang Rai Rajabhat University: JHAT) เป็นวารสารที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริการของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษาและบุคลากรที่ปฏิบัติงานในวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวและการบริการเพื่อให้สามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาและการคิดค้นองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการบริการทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

การท่องเที่ยวและการบริการ เป็นภาคส่วนทางธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและการสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของทุกประเภท โดยเฉพาะประเทศที่ไม่ใช่ประเทศผู้ผลิตสินค้าหรือส่งออกผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีสมัยใหม่ นโยบายและการวางแผนในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการที่ชัดเจนจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความผันผวน ความปั่นป่วน (disruption) และสภาวะวิกฤติต่างๆ ให้สามารถลดความรุนแรงของผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นและนำไปสู่ความยั่งยืนและมั่นคง การเปลี่ยนแปลงในบริบททางธุรกิจและความต้องการของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตลอดเวลาและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีและการเกิดวิกฤติการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ดังเช่นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ในช่วงปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบันได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อทุกภาคส่วน ในทุกภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งเป็นที่รับรู้กันอย่างกว้างขวางว่าภาคส่วนการท่องเที่ยวและการบริการเป็นภาคส่วนของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงที่สุดและคาดการณ์ว่าจะเป็นภาคส่วนที่จะสามารถฟื้นตัวได้ช้ากว่าภาคส่วนธุรกิจอื่น ๆ ทั้งหมด ดังนั้น ภายใต้สถานการณ์และช่วงเวลาแห่งความยากลำบากดังกล่าว การศึกษา วิจัยเพื่อเตรียมการหาแนวทางหรือมาตรการต่าง ๆ สำหรับการพลิกฟื้นภาคการท่องเที่ยวและการบริการภายหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ทั้งในส่วนของการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนแปลงจากเดิมและการนำเสนอรูปแบบและวิธีการในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการควบคู่ไปกับการระดมทุนสถานการณ์ในระหว่างที่ยังมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

กองบรรณาธิการวารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้ จะเป็นเวทีและสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวและการบริการของนักวิชาการ นักวิจัย และ ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการเพื่อที่จะนำไปสู่การจุดประกายเพื่อให้ได้ความคิดและแนวคิดใหม่ ๆ ที่จะสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์และผลิต

นวัตกรรมการจัดการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการอย่างยั่งยืนและฝ่าฟันวิกฤติ
โดยสอดคล้องกับบริบทความต้องการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มากยิ่งขึ้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสีี่ยม บุญพัฒน์
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิชาการ

วิกฤตและโอกาสของภาคธุรกิจโรงแรมที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19	1
มนสิชา ชาวคำ	

บทความวิจัย

ความพึงพอใจในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	12
กรณีศึกษา วัดร่องเสือเต้น	
วรรษยา วิมลลักษณ์ และคณะ	
การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก Bubble Dome	30
ในจังหวัดเชียงราย	
พิมพ์วิภา มาต๊ะ และภูวนารถ ศรีทอง	

วิกฤตและโอกาสของภาคธุรกิจโรงแรมที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19

Crisis and Opportunities of Hotel Business

Arising after the COVID-19 Situation

◆ มณสิชา ซาวคำ

อาจารย์ประจำสำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Monsicha Saokham

Lecturer of School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: phannipha.sao@crru.ac.th

Abstract

The impact of the COVID-19 epidemic has affected a wide range of businesses, including the hotel business that has been hit hard. The business model has been adjusted to create new opportunities such as opportunities to reach new customers, opportunities to adjust the new business model from the Work From Home, opportunities for hotel development to become more Hotel 4.0 compliant with New Normal, whether the system of Check In and Check Out via application or kiosk, reducing the use of cash. Including opportunities in the Wellness Industry because in the future, the general health care trend will be more conscious of health and careful in living. In this regard to educational institutions that open Hotel and Hospitality Course should be some adjustment as well due to the situation causing the students and their parents to be insecure about the job position that they can support after graduation. Therefore, the curriculum should be adjusted to be in line with future tourism trend by improved skills “cross-industry” but still in the service industry that are connected to each other such as skills that can work in the health sector caring for the elderly, healthy food and beverage course design and skills in using digital technology.

Keywords: Opportunities, Hotel Business, Curriculum

บทคัดย่อ

ผลจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 กระทบกับหลากหลายธุรกิจรวมถึงธุรกิจโรงแรมที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก รูปแบบธุรกิจจึงมีการปรับเปลี่ยนทำให้เกิดโอกาสใหม่ ๆ ได้แก่ โอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ โอกาสการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่จากกระแส Work From Home โอกาสการพัฒนาโรงแรมไปสู่ความเป็น Hotel 4.0 มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ New Normal ไม่ว่าจะเป็นระบบ Check In และ Check Out ผ่านแอปพลิเคชันหรือคีย์iosk (Kiosk) การลดการใช้เงินสด รวมถึงโอกาสในอุตสาหกรรมสุขภาพ Wellness ที่แนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนทั่วไปในอนาคตจะมีความใส่ใจในสุขภาพและระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้งนี้ สถานศึกษาที่เปิดสอน หลักสูตรด้านการโรงแรมและการบริการควรมีการปรับตัวเช่นกัน เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้นักศึกษาเกิดความไม่มั่นใจและผู้ประกอบการในเรื่องตำแหน่งงานที่รองรับหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตรจึงควรมีการปรับให้สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ปรับเพิ่มทักษะแบบ “ข้ามอุตสาหกรรม” แต่ยังคงอยู่ในอุตสาหกรรมบริการที่เชื่อมโยงต่อกันได้ อาทิ ทักษะที่สามารถทำงานในสายงานสุขภาพได้ การดูแลผู้สูงอายุ การออกแบบคอร์สอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

คำสำคัญ : โอกาส, ธุรกิจโรงแรม, หลักสูตรการศึกษา

บทนำ

ภัยพิบัติหรือเหตุการณ์วิกฤต เป็นสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและผลกระทบของมนุษย์ รวมถึงโรคติดต่ออุบัติใหม่ โดยจะส่งผลกระทบ หรือความเสียหายอย่างรวดเร็ว และรุนแรงต่อการดำเนินงานตามปกติขององค์กรหรืออุตสาหกรรม และไม่สามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายตามกรอบระยะเวลาที่ตั้งไว้ ที่ผ่านมามีประเทศไทยต้องเจอกับภาวะวิกฤตทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจมาโดยตลอด ส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในภาพรวม

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหลายธุรกิจ เช่น สายการบิน โรงแรม บริษัททัวร์ และสาขาอาชีพ เช่น กลุ่มธุรกิจ MICE (Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions) บริษัทเช่ารถ เรือสำราญ ไกด์นำเที่ยว พิพิธภัณฑสถาน ไปจนถึงแหล่งซื้อของ ร้านค้า และร้านอาหาร หดตัวอย่างรุนแรง ดังนั้น จึงมีอาชีพเป็นจำนวนมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) ประเมินเสี่ยงตกงานจากผลกระทบจากโควิด-19 นอกจากนี้แล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 64.8 และรายได้ลดลงร้อยละ 57.8 ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 41.7 และรายได้ลดลงร้อยละ 63.6 นอกจากนี้ ยังมีการประเมินการสูญเสียรายได้ของธุรกิจโรงแรม

จากผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวอยู่ในช่วงติดลบประมาณ 279,293.2 - 418,440.3 ล้านบาท (Bangkok Bank, 2020)

จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทำให้ภาคธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปนี้ได้แม้อยู่ในสถานการณ์ที่ลำบาก ทำให้เกิดการวิเคราะห์ว่าหลายแนวทางหรือพฤติกรรมขององค์กรธุรกิจขณะนี้จะเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไปแม้หลังสถานการณ์โควิด-19 ยุติลง อาทิเช่น การใช้ศักยภาพพนักงานที่มีทักษะหลากหลายสามารถปฏิบัติงานหลายอย่าง บางหน้าที่อาจมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแทนแรงงาน และจะมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสแต่ยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เมื่อภาคธุรกิจมีการปรับตัวทำให้ภาคการศึกษาที่มีความจำเป็นต้องปรับหลักสูตรเช่นกันเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีการคาดการณ์ว่าจะเปลี่ยนไป เน้นการดูแลสุขภาพ และการดูแลสุขภาพนักท่องเที่ยว (Matichon Online, 2018) เนื่องจากภาวะสังคมผู้สูงอายุทรงตัวสำคัญของโลกในศตวรรษที่ 21 เป็นแนวโน้มที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

ความหมายวิกฤต

วิกฤต คือ การตกอยู่ในสถานการณ์และช่วงที่ยากจะผ่านพ้นไปได้ และต้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น แต่บางคนอาจไปได้โดยการหาทางออกด้วยตนเอง ดังนั้น จึงมีนักวิชาการได้ให้ความหมายและความสำคัญของวิกฤตไว้ดังนี้

สภาวะวิกฤตเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับชีวิต และในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประสบการณ์ที่บุคคลหนึ่งรับรู้ถึงความตึงเครียดหรือเป็นปัญหาที่ต้องเผชิญและไม่สามารถแก้ไขได้และภาวะวิกฤตนี้อาจจะทำให้บุคคลนั้นต้องปรับเปลี่ยนเป้าหมายและวิถีชีวิตไป (Lee, 2005:1) ซึ่งภาวะวิกฤตเป็นสถานการณ์ชั่วคราวที่เกิดขึ้นกับบุคคลทำให้รู้สึกไม่สบาย ตึงเครียด ต้องใช้สติปัญญาจัดการภาวะวิกฤต และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Phanwipha Bhunnakiet 2005 : 3 ที่กล่าวว่า เป็นเหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้นมาแบบไม่ปกติ ทำให้เกิดความตึงเครียด กดดัน เป็นภาวะอันตรายที่บุคคลต้องการความช่วยเหลือ วิกฤตนอกจากจะกระทบกับชีวิตแล้วยังมีวิกฤตเศรษฐกิจที่กระทบกับธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ อันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างรุนแรง เกิดขึ้นได้จาก โรคระบาด สงคราม การเมือง และการเงิน เป็นผลทำให้เกิดการลดกำลังการใช้จ่ายใช้สอย ลดการลงทุน และการเลิกจ้างในที่สุด (K.Pair, 2020)

สรุปได้ว่า วิกฤต หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในห้วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่ปกติ ทำให้บุคคลได้รับผลกระทบทางจิตใจ ธุรกิจได้รับผลกระทบทางสภาพคล่อง จำเป็นต้องหาทางออกด้วยสติปัญญาของตนเอง และอาจจะได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกเพื่อให้สามารถประคองชีวิตหรือธุรกิจผ่านพ้นช่วงเวลานั้นไปได้

แนวคิดเกี่ยวกับโอกาส

โอกาส หมายถึง ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ เอื้อต่อการเกิดและการดำเนินงานทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ย่อมก่อให้เกิดกำไร อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการมองเห็นโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ไม่ได้มีทุกคน โดยบุคคลที่มีปัจจัยทุนมนุษย์และปัจจัยทุนสังคมที่แตกต่างกันย่อมมีความสามารถในการตระหนักและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างกัน (Shane & Venkataraman, 2000) และยังหมายรวมถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น การที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจหรือการใช้ชีวิตได้คือ การริเริ่มสร้างโอกาสให้กับตัวเอง การมองไปที่ภาพรวมว่ามีข้อดีและข้อเสียอย่างไรบ้าง หากในเชิงธุรกิจสิ่งแรกที่ต้องเริ่มทำก่อนคือ ทำการสำรวจความต้องการทางตลาดหรือความต้องการของลูกค้าเสียก่อนว่า ลูกค้าต้องการอะไร ต้องการมากขนาดไหน จากนั้นจึงมาดูในส่วนที่เกี่ยวกับตัวธุรกิจและผลิตภัณฑ์ว่าสามารถตอบสนองความต้องการในส่วนนั้นได้มากขนาดไหนและอย่างไร แล้วจึงเริ่มลงมือวางแผนและเขียนแผนธุรกิจที่เหมาะสมกับตัวธุรกิจมากที่สุด (Dahalana, Jaafarb, Asma & Rosdi, 2013) ซึ่งการเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องย่อมจะได้รับโอกาสไม่ว่าจะเป็น เครือข่าย และสังคม เหล่านี้เป็นแหล่งที่มาที่สำคัญมากของข้อมูลในการค้นพบโอกาส นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีแหล่งของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จะมองหาโอกาสทางธุรกิจ การรับรู้โอกาสสามารถเกิดขึ้นที่จุดเริ่มต้นของกระบวนการผู้ประกอบการเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในขั้นตอนในวงจรชีวิตของธุรกิจ

การฟื้นตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวไทย

หลังรัฐบาลคลายล็อกมาตรการต่างๆ พร้อมกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านงบประมาณ 22,400 ล้านบาท ภายใต้ชื่อ "เราไปเที่ยวกัน" และ "เที่ยวปันสุข" โดยกระทรวงการคลัง ประเมินว่ามาตรการ "เราเที่ยวด้วยกัน" จะทำให้มีเม็ดเงินไหลเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 50,000 ล้านบาท และส่งผลให้จีดีพีมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้น 0.2-0.3% ซึ่งผลจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พบว่ามีการท่องเที่ยวภายในประเทศเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น และส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว มีการใช้จ่ายอย่างประหยัดหรือมีค่าใช้จ่ายต่อหัวประมาณ 3 พันบาท โดยจังหวัดที่เคยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวน้อยจะสามารถอยู่ได้ ยกเว้นจังหวัดที่เคยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักจะอยู่ไม่ได้ โดยมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ ไม่สามารถกระตุ้นความมั่นใจด้านความสามารถในการหารายได้ให้เกิดขึ้นภายในครัวเรือนได้ เพราะแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

6-7 ล้านคน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อย (เอสเอ็มอี) รวมถึงแรงงานภาคงานบริการ โรงแรมอีก 1.6-1.8 ล้านคน และธุรกิจโรงแรมกว่า 90% ยังอยู่ในสถานะเสี่ยงต่อการปิดกิจการและตถกาน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคาดว่าจะเริ่มฟื้นตัวในช่วงปลายปี 2564 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่ประเมินว่าจะกลับมา คือนักท่องเที่ยวในประเทศและในภูมิภาคเอเชีย ปัจจัยสำคัญที่เร่งการฟื้นตัว ได้แก่ การฉีดวัคซีน การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และนโยบายของภาครัฐ เช่น Phuket Sandbox, Travel Bubble และคาดว่าเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ New Normal อาทิ ท่องเที่ยววิถีชุมชน และเที่ยวไปทำงานไปจะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง ‘แผนฟินิกซ์’ ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2565 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือโลกยุคหลังโควิด คือ ‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (Mass Tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาดีแตกต่างจากที่ผ่านมาโดยในปี 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน ผู้สูงวัย ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ รวมถึงกลุ่มคนไทยเที่ยวออกที่มีจำนวนมากกว่า 12 ล้านคนและยังไม่สามารถออกเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาอันใกล้ กลุ่มเอ็กแพทหรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศไทยที่มีจำนวน 2 ล้านคน มีกำลังซื้อและสามารถเดินทางตลอดเวลา และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อกลไกการขับเคลื่อนประเทศ (Sirarom Techasriamornrat, 2021) สำหรับปี 2565 ที่จะต้องขยับรุกกลับตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอย่างเช่น กลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว กลุ่มแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ และส่วนต่อเนื่องไปในปี 2565 คาดว่าประเทศไทยจะสามารถสะสมจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ 20 ล้านคน หรือราว 50% ของปี 2562 แต่จะสามารถทำรายได้ใกล้เคียงกับปี 2562 โดยการจับกลุ่มตลาดศักยภาพ แม้จำเป็นจะต้องรวมปัจจัยสถานการณ์การแพร่ระบาดและการล็อกดาวน์ในไทยรวมถึงในต่างประเทศเพิ่มเติมเข้ามาอีก และคาดว่าภายในปี 2566 ตัวเลขท่องเที่ยวไทยจะคืนสู่ตัวเลขก่อนโควิด-19 โดยอนาคตท่องเที่ยวไทยหลังวิกฤตนักท่องเที่ยวคุณภาพจะเพิ่มมากขึ้น แนวทางการตลาดตอบกลุ่มเป้าหมายกำลังซื้อสูง สินค้าทางการท่องเที่ยวและธรรมชาติจะฟื้นฟูดีสวยงามแตกต่าง หลากหลาย โดดเด่น และสามารถทำราคาได้ โดยประเทศไทยมีภาพลักษณ์ใหม่ที่สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้สูงอย่างแท้จริง

โอกาสของธุรกิจโรงแรมในอนาคต

ธุรกิจโรงแรมหนึ่งใน Supply Chain ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้น ๆ ธุรกิจโรงแรมต้องหยุดกิจการเกือบทั้งประเทศและอาจจะเกือบทั้งโลก แต่ในทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส เมื่อสถานการณ์ที่ไม่รู้ว่าจะกลับมาเป็นปกติเหมือนเดิมได้เมื่อไหร่การหาโอกาสในวิกฤตโดยไม่เลือกที่จะมองแต่อุปสรรคเพียงอย่างเดียวจะพบว่าวิกฤตครั้งนี้ก็มีโอกาสใหม่ ๆ เกิดขึ้นในธุรกิจโรงแรม (Hotel Mans, 2020) โอกาสที่เกิดขึ้นมีดังต่อไปนี้

1. โอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ นโยบายประการหนึ่งของภาครัฐและหน่วยงานสาธารณสุขคือ “การสนับสนุนให้คนอยู่กับบ้าน” เมื่อคนออกจากบ้านไม่ได้จึงเป็นโอกาสของ “ผู้ให้บริการ FOOD DELIVERY” ต่าง ๆ ผลสำรวจพบว่าจากมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ทำให้ยอดขายการส่งอาหาร Online เพิ่มขึ้นกว่าปกติจากกรณีของ Grab Food ที่มียอดขายการใช้บริการ Delivery เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า (Teerasant Sahassapasn and Prakay Teerawattanakul, 2021) ในช่วงก่อนหน้าวิกฤต COVID-19 บางโรงแรมเริ่มที่จะมีแนวคิดในการขยายตลาดอาหารของโรงแรมไปสู่การขายผ่าน Food Delivery ต่าง ๆ แต่อาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักเพราะเป็นช่วงเริ่มทำการทดลองซึ่งวัตถุประสงค์ในขณะนั้นก็เพื่อหาช่องทางการสร้างรายได้ให้โรงแรมเพิ่มเนื่องจากก่อนวิกฤต COVID-19 ธุรกิจโรงแรมในส่วนของห้องพักประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากกระแส “Sharing Economy” ทั้งจาก Airbnb และห้องเช่ารายวันต่าง ๆ จึงเป็นสาเหตุที่ต้องหาวิธีสร้างรายได้เพิ่มแต่หลังจากที่เกิดวิกฤต COVID-19 จนทำให้ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบโดยตรง เหตุการณ์นี้จึงเป็นตัวเร่งให้โรงแรมหันมาให้ความสนใจและจริงจังกับการทำตลาดอาหารของโรงแรมผ่าน Food Delivery แบบจริงจังมากยิ่งขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้าของโรงแรมให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็น User Data จำนวนมหาศาลของ Food Delivery เหล่านั้น มีการจัดโครงการร่วมกันในส่วนของโรงแรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตัวอย่างคือ “GET” ผู้ให้บริการ Food Delivery ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) และสมาคมโรงแรมไทยเปิดโครงการ “Flavors from Top Hotels” ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารของโรงแรมสมาชิกให้กับผู้ใช้บริการ GET เป็นต้น ซึ่งนี่คืออีกหนึ่งในโอกาสที่ไม่จำเป็นต้องรอเวลาแต่สามารถทำได้ทันทีและจะสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตที่จะคุ้นชินกับการสั่งอาหาร Online มากยิ่งขึ้น จากการใช้ชีวิตประจำวันในช่วง COVID-19

2. โอกาสในการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่จากกระแส Work From Home เพื่อลดการติดต่อทำให้บริษัทและพนักงานได้เรียนรู้ถึงข้อดีของ WFH มากขึ้นและปรับพฤติกรรมการทำงานใหม่ซึ่งเมื่อสถานการณ์กลับมาเป็นปกติองค์กรต่างๆ เหล่านี้อาจมีมุมมองใหม่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำงานประกอบด้วย

2.1 บริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ อาจไม่จำเป็นต้องเช่าอาคารสำนักงานหรือหาสถานที่สำหรับจัดตั้งเป็นสำนักงานที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้รองรับบุคลากรขององค์กรให้ได้ทั้งหมด จากวิกฤตนี้แสดงให้เห็นว่าบางตำแหน่งสามารถที่จะทำงานที่บ้านได้และไม่จำเป็นต้องเดินทางมาทำงานที่ออฟฟิศเป็นประจำทุกวัน กรณีนี้บริษัทอาจพิจารณาหาสถานที่ที่มีขนาดเล็กสำหรับการตั้งออฟฟิศ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและหาก

พิจารณาในอีกแง่มุมหนึ่งองค์กรอาจตัดสินใจไม่เช่าอาคารสำนักงานแต่อาจใช้การจัดหาสถานที่เฉพาะในบางครั้งเพื่อจัดให้มีการพูดคุยเรื่องงานเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน และใช้การจัดทะเบียนที่ตั้งสำนักงานในลักษณะ Virtual Office แทนเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งตรงนี้คือ “โอกาสของธุรกิจโรงแรม” ในการปรับสถานที่และขายความเป็นสถานที่พูดคุยธุรกิจหรือประชุมขนาดเล็กเพื่อรองรับลูกค้าองค์กรที่จะมีพฤติกรรมในการหาสถานที่ทำงานและลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนไปทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงอาจมีการปรับพื้นที่บางส่วนให้เป็นลักษณะของออฟฟิศให้เข้าที่มีการออกแบบและตกแต่งที่ทันสมัยและประกอบกับการเน้นประเด็นให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรมได้ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปา ห้องอาหาร ด้วย ปัจจัยนี้จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ที่ต้อง WFH มาใช้บริการโรงแรมมากขึ้นเมื่อต้องเทียบกับ Office Building และ Co-Working Space

2.2 ส่วนของพนักงานที่ WFH ในกรณีที่บริษัทมีความคุ้นชินต่อการให้พนักงานทำงานแบบ WFH แล้ว และอนุญาตให้พนักงานทำงานในลักษณะ WFH ต่อไปได้แม้วิกฤตจะสิ้นสุด กรณีนี้อาจเป็นบรรทัดฐานการทำงานใหม่ เนื่องจากหากพนักงานสามารถทำงานในลักษณะ WFH ได้นั้นหมายถึงพนักงานจะลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางลงได้ ไม่ต้องเสียสุขภาพจิตจากปัญหาการติดหรือสุขภาพกายจากปัญหา PM 2.5 มลพิษต่าง ๆ และสิ่งที่เป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมคือ “การปรับโรงแรมให้เป็นสถานที่ทำงาน” สำหรับพนักงานที่องค์กรอนุญาตให้ทำงานแบบ WFH ได้ เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ไม่ชอบอยู่กับที่เป็นเวลานาน ๆ คนส่วนใหญ่ชอบที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ ดังนั้น การหาแพคเกจห้องพักแบบรายชั่วโมง (Hours Use) หรือรายวัน (Day Use) เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับโรงแรมและช่วยทำให้รายรับ (Drive Revenue) ให้กับโรงแรมได้ ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาที่โรงแรมต้องคิดนอกกรอบนอกเหนือจากการให้บริการแบบ “ห้องพักค้างคืน” อย่างเดียว เพื่อสร้างความหลากหลายด้านการบริการให้กับโรงแรม อีกทั้งยังเป็นการดึงดูดความน่าสนใจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

3. โอกาสในการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ Hotel 4.0 ก่อนเหตุการณ์วิกฤต COVID-19 บางโรงแรมได้มีการพยายามปรับเอาเทคโนโลยีมาใช้ในงานโรงแรมทั้งการนำระบบต่างๆ มาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับแขก หรือแม้แต่การเริ่มการทดลองให้บริการโดยใช้หุ่นยนต์ AI มาให้บริการแขกผู้เข้าพัก ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป คาดว่าหลังสถานการณ์วิกฤต COVID-19 โรงแรมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล จะมีการพัฒนาโรงแรมไปสู่ความเป็น Hotel 4.0 มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในหลาย ๆ บริการจะสอดคล้องกับ New Normal ใหม่ในธุรกิจโรงแรม

3.1 ระบบการ Check In ที่โดยปกติแล้วจะใช้การรับบัตรประชาชนหรือพาสปอร์ต และนำมาถ่ายเอกสารหรือสแกน เพื่อเก็บเข้าระบบเป็นฐานข้อมูลของโรงแรมในลักษณะของเอกสารตามระเบียบราชการ ซึ่งจะเกิดการสัมผัสระหว่างพนักงานและแขกพอสมควร แต่ในอนาคตอาจมีการนำระบบลูกค้าบริการเช็คอินด้วยตนเอง (Self Service Check-in) เข้ามาใช้บริการมากขึ้นทั้งการเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์หรือการเช็คอินโดยตู้คีออสค์ (Kiosk) ที่โรงแรม โดยจะมีการเพิ่มอุปกรณ์สำหรับใช้บันทึก

การยืนยันตัวตนของแขกจากบัตรประชาชนหรือพาสปอร์ต ซึ่งถือเป็นการช่วยลดขั้นตอนการทำงานและประหยัดทรัพยากรจากการใช้วิธีการเดิม แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดที่สามารถทำได้ในบางประเทศเท่านั้นเพราะในบางประเทศแขกผู้เข้าพักจำเป็นต้องยืนยันตัวตนกับพนักงานก่อนเข้าพักเสมอและในบางประเทศการส่งข้อมูลผู้เข้าพักให้กับหน่วยงานราชการยังไม่มีกฎหมายอนุญาตให้จัดส่งในรูปแบบดิจิทัลไฟล์ ซึ่งอาจต้องใช้เวลาพอสมควรแต่ท้ายที่สุดด้วยแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะนำวิธีนี้มาใช้ได้ในที่สุด

3.2 ระบบการ Check Out ก่อนหน้านี้มีบางโรงแรมทดลองใช้วิธีการ Check Out แบบ “Online Check Out” เพื่อลดขั้นตอนการติดต่อพนักงานและอำนวยความสะดวกให้แขกไม่ต้องลงมารอคิวติดต่อ Check Out ที่หน้าล็อบบี้ โดยโรงแรมจะใช้การส่ง Guest Folio หรือใบแจ้งหนี้การเข้าพักให้กับแขกทางอีเมล แล้วให้แขกชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตหรือ E-Wallet อื่น ๆ ได้ทันทีตั้งแต่อยู่บนห้องพัก คาดการณ์ว่าในอนาคตข้างหน้าเพื่อลดความแออัดบริเวณล็อบบี้ วิธีการนี้อาจเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยให้กับโรงแรมและอำนวยความสะดวกให้แขกผู้เข้าพักได้มากขึ้น

3.3 Cashless การลดการใช้เงินสดจะถูกนำมาใช้อย่างจริงจังโดยการพยายามให้แขกชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิตหรือ E-Wallet แทนการใช้เงินสดซึ่งจะช่วยลดการสัมผัสและลดความเสี่ยงจากการจัดเก็บรายได้แบบเป็นเงินสดของโรงแรมอีกทั้งยังช่วยป้องกันการทุจริตในองค์กรได้

4. โอกาสในอุตสาหกรรมสุขภาพ Wellness รายงานจาก 2020 GLOBAL WELLNESS TRENDS REPORT ระบุว่าอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพมีมูลค่ามากถึง 4.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ประกอบกับแนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนทั่วไปในอนาคตที่จะมีความใส่ใจในสุขภาพและระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทำให้โอกาสของธุรกิจโรงแรมที่อาจจะลองปรับเปลี่ยนรูปแบบของโรงแรมเปลี่ยนกลยุทธ์ตามหลักการแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งของสินค้าหรือบริการ STP (Segmentation Targeting Positioning) ของโรงแรมใหม่โดยหันมามุ่งเน้นตลาดสุขภาพ (Wellness) ที่ในประเทศไทยยังมีผู้ประกอบการในลักษณะ Wellness Hotel/Resort ไม่มากนัก ซึ่งอาจเริ่มต้นในการปรับโรงแรมให้เป็นสถานที่ทำงานได้ภายใต้รูปแบบ “Wellness Working Place” รองรับแนวโน้ม WFH ที่ยังคงความนิยมต่อไปแม้วิกฤตจะสงบลง การปรับโรงแรมให้รองรับการทำงานแบบ WFH โดยเพิ่มการดูแลสุขภาพ อาจเป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าสนใจและหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโรงแรมปกติ

แนวคิดการปรับรูปแบบการให้บริการของโรงแรมหลังวิกฤต COVID-19 เพื่อเป้าหมายในการปรับธุรกิจโรงแรมให้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต เป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการ ซึ่งนอกจากธุรกิจโรงแรมที่ต้องปรับตัวแล้วสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านการโรงแรมและการบริการก็ต้องปรับตัวเช่นกันเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ ดังข้อมูลต่อไปนี้

โอกาสของสถานศึกษา

การปรับตัวของหลักสูตรและนักศึกษาการโรงแรมและการบริการหลังสถานการณ์ โควิด-19 (Nattapat Kamonpatra, 2563) มีดังต่อไปนี้

การเรียนการสอนสาขาการโรงแรมและการบริการสามารถทำงานได้หลากหลายประเภททั้งงานโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร อากาศยาน บริษัทนำเที่ยว แต่ด้วยลักษณะงานทั้งหมดอยู่ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว จึงมีคำถามว่า “สาขาการโรงแรมจะยังมีนักศึกษาเข้ามาเรียนต่อหรือไม่” ดังนั้น หลักสูตรควรมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติม ทักษะที่หลากหลาย (Multi Skill แบบ Cross Industry Learning) คือ เป็นทักษะแบบ “ข้ามอุตสาหกรรม” แต่ยังคงอยู่ในอุตสาหกรรมบริการที่เชื่อมโยงต่อกันได้ หลักสูตรใหม่ต้องไม่ใช่แค่ทักษะที่หลากหลายแบบเดิมที่คุ้นเคยกัน ตัวอย่างเช่น ทำงานแผนกต้อนรับแล้วสามารถมาทำแผนกอาหารและเครื่องดื่มได้ หรือทำงานด้านการขาย (Sales) ได้ แต่อนาคตต้องเป็นการทำงานที่ได้มากกว่า อาทิเช่น การพลิกฟื้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยธุรกิจด้านสุขภาพ (Wellness Industry) เนื่องจากธุรกิจโรงแรมคือ ธุรกิจบริการที่เน้นเรื่องการบริการดูแลเอาใจใส่แขกผู้เข้าพัก สามารถปรับไปทำธุรกิจด้านสุขภาพได้ เช่น การปรับเปลี่ยนอาหารรายวิชาการต้อนรับส่วนหน้าจากการดูแลแขกทั่วไป เพิ่มเติมเรื่องการดูแลผู้สูงอายุได้อย่างถูกต้องเข้าไปเพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของสถานที่ดูแลผู้สูงอายุทั้งแบบรายวัน (Day Care) และการดูแลผู้สูงอายุนอกสถานที่ (Nursing Home) ในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และอาจมีผู้ประกอบการโรงแรมปรับรูปแบบธุรกิจเข้ามาสู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ (Wellness) ซึ่งถือเป็นโอกาสด้านอาชีพของนักศึกษาที่จะได้รับความรู้และการฝึกทักษะด้านการดูแลผู้สูงอายุและทักษะที่เกี่ยวข้องแล้วนำไปต่อยอดอาชีพได้ในอนาคต

การปรับเปลี่ยนความรู้และทักษะรายวิชาอาหารและเครื่องดื่ม จากปกติที่เน้นการให้ความรู้ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นการเพิ่มเนื้อหาวิชาที่เป็นหลักสูตรการโภชนาการเข้าไปเพื่อเสริมทักษะให้นักศึกษา มีโอกาสด้านอาชีพในการเป็น “ที่ปรึกษาด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ” (Wellness Food & Beverage Services Consultant) สามารถออกแบบคอร์สอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในสถานประกอบการด้านสุขภาพ Wellness Hotel & Resort ได้ หรือแม้แต่การออกแบบมื้ออาหารให้เหมาะสมกับแต่ละเพศ แต่ละวัยหรือตรงตามวัตถุประสงค์ของแขก เช่น ผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ผู้ที่ต้องการเพิ่มกล้ามเนื้อ เป็นต้น

สำหรับส่วนงานสันทนาการในโรงแรม เช่น สายงานกีฬาและนันทนาการ (Sport & Recreation) การออกแบบคอร์สสอนโยคะหรือฟิตเนสที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงอายุ รวมทั้งรูปแบบการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับแต่ละเพศแต่ละวัย นอกจากนี้ สามารถเป็นที่ปรึกษาด้านสุขภาพส่วนตัวให้กับผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพและเสริมสร้างกล้ามเนื้อเฉพาะส่วนได้อีกด้วย ซึ่งนักศึกษาที่เรียนจบจะได้ทักษะ 2 อย่าง คือ

ทักษะที่สามารถทำงานในโรงแรมได้และทักษะที่สามารถทำงานในสายงานสุขภาพได้ (Wellness Center, Wellness Hotel/Resort) ทำให้นักศึกษามีทางเลือกในการทำงานมากกว่า 1 สายงาน ซึ่งนักศึกษาที่เรียนจบมาได้ทั้งปริญญาตรี และประกาศนียบัตรรับรองด้านการบริหาร เพื่อเพิ่มโอกาสในสายงานด้านสุขภาพ (Wellness) ให้แก่นักศึกษา

ปัจจุบันสถานศึกษาต้องปรับตัวด้วยการใช้วิธีสอนออนไลน์ ทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างอิสระบนโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้น หลักสูตรต้องมีการปรับให้เกิดความแตกต่างจึงจะสามารถดึงดูดความสนใจ และลดปัญหาจำนวนนักศึกษาที่ลดลง ซึ่งนอกจากด้านสุขภาพแล้ว ทักษะอื่น ๆ ที่จำเป็น เช่น การตลาดออนไลน์ การเล่าเรื่อง ฯลฯ จะเป็นตัวเลือกให้แก่นักศึกษา สามารถทำงานสายงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่เรียนในหลักสูตร หรือนักศึกษาสามารถใช้ทักษะไปประกอบอาชีพส่วนตัวหรือประกอบอาชีพอิสระ มากกว่าการรอโอกาสการทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

เอกสารอ้างอิง

- Bangkok Bank. (2020). *SME Social Planet: Probability! Tourism Business Recovery*. Retrieved from <https://www.bangkokbanksme.com/en/the-recovery-thai-tourism-business>. (cited Jun. 2, 2021). (in Thai).
- Dahalan N. , Jaafar M. , & Rosdi, S. A. M. (2013) . *Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 91(2013), 403-410.
- Hotel Mans. (2020). *Techsauce: Opportunities of the hotel business after the COVID-19 crisis*. Retrieved from <https://techsauce.co/tech-and-biz/hotel-opportunities-covid19>. (cited Jun. 2, 2021). (in Thai).
- K. Pair. (2020). *Economic Crisis*. Retrieved from <https://greedisgoods.com/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD-economic-crisis/>. (cited Jul. 1, 2021). (in Thai).
- Lee, Jame. (2005). Living patterns. *Heart & Soul*. The Light Company.
- Matichon Online. (2018). *The world and the challenges of the “aging society”*. Retrieved from https://www.matichon.co.th/foreign/indepth/news_789840. (cited Jun. 12, 2021). (in Thai).

Nattapat Kamonpatra. (2020). *Record the COVID-19 crisis in the Hotel Industry*. E-book

Link: Hotelman.

Phanwipha Bhunnakriet. (2005). *How to help. When the mind panic*. Srinakharinwirot

University Community. 2(4) : 3, 8.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Academy of management review, 25(1), 217-226.

Sirarom Techasriamornrat. (2021). *Today: "Travel will not be the same again" Take about Thailand Tourism in the post COVID World with TAT Governor*. Retrieved from

<https://workpointtoday.com/tat-interview-tourism-future/>. (cited Jun. 2, 2021).

(in Thai).

Teerasant Sahassapasn and Prakay Teerawattanakul. (2021). *Bangkok Biz: Against the sluggish trend "Delivery Business*. Retrieved from

<https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/650027>. (cited Jun. 2, 2021). (in Thai).



Monsicha Saokham, MBA., Hotel and Restaurant Management
Dusit Thani college.

Lecturer, School of Tourism , Chiang Rai Rajabhat University.

ความพึงพอใจในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
กรณีศึกษา วัดร่องเสือเต้น

The Satisfaction in Development of Facilities to Accommodate the Elderly
Tourists: A Case Study of Rong Suea Ten Temple

♦ วรัชยา วิมลลักษณ์

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Waratchaya Wimonluck

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611881004@crru.ac.th

♦ วรณฤดี สมศักดิ์

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Wanarudee Somsak

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611881003@crru.ac.th

♦ ศุภากร นันคำ

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Supakorn Nankham

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611881005@crru.ac.th

♦ วิณา ปัญเศษ

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Weena Panset

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611881007@crru.ac.th

♦ CUI QIANQIAN

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
CUI QIANQIAN

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611881012@crru.ac.th

♦ ขวัญฤทัย ครองยุติ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Khwanruethai Krongyut

Lecturer of Tourism, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: khwanruethai.kro@crru.ac.th

Abstract

The objective of this research is to study the level of satisfaction in the development of facilities to accommodate the elderly tourists in Rong Suea Ten Temple, Muang District, Chiang Rai Province. The data was collected by distributing a questionnaires of 381 elderly and disabled tourists. Data were analyzed by using the instant statistical analysis program to describe percentage, frequency, standard deviation, and content analysis

The study indicated that the elderly tourists who come to use the facilities in Rong Suea Ten Temple, Mueang District, Chiang Rai Province were mostly female. They are between 60-65 years old, married, and general contractor. Most of the respondents were satisfied with the use of the facilities at Rong Suea Ten Temple in Mueang District, Chiang Rai Province, at a high level. The most satisfied was toilets, ramps and car parks. The manager of Rong Suea Ten Temple can use the result of this research to improve tourist attractions to be more ready to accommodate the elderly tourists who tend to increasingly in the future and creating a good image for tourist attractions. Railing need to be improved in first priority because there is not enough to facilitate elderly tourists, followed by signs or symbols to showing facilities because the temple does not have signboards showing map data within tourist attractions.

Keywords : Satisfaction, Facilities, Elderly tourists, Rong Suea Ten Temple

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุภายในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทำการรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและคนพิการจำนวน 381 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูปเพื่อบรรยายค่าร้อยละ ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 60-65 ปี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีสถานภาพสมรส โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ห้องน้ำ ทางลาด และที่จอดรถ โดยผู้จัดการดูแลวัดร่องเสือเต้นสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้นที่จะรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคตและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว โดยสิ่งที่จะต้องปรับปรุงอันดับแรก ได้แก่ รวากันตกเนื่องจากมีราวกันตกไม่เพียงพอต่อการใช้บริการ รองลงมาคือ ป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เนื่องจากทางวัดยังไม่มีป้ายแสดงข้อมูลแผนที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ วัดร่องเสือเต้น

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตรา การกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นต่างๆ (Pillavas *et al.*, 2013) โดยในปี 2560 ภาคการท่องเที่ยวของไทยก่อให้เกิดประโยชน์ในรูปของรายได้แก่ประเทศและกระจายรายได้ดังกล่าวสู่ภูมิภาคต่าง ๆ รวม 2.754 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.47 และเกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนหรือคนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคในชุมชนยกระดับคุณภาพของคนในชุมชนอีกด้วย (Patchimnan, 2017) ทั้งนี้ National Statistical Office (2018) ระบุว่าโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยในปี 2561 ประเทศไทยมีประชากรที่อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.06 % และมีโอกาสเพิ่มขึ้นเป็น 25% ในปี 2573 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดผู้สูงอายุมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการเอาใจใส่ดูแลตัวเองมากขึ้น และด้วยวิวัฒนาการด้านการแพทย์ทำให้อัตราการเสียชีวิตลดต่ำลง โดย Kim *et al.*, (2015) ระบุว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณเพื่อประกอบกิจกรรมสันทนาการและเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุเหล่านี้มีความพร้อมทางการเงิน มีกำลังซื้อสูง อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่อาจมีปัญหาในระหว่างการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การใช้สิ่งอำนวยความสะดวก และความต้องการได้รับการบริการที่มากกว่าคนธรรมดาทั่วไป (Sangkakorn *et al.*, 2012 ; Utama, 2014 ; Nikjoo & Ketabi, 2015)

จังหวัดเชียงรายจัดอยู่ใน 1 ใน 10 จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยม ปี 2560 ซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องของ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและธรรมชาติมีการขนานนามให้ว่า “เชียงรายเมืองแห่งศิลปะ” (Kantasak & Kantasak, 2020) นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวชมงานพุทธศิลป์ซึ่งแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุทั้ง ชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายควรพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมากยิ่งขึ้นเพื่อ ตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอนาคต โดยจากการศึกษาของ Kueseng *et al* (2012) แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกควรปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัยเพื่อสร้าง ความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Nikjoo & Ketabi (2015) แสดงให้เห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยว ควรเร่งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร และการให้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ใน การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยความพึงพอใจถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำหาก นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่พึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการแล้วอาจทำให้พวกเขา หลีกเลียงที่จะกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต (Boonrangsri & Phasunon, 2018; Sanorup & Chupchuwong, 2020) ทั้งนี้จากการศึกษาของ Krongyut & Worachitsanuphong (2018) พบว่าสิ่ง อำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาในจังหวัดเชียงรายยังไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญดังกล่าวจึงได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษา วัดร่องเสือเต้น ตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ทราบ ถึงความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่เดินทางมาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว โดยจะส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้ นำข้อมูลไปปรับใช้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพิ่มความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการ และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางและพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุในการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

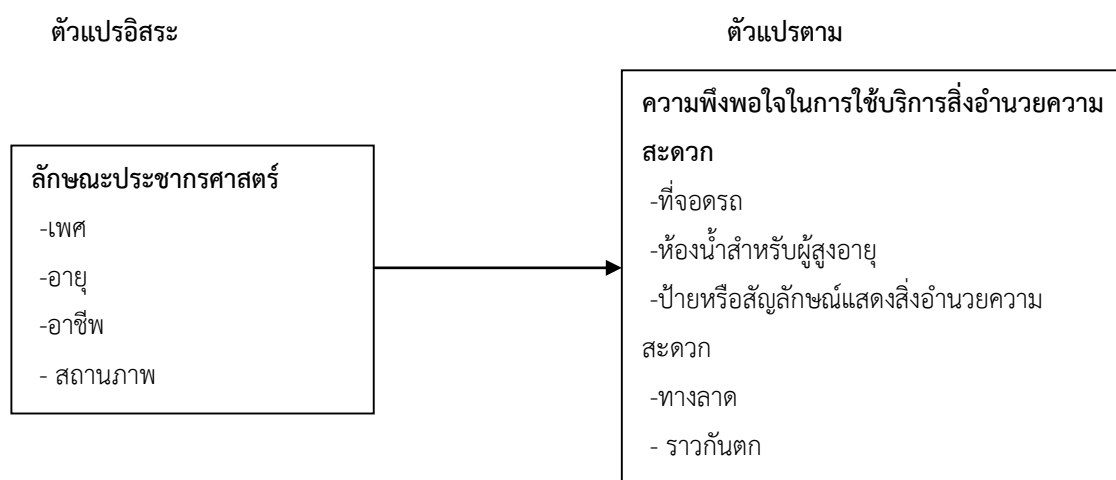
ขอบเขตเนื้อหา ครอบคลุมการศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุในการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตประชากร นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางไปเที่ยวและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตสถานที่ วัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตระยะเวลา ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 6 เดือน คือระหว่าง เดือน มิถุนายน – เดือนพฤศจิกายน 2562

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางไปเที่ยวและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจหมายถึง การให้ค่าความรู้สึกของนักท่องเที่ยวจากการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Czepllel & Rosenberg (1977). กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น นอกจากนี้ Oliver (1999) ยังได้ขยายความของความพึงพอใจว่าคือ การตอบสนองที่แสดงถึงความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็น

วิจารณ์ฐานของลูกค้ำที่มีต่อสินค้าและบริการ ประกอบกับ Horayangkura (2006) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกและมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม โดยแต่ละคนจะให้ค่าความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม Cadotte *et al* (1982) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่เป็นไปในเชิงของการกระทำ (Performance) เมื่อประสบการณ์ดังกล่าว มีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวังจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ในมุมมองด้านการท่องเที่ยวความพึงพอใจมักจะหมายถึงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่าง ๆ ที่มีก่อนการเดินทาง (Pre-travel expectations) และประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังจากการเดินทาง เช่นเดียวกับ Pizam & Calantone (1987) ซึ่งกล่าวจากมุมมองในด้านความคาดหวังและประสบการณ์ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวต้องการได้จากแหล่งท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจริงจากการไปเยือน โดยจะประมวลผลออกมาเป็นความรู้สึกได้ทั้งในทางบวกและลบ และสุดท้าย Hughes (1991) ยังระบุว่าความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายมิติ เช่นความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อม ทิวทัศน์ ความสวยงาม ความสะอาด บริสุทธิ์ ความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ ซึ่งจะถูกแยกออกมาวิเคราะห์ในแต่ละมิติ

ทั้งนี้ Ekinci & Riley (2001) กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลอย่างมากต่อการวางแผนการตลาดเนื่องจากความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการของผู้บริโภคในอนาคต โดยในงานวิจัยของ Jang & Feng (2007) ชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางไปเที่ยวและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางไปเที่ยวและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในวัดร่องเสือเต้น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ทั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite population) จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Taro Yamane 1973 (ปฤษฎางค์ และ ประสพชัย, 2561) โดยกำหนดขนาดของค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคลเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยเนื้อหาประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด ชนิดตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ (Joshi *et al*, 2015) ดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |

ความกว้างของอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ยที่มีค่าเท่ากับ 0.5 ซึ่งได้ค่ามาจากการคำนวณโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์ (Prajansha, 2012) ดังนี้

เกณฑ์ที่ใช้ในการแปรผล คือ

- 4.51-5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มากที่สุด”
- 3.51-4.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก”
- 2.51-3.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “ปานกลาง”
- 1.51-1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “น้อย”
- 1.00-1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “น้อยที่สุด”

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ และค้นคว้าข้อมูลจากเครือข่ายเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.706

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงของการวิจัยจำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (α) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.875

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 400 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล นำเสนอในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความถูกต้องสมบูรณ์จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดโดยแบ่งผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	189	47.7
หญิง	211	52.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 189 คนคิดเป็นร้อยละ 47.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
60-65 ปี	231	57.8
65-70 ปี	83	20.8
70-75 ปี	56	14.0
75-80 ปี	16	4.0
80-85 ปี	11	2.8
86 ปีขึ้นไป	3	0.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 60-65 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 65-70 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ช่วงอายุ 70-75 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ช่วงอายุ 75-80 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ช่วงอายุ 80-85 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และ อายุ 86 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้างทั่วไป	222	55.5
ค้าขาย	83	20.8
เกษตรกรกรรม	62	15.5
รับราชการ	33	8.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขายจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรับราชการ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	241	60.2
หม้าย	75	18.8
โสด	63	15.8
หย่าร้าง	21	5.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาสถานภาพหม้าย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 สถานภาพโสดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น

ความพึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก วัดร่องเสือเต้น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
1. ที่จอดรถ				
1.1 ที่จอดรถมีขนาดความกว้างและยาวเพียงพอต่อการใช้ช่วยเหลือตนเองแก่ผู้สูงอายุ	3.66	1.143	มาก	3
1.2 มีป้ายแสดงสัญลักษณ์ที่จอดรถผู้สูงอายุ/ผู้พิการชัดเจน	2.19	1.215	ปานกลาง	5
1.3 ที่จอดรถมีพื้นผิวเรียบ เสมอกัน ไม่ขรุขระหรือเป็นเนิน	3.65	1.103	มาก	4
1.4 ที่จอดรถมีความสะอาดและเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการหรือผู้สูงอายุ	3.79	1.088	มาก	2
1.5 ที่จอดรถสามารถเข้าถึงได้ง่ายในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	3.95	1.108	มาก	1
ด้านที่จอดรถโดยรวม	3.45	0.804	มาก	
2. ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ				
2.1 พื้นกว้างภายในห้องน้ำเพื่อให้เก้าอี้ล้อสามารถหมุนตัวกลับได้	4.36	0.992	มาก	5
2.2 ประตูของห้องน้ำเป็นแบบบานเปิดออกสู่ภายนอกและสามารถเปิดค้างได้	4.37	0.945	มาก	4
2.3 มีโถส้วมชนิดนั่งราบ สูงจากพื้น มีพนักพิงหลัง ที่ให้ผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราที่ไม่สามารถนั่งทรงตัวได้เองใช้พิงได้	4.42	0.759	มาก	2
2.4 ห้องน้ำสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราอยู่ในตำแหน่งที่ผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก	4.45	0.903	มาก	1
2.5 มีราวจับบริเวณด้านที่ขีดผนังเพื่อช่วยในการพยุงตัว	4.36	0.883	มาก	6

ความพึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก วัดร่องเสือเต้น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
2.6 มีจำนวนห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้พิการเพียงพอต่อการใช้บริการ	4.31	0.792	มาก	7
2.7 ห้องน้ำผู้สูงอายุโดยรวมมีความสะอาด	4.40	0.914	มาก	3
2.8 มีจุดนั่งพักหรือรอให้นั่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการนั่งรอขณะรอญาติหรือรอใช้บริการห้องน้ำ	4.30	0.766	มาก	8
ด้านห้องน้ำโดยรวม	4.37	0.653	มาก	
3. ป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวก				
3.1 มีป้ายเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	3.48	1.060	มาก	1
3.2 มีสัญลักษณ์ หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	2.40	1.293	มาก	4
3.3 มีป้ายแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในวัดที่มองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน	2.61	1.058	มาก	3
3.4 ป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกตั้งอยู่ในจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.02	0.968	มาก	2
3.5 มีป้ายเตือนจุดอันตรายหรือทางที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการไม่สามารถเข้าถึงจุดนั้นได้	2.17	1.183	ปานกลาง	5
3.6 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวตามจุดต่างๆภายในสถานที่ท่องเที่ยว	2.03	1.218	ปานกลาง	6
ด้านป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม	2.62	0.744	ปานกลาง	
4. ทางลาด				
4.1 มีพื้นผิวต่างสัมผัสเตือนก่อนถึงทางลาด	4.08	1.195	มาก	2
4.2 มีการใช้วัสดุปูพื้นที่ไม่ลื่นในการทำทางลาด	4.09	1.216	มาก	1
4.3 ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีความมั่นคงแข็งแรงไม่เป็นอันตราย	4.02	1.096	มาก	3
4.4 ใช้สีแสดงความแตกต่างของทางลาดอย่างเห็นได้ชัดเจน	3.60	1.079	มาก	5
4.5 มีป้ายแสดงทิศทางและตำแหน่งทางลาดชัดเจน	3.50	1.040	มาก	8
4.6 มีพื้นที่ด้านหน้าทางลาดกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไป และไม่มีสิ่งกีดขวาง	3.66	1.094	มาก	4
4.7 ทางลาดมีความกว้างอย่างน้อย 900 มิลลิเมตร เพื่อป้องกันการพลิกคว่ำของเก้าอี้เข็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	3.55	0.992	มาก	6

ความพึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก วัดร่องเสือเต้น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
4.8 ทางลาดมีความชันไม่เกิน 1 : 12 และมีความยาวแต่ละข้างไม่เกิน 6 เมตร	3.50	1.052	มาก	7
ด้านทางลาดโดยรวม	3.75	0.970	มาก	
5.ราวกันตก				
5.1 ราวกันตกมีความยาวต่อเนื่อง ไม่มีสิ่งกีดขวาง	1.69	0.955	ปานกลาง	1
5.2 มีการติดตั้งราวจับเพิ่มอีก 1 ราว สำหรับบันไดที่มีความกว้างเกิน 3 เมตร	1.66	0.997	น้อย	2
5.3 ราวกันตกทำจากวัสดุอย่างดี แข็งแรงและปลอดภัย	1.65	1.058	น้อย	3
5.4 มีราวกันตกอยู่ในจุดที่เข้าถึงลำบากหรือจำเป็นต้องเดินเข้าไป	1.61	1.066	น้อย	4
5.5 มีราวจับอยู่ข้างบันไดทั้ง 2 ข้าง และควรเป็นแบบกลม หรือ มน	1.52	1.240	น้อย	5
5.6 มีราวจับในบริเวณที่มีกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการสามารถร่วมกิจกรรมได้	1.39	0.812	น้อย	7
5.7 ราวจับของบันไดมีส่วนยื่นออกมาทั้งด้านบนสุดและล่างสุดของราวไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร และไม่เกิน 400 มิลลิเมตร	1.42	0.773	น้อย	6
5.8 ราวจับสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 800 มิลลิเมตร และไม่เกิน 900 มิลลิเมตร	1.38	0.808	น้อย	8
ด้านราวจับโดยรวม	1.54	0.818	น้อย	
ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม	3.15	0.435	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมมีระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ด้านที่จอดรถ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่จอดรถภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ รองลงมา คือ ที่จอดรถมีความสะอาดและเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการหรือผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ที่จอดรถมีขนาดความกว้างและยาวเพียงพอต่อการใช้ช่วยเหลือตนเองแก่ผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.66 ที่จอดรถมีพื้นผิวเรียบ เสมอกัน ไม่ขรุขระหรือเป็นเนิน มีค่าเฉลี่ย 3.65 และมีป้ายแสดงสัญลักษณ์ที่จอดรถผู้สูงอายุ/ผู้พิการชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.19 ตามลำดับ

ด้านห้องน้ำผู้สูงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้ห้องน้ำผู้สูงอายุภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มี

ระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ห้องน้ำสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราอยู่ในตำแหน่งที่ผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาคือมีโถส้วมชนิดนั่งราบสูงจากพื้น มีพนักพิงหลังที่ให้ผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราที่ไม่สามารถนั่งทรงตัวได้เองใช้พิงได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ห้องน้ำผู้สูงอายุโดยรวมมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.40 ประตูของห้องน้ำเป็นแบบบานเปิดออกสู่ภายนอกและสามารถเปิดค้างได้ มีค่าเฉลี่ย 4.37 พื้นที่ว่างภายในห้องน้ำเพื่อให้เก้าอี้ล้อสามารถหมุนตัวกลับได้ มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีราวจับบริเวณด้านที่ติดผนังเพื่อช่วยในการพยุงตัว มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีจำนวนห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้พิการเพียงพอต่อการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.31 และมีจุดนั่งพักหรือรอให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการนั่งรอขณะรอญาติหรือรอใช้บริการห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

ด้านป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้อาคารหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ มีป้ายเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมา คือ ป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกตั้งอยู่ในจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน มีค่าเฉลี่ย 3.02 มีป้ายแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในวัดที่มองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน มีค่าเฉลี่ย 2.61 มีสัญลักษณ์ หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 2.40 มีป้ายเตือนจุดอันตรายหรือทางที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการไม่สามารถเข้าถึงจุดนั้นได้ มีค่าเฉลี่ย 2.17 และมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวตามจุดต่างๆภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.03 ตามลำดับ

ด้านทางลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้อาคารหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ มีการใช้วัสดุปูพื้นที่ไม่ลื่นในการทำทางลาด มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ มีพื้นผิวต่างสัมผัสเตือนก่อนถึงทางลาด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีความมั่นคงแข็งแรง ไม่เป็นอันตราย มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีพื้นที่ด้านหน้าทางลาดกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไปและไม่มีสิ่งกีดขวาง มีค่าเฉลี่ย 3.66 ใช้สีแสดงความแตกต่างของทางลาดอย่างเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.60 ทางลาดมีความกว้างอย่างน้อย 900 มิลลิเมตร เพื่อป้องกันการพลิกคว่าของเก้าอี้เข็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือผู้พิการ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ทางลาดมีความชันไม่เกิน 1 : 12 และมีความยาวแต่ละข้างไม่เกิน 6 เมตร มีค่าเฉลี่ย 3.50 และมีป้ายแสดงทิศทางและตำแหน่งที่มีทางลาดชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ด้านราวจับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้อาคารหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้น โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.54 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราวกันตกมีความยาวต่อเนื่อง ไม่มีสิ่งกีดขวาง มีค่าเฉลี่ย 1.69 รองลงมาคือ มีการติดตั้งราวจับเพิ่มอีก 1 ราว สำหรับบันไดที่มีความกว้างเกิน 3 เมตร มีค่าเฉลี่ย 1.66 ราวกันตกทำ

จากวัสดุอย่างดี แข็งแรงและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 1.65 มีราวกันตกอยู่ในจุดที่เข้าถึงลำบากหรือจำเป็นต้องเดินเข้าไป มีค่าเฉลี่ย 1.61 มีราวจับอยู่ข้างบันไดทั้ง 2 ข้าง และควรเป็นแบบกลม หรือ มน มีค่าเฉลี่ย 1.52 ราวจับของบันไดมีส่วนยื่นออกมาทั้งด้านบนสุดและล่างสุดของราวไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร และไม่เกิน 400 มิลลิเมตร มีค่าเฉลี่ย 1.42 มีราวจับในบริเวณที่มีกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุ หรือ ผู้พิการสามารถร่วมกิจกรรมได้ มีค่าเฉลี่ย 1.39 และราวจับสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 800 มิลลิเมตร และไม่เกิน 900 มิลลิเมตร มีค่าเฉลี่ย 1.38 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่มีต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดร่องเสือเต้นพบว่าอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะในการให้บริการห้องน้ำ, ทางลาด และที่จอดรถของวัด ซึ่งมีการปรับปรุงตามหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ทั้งนี้งานวิจัยของ Pongpanich & Pimonsompong (2020). ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีความต้องการเรื่องความปลอดภัย และมีความระมัดระวังมากในการใช้บริการต่างๆ ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำ ทางลาด และที่จอดรถภายในวัดร่องเสือเต้นในระดับมากแสดงให้เห็นว่าวัดร่องเสือเต้นมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามในประเด็นความพึงพอใจที่ด้านราวกันตกและป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกยังคงมีค่าความพึงพอใจในระดับปานกลางและน้อยแสดงให้เห็นว่าวัดร่องเสือเต้นจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงและติดตั้งราวกันตกในจุดที่เสี่ยงต่อการเกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงติดตั้งป้ายและสัญลักษณ์เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยเฉพาะในประเด็นของป้ายเตือนจุดอันตราย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saenphrom (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุต้องการป้ายแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในวัดซึ่งต้องอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. วัดร่องเสือเต้นควรมีการปรับปรุงราวกันตกให้เพียงพอต่อความต้องการใช้บริการเพื่อเพิ่มความมั่นใจและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
2. วัดร่องเสือเต้นควรมีการติดตั้งป้ายหรือสัญลักษณ์แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อแสดงข้อมูลแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและง่ายต่อการใช้งาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนพิการและผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนพิการและผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เอกสารอ้างอิง

- Boonrangsri, P. & Phasunon, P. (2018). Factors affecting the choice of hotel service among Thai tourists in Bangkok. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12 (29), 193-205.
- Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1987). Expectations and norms in models of consumer satisfaction. *Journal of marketing Research*, 24(3), 305-314.
- Czepllel, J. A., & Rosenberg, L. J. (1977). Consumer satisfaction: concept and measurement. *Journal of the academy of Marketing Science*, 5(3), 403-411.
- Ekinci, Y., & Riley, M. (2001). Validating quality dimensions. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 202–223.
- Horayangkura, V. (2006). *Human Behavior and Environment: A Behavioral Basis for Design and Planning*. Bangkok: Chulalongkorn University
- Hughes, K. (1991). Tourist satisfaction: A guided “cultural” tour in North Queensland. *Australian Psychologist*, 26(3), 166-171.
- Jang, S. S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism management*, 28(2), 580-590.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 396-403.
- Kantasak, M. & Kantasak, A. (2020). The Power of Art: The Process of Creating Social Well-Being: A Case Study of Four Ears and Five Eyes Mang in Chiang Rai. *Journal of Buddhist Studies*, 11(1). 252 – 267.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism management*, 46, 465-476.

- Krongyut, K. & Worachitsanuphong, W. (2018). The Expectation of the Elderly and Disabled Towards Facilities and Utilities at Buddhist Tourist Attractions in Mueang District, Chiang Rai, Thailand. *Research Journal of Social Sciences*. 11(3): 9-16
- Kueseng, T., Sriram, Y. and Buaparot, W. (2012). Tourists' Expectation and Satisfaction Regarding On-Site Environment Management in Sai Khao Waterfall. Yala Rajabhat University.
- National Statistical Office. (2018). Aging society and demographic dividend. Retrieved 17 July 2020, from <https://www.nso.go.th/sites/2014/Lists/Infographic/Attachments/51>
- Nikjoo, A. H., & Ketabi, M. (2015). The role of push and pull factors in the way tourists choose their destination. *Anatolia*, 26(4), 588-597.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Patchimnan, A. (2017). Report on 2017 Tourism Economy in each quarter. Office of Research and Consulting Center of Thammasat University. Bangkok.
- Pillavas, T., Dockthaisong, B., Banchirdrit, S., & Chitlaoarporn, C. (2013). The Tourism Industry Strategies for Community Economy Development in the Andaman Triangle. *Humanity and Social Science Journal*, 19(2), 21-32.
- Pizam, A., & Calantone, R. (1987). Beyond psychographics—values as determinants of tourist behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 6(3), 177-181.
- Pongpanich, A., & Pimonsompong, C. (2020). The Development of Universal Service Design for Senior Tourists in Major Departments of Accommodation Sector. *Journal of MCU Peace Studies*, 8 (6), 2283-2298.
- Prajansha, P. (2012). *Advanced Statistics for Research and Evaluation*. Phitsanulok: Naresuan University.
- Saenphrom, J. (2013). Necessity of facilities for elderly tourists and elderly people in the area. A case study of tourist attractions, which are the relics of Phra That Phanom, Nakhon Phanom Province .Doctoral dissertation, Civil Engineering Department School of Engineering. Suranaree University of Technology.

Sangkakorn, K., Boonyanupong, S., Thiensiri, J., & Wandee, C. (2012). Potential of Tourist Attractions for the Elderly Tourists in Upper Northern, Thailand. National Research Council of Thailand.

Sanorup, R., & Chupchuwong, M. (2020). 16. A Study of Destination Satisfaction Influencing Repeat Visitation to Fang Hot Springs Doi Pha Hom Pok National Park, Chiangmai. Santapol College Academic Journal, 7(1), 136-146.

Utama, I. G. B. R. (2014). The motivation and satisfaction of elderly tourists visiting Bali tourism destination Indonesia. Journal of Economics and Sustainable Development, 5(18), 1700-2222.



Waratchaya Wimonluck, B.A. (Tourism Management)
Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Wanarudee Somsak, B.A. (Tourism Management)
Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Supakorn Nankham, B.A. (Tourism Management)
Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Weena Panset, B.A. (Tourism Management)
Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Cui Qianqian, B.A. (Tourism Management)

Undergraduate student of Tourism Management, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Khwanruethai Krongyut, M.S. (Park, Recreation, and Tourism)

Lecturer of Tourism, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University

**การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก Bubble Dome
ในจังหวัดเชียงราย**

**A Study of Tourist Needs to Stay at Bubble Dome
in Chiang Rai Province.**

♦ พิมพ์วิภา มาต๊ะ

Pimwipa Mata

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

student of Hotel Administration, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: 611706079@crju.ac.th

♦ ภูวนารถ ศรีทอง

Phuwanat Srithong

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Lecturer of Hotel, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: phuwanat.sri@crju.ac.th

Abstract

The research project of " A Study of Tourist Needs to Stay at Bubble Dome in Chiang Rai Province. The objective of this study was to study the pattern of operating a bubble dome accommodation business in Chiang Rai Province and to study the needs of tourists to stay in Bubble Dome accommodation in Chiang Rai. This research use a qualitative research. The researcher selected using purposive sampling technique and data collection was conducted by objectives as follow : (1) the pattern of operating a bubble dome accommodation business in Chiang Rai Province used a tool by interview form to the entrepreneurs who stay in the bubble dome style in Chiang Rai within theory of entrepreneurship. (2) The interview form used to ask tourists who stayed in the bubble dome style accommodation used the main marketing strategies for the business under 7 Marketing mix service(7Ps). From the study, we know the needs of tourists who want to stay in a new type of accommodation. The result of studied have shown that currently, bubble dome accommodations are becoming popular with people who want a novelty in tourism to allow guests to experience more of the natural

atmosphere. Although, the entrepreneurs were found new ways and opportunity to open a bubble dome style accommodation in Chiang Rai Especially the highlands will have cool weather all year round. Therefore, the idea was to provide accommodation in the form of Bubble Dome. The studies have shown that the vast majority of tourists want a peaceful, natural atmosphere and have privacy with a security system affordable accommodation with good service that will be able to meet the needs of tourists who come to use the service as well. Therefore, all 3 places have all the features that meet the needs of tourists satisfying as a guidelines for entrepreneurs who interested in new accommodation business as well as useful suggestions for the development of bubble dome style accommodation in Chiang Rai.

Keywords : Bubble Dome, New Accommodation, Tourist needs.

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย "การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอแม่สรวย และ อำเภอเชียงแสน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของการประกอบธุรกิจที่พักรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย และเพื่อศึกษาแนวทางการความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักที่พักแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ถามผู้ประกอบการที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงรายใช้ทฤษฎีแนวคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ถามนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ใช้หลัก กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps Marketing mix จากผลการศึกษาได้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพักที่พักรูปแบบใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจุบันที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ถือว่ากำลังเป็นที่นิยมของคนที่ต้องการความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้เข้าพักสัมผัสกับบรรยากาศของธรรมชาติที่มากขึ้น และบวกกับผู้ประกอบการมีความชื่นชอบที่พักรูปแบบใหม่ๆ และได้มองเห็นโอกาสในการเปิดให้บริการที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเห็นว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดท่องเที่ยว และมีสภาพอากาศที่ค่อนข้างเย็น โดยเฉพาะพื้นที่สูงจะมีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะให้บริการที่พักในรูปแบบ Bubble Dome และเพื่อศึกษารูปแบบของการประกอบธุรกิจที่พักรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักแบบธรรมชาติสงบเงียบ และมีความเป็นส่วนตัว พร้อมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย ที่พักราคาไม่แพงมีการบริการดี และที่พักคุ้มค่าราคามีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครันและการให้บริการดีเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน สิ่งนั้นเองที่จะสามารถ

ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้ง 3 แห่ง มีคุณสมบัติครบครันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ที่เคยเข้าพักพึงพอใจ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจธุรกิจที่พักแบบใหม่ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาที่พักรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ : Bubble Dome, ที่พักรูปแบบใหม่, ความต้องการของนักท่องเที่ยว

บทนำ

ธุรกิจที่พักแรม เป็นกิจการที่บริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว คือ การให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดรูปแบบที่พักขึ้นหลากหลาย มีทั้งลักษณะของโฮสเทล รีสอร์ท โมเตล โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ และรวมไปถึงที่พักในรูปแบบ Bubble Dome เป็นที่พักรูปแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจากที่พักทั่วไป โดยจะมีลักษณะเด่นเป็นของตนเอง เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่พักรูปแบบใหม่นั้น เป็นที่พักที่อยู่ในกลุ่มตลาดขนาดเล็ก สำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ประเภทของที่พักในรูปแบบใหม่ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ที่พักรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของประเทศ คือการใช้สภาพทางภูมิศาสตร์เป็นจุดเด่นในการสร้างที่พัก อาทิ การสร้างโรงแรมถ้ำ (Cave Hotel) โรงแรมน้ำแข็ง (Ice Hotel) โรงแรมใต้ทะเล (Underwater Resort) และโรงแรมเกลือ (Salt Hotel) 2) ที่พักรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นจากปรับเปลี่ยนสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน หรือแหล่งที่มีร่องรอยของประวัติศาสตร์ มาปรับใช้เป็นที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น พระราชวัง เป็นต้น และ 3) ที่พักรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นนี้เป็นรูปแบบพิเศษ สำหรับกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ มีความแตกต่างเฉพาะตัว ที่ไม่เหมือนใคร เกิดขึ้นนี้เป็นการคิดใหม่ที่เน้นที่ความแตกต่างเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมบนต้นไม้ (Tree House) โรงแรมเด็ก (Kid Hotel) โรงแรมสุนัข (Dog Inn) โรงแรมคนแคระ (นรินทร์ ยืนทน, 2560)

ที่พักรูปแบบ Bubble Dome แห่งแรกของโลก คือ ชุมชน Fiberthin Air Houses ที่เรียกว่า Rubber Village ออกแบบโดย Mr. Frank Lloyd Wright ได้ทดลองกับสถาปัตยกรรมเป่าลมเมื่อเขาสร้าง Fiberthin Air houses ซึ่งเป็นพื้นที่ใช้สอยที่เป็นนวัตกรรมที่อยู่อาศัยที่มีราคาไม่แพง ซึ่งทำจากวัสดุไนลอนที่มีความทนทาน เช่นเดียวกับการออกแบบผลงานอื่นๆ ของ Mr. Frank Lloyd Wright Fiberthin Air Houses ถูกมองว่าเป็นนวัตกรรมในอนาคต ซึ่งชุมชน Fiberthin Air Houses ได้ถูกเปิดตัวในงาน New York International Home Building Exhibition ในเดือนพฤษภาคม 2500 นอกจากนี้ภาพถ่าย Fiberthin Air Houses ของ Mr. Frank Lloyd Wright จากปี 1953 ที่ Kentucky University ปรากฏในวันที่ 11 พฤศจิกายน นิตยสาร Life ฉบับปี 2500 ในบทความที่มุ่งเน้นไปที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอนาคต (Sharon Francis, 2562)

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่สำคัญของการท่องเที่ยวเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยม ด้วยลักษณะสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวในฤดูหนาว ภูมิประเทศที่มีเทือกเขาสลับซับซ้อน มีประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ เพราะเป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนา อีกทั้ง ยังมีชายแดนติดกับประเทศเมียนมาร์และลาว ทำให้มีการส่งต่อวัฒนธรรมที่จะเห็นได้ทั้งวัด สถานที่ อย่างบ้านทรงล้านนา หรืออาหารตามชุมชนต่างๆ ที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบชาวล้านนา รวมไปถึงชนเผ่าต่างๆ ที่มีเสน่ห์ โดดเด่นด้วยแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดการส่งเสริมธุรกิจที่พักแบบต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายทั้งโรงแรมแบบหรูหรารูปแบบบูติก แบบโฮมสเตย์ ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบต้องการให้เกิดเป็นที่พักรูปแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่พักแบบ Bubble Dome ประกอบด้วย 1) อนันตรา โกลเด้น ไทโรแองเกิ้ล เอเลแฟนท์ แคมป์ แอนด์ รีสอร์ท เชียงราย ตั้งอยู่ที่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีห้องพักจำนวน 2 ห้อง 2) Five Forest Nature Camp ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีห้องพักจำนวน 2 ห้อง 3) Monkey Resort @maesuai ตั้งอยู่ที่ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีห้องพักจำนวน 10 ห้อง โดยห้องพักในรูปแบบ Bubble Dome มีลักษณะเป็นโดมใสอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เน้นความสงบและความเป็นส่วนตัว ภายใน Bubble ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ตามมาตรฐานทั่วไปของโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และเป็นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ทางด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าจังหวัดเชียงรายมีต้นทุนทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติที่สวยงาม มีความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ที่ผู้เข้าพักมีความชื่นชอบธรรมชาติและต้องการความเป็นส่วนตัว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาธุรกิจที่พักแบบ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ทำการเข้าพักรวมทั้งแนวคิดของผู้ประกอบการและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่พักแบบ Bubble Dome

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบของการประกอบธุรกิจที่พักแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในธุรกิจที่พักแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย

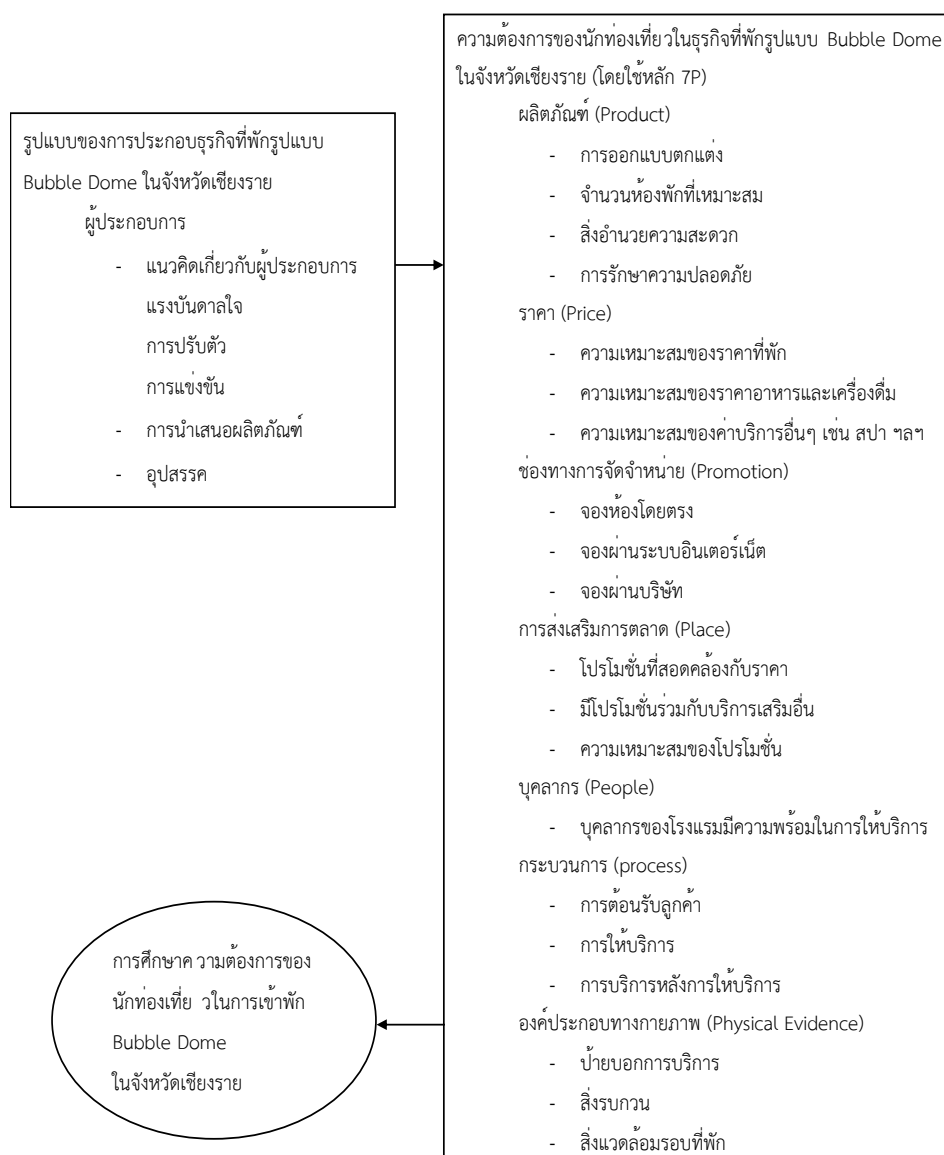
ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ ที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่

- อนันตรา โกลเด้น ไทรแองเกิ้ล เอเลแฟนท์ แคมป์ แอนด์ รีสอร์ท เชียงราย
มีที่พักรูปแบบ Bubble Dome จำนวน 2 ห้อง
- Five Forest Nature Camp
มีที่พักรูปแบบ Bubble Dome จำนวน 2 ห้อง
- Monkey Resort @Maesuai
มีที่พักรูปแบบ Tent Dome จำนวน 10 ห้อง

เก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ 2563 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2564

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

Bubble Dome หมายถึง ที่พักในรูปแบบทรงกลม มีลักษณะโปร่งใส ทำให้สามารถมองเห็นบรรยากาศรอบนอกได้อย่างเสรี พร้อมเครื่องปรับอากาศและเตียงนอน มีพื้นที่ใช้สอยในโดมใส พร้อมห้องน้ำในตัว เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าใส่ในห้อง อุปกรณ์พร้อมบริการชา กาแฟ โดยที่พักในรูปแบบนี้ส่วนมากจะตั้งอยู่ในบริเวณที่มีสภาพแวดล้อมปลอดโปร่ง อยู่บนดอยหรือภูเขา และอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก Bubble Dome หมายถึง ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ทางด้านโปรโมชั่นและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักใช้บริการอยากให้มีในขณะใช้บริการที่ที่พักประเภท Bubble Dome

นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก Bubble Dome หมายถึง บุคคลที่ต้องการประสบการณ์ในการเข้าพักที่รูปแบบใหม่ซึ่งเหมาะสำหรับคู่รักที่ต้องการมาฮันนีมูน ต้องการดื่มด่ำบรรยากาศของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ และนักท่องเที่ยวอีกประเภทที่เข้าพัก Bubble dome คือ Blogger หรือ Reviewer

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีแนวคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

พัชรภรณ์ เลขยันต์ (2561) ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในหลายนิยามจะกล่าวถึงความหมายที่คล้ายคลึงกันว่า ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการที่เริ่มต้นจาก

1. การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ความคิดใหม่
2. การรวบรวมทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อให้เกิดธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการ
3. การยอมรับความเสี่ยงหรือความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้น

Timmons (1990) (อ้างอิงใน พัทธภรณ์ เลขยันต์ 2561) กล่าวว่าความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการในการสร้างหรือแสวงหา โอกาสและดำเนินการให้เกิดขึ้น แม้อาจไม่สามารถควบคุมทรัพยากรที่ใช้ได้ทั้งหมด ความเป็นผู้ประกอบการ เกี่ยวข้องกับการให้ความหมายหรือแนวคิด การสร้างธุรกิจใหม่และการกระจายผลประโยชน์และคุณค่าแก่ บุคคล องค์กรและสังคม

Hisrich และคณะ (2008) (อ้างอิงใน พัทธภรณ์ เลขยันต์ 2561) ให้ความหมายของความเป็นผู้ประกอบการในมุมมองที่กว้างกว่าและ ครอบคลุมในหลายสาขาอาชีพ ว่าหมายถึงกระบวนการที่สรรค์สร้างสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าที่เกิดจากการอุทิศเวลา และความอดทน และรับความเสี่ยงทางการเงินทางจิตวิทยาและทางสังคมที่อาจเกิดขึ้น และรับผลรางวัล ตอบแทนในรูปของเงิน ความพึงพอใจส่วนบุคคล และความมีอิสระทางความคิด

Jones and George (2003) (อ้างอิงใน สมพร ปานยิทธิ และ โสภิตา ทะสังขา 2550) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า คือ บุคคลที่มองเห็นโอกาสและสามารถนำทรัพยากรที่มีจำกัดมา

สร้างสรรค์หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อจุดประสงค์ในการขายสินค้าและบริการ โดยจัดตั้งองค์กรขึ้นมาและบริหารธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไรในระยะยาวรวมทั้งประคับประคองธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นให้มีการเจริญเติบโต ผู้ประกอบการจะเป็นเจ้าของกิจการมีอำนาจในการตัดสินใจและมีบทบาทในการเป็นผู้นำขององค์กร

Susbauer (1969) (อ้างอิงใน สมพร ปานยิณดี และ โสภิตา ทะสังขา 2550) พบว่าแรงจูงใจมีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันให้ผู้ประกอบการออกจากสภาพการณ์เป็นลูกจ้างในกิจการของผู้อื่น และเป็นแรงกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการก่อตั้งสถานธุรกิจของตนเองขณะที่ Rissal (1988) พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการที่สามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการดำเนินอาชีพการประกอบการ

Drucker, 1985 (อ้างอิงใน พัทธราภรณ์ เลขยันต์ 2561) กล่าวว่าแนวคิดของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มักเกิดความเข้าใจว่าเหมือนกับคำว่าประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อม (Small business) แต่ในความเป็นจริงนั้นอาจมีความคล้ายคลึงกันแต่ไม่ เหมือนกัน เนื่องจากการประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีการบริหารงานที่เป็น อิสระ และมีแนวทางการบริหารเป็นของตนเองที่มักมีขอบเขตการดำเนินงานในท้องถิ่น ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมที่เพิ่งเริ่มต้นอาจนำแนวทางของความเป็นผู้ประกอบการมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ เช่น การแสวงหาโอกาสและระบุดตลาด แต่ความเป็นผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือนวัตกรรมเป็น สิ่งแรก ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมไม่จำเป็นต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในช่วงของการก่อตั้งธุรกิจเสมอไป การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเกิดขึ้นเมื่อธุรกิจได้ดำเนินการไปแล้วระยะหนึ่ง อย่างไรก็ตามแนวคิดของการประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อมและความเป็นผู้ประกอบการสามารถนำมาปฏิบัติร่วมกันเกิดเป็น แนวคิดการจัดตั้งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีลักษณะเฉพาะตัวและมีอิสระในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่รองรับตลาดที่ตนเองมีความถนัดหรือเชี่ยวชาญได้ดีและสามารถตอบสนองตลาดที่อุปสงค์หรือ ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้ดี

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการคือ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆขึ้นมา และพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจนั้นๆ เนื่องจากการประกอบกิจการธุรกิจ มีการบริหารงานที่เป็นอิสระ และมีแนวทางการบริหารเป็นของตนเองที่มักมีขอบเขตการดำเนินงานในท้องถิ่น

ทฤษฎีแนวคิดของกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps Marketing mix ประกอบด้วย

- PRODUCT: รูปแบบและคุณสมบัติของที่พัก
- PRICE: ตำแหน่งราคาที่เหมาะสม
- PLACE: สถานที่ของที่พัก
- PROMOTION : รูปแบบการส่งเสริมการขาย
- PEOPLE: สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าผ่านตัวบุคคล
- PROCESS: เป็นการสร้างระบบเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการได้สะดวก

- PHYSICAL EVIDENCE: การออกแบบสถานที่ให้บริการเพื่อให้เกิดความประทับใจในทุก รายละเอียด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทใน จังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวรายสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t > 1.96$) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการบริการ (Process) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านบุคลากร (People) และด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ยกเว้นเพียงด้าน การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามส่วนด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ พัก รีสอร์ท ในขั้นตอนต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ด้วยสูงที่สุดคือ การแสวงหาข้อมูล จากแหล่งต่างๆ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือกหลังจากที่ได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ การรับรู้ การตัดสินใจ และการเก็บรักษา ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในรูปแบบ Bubble Dome ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยสอบถามจากผู้ประกอบการของแต่ละโรงแรมและสถิติการเข้าพักของนักท่องเที่ยว จากข้อมูลของการเข้าพักในพื้นที่โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลของผู้เข้าพักตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ 2563 ถึง มกราคม พ.ศ 2564 ทั้งสิ้นประมาณ 440 คนทั้ง 3 แห่ง ประกอบด้วย อนันตรา โกลเด้น ไทแองเกิ้ล , เอเลแฟนท์ แคมป์ แอนด์ รีสอร์ท เชียงราย, Five Forest Nature Camp และ Monkey Resort @maesuai

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) นั้น มาใช้ในกระบวนการ วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจากเอกสาร (documentary research) โดยกระบวนการและวิธีการ วิเคราะห์อันจะได้ดำเนินการ กระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (major themes) หรือแบบแผนหลัก (major pattern) ที่พบในข้อมูล ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (major themes) มาพิจารณาแบ่งแยก ออกเป็นประเด็นย่อย (sub-themes) และหัวข้อย่อย (categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่ การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตาม แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากนี้

ในระหว่างการดำเนินกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเคร่งและแม่นยำ (rigor) เพื่อให้กระบวนการวิจัยครั้งนี้มีความเข้มข้น (intensive process) มากยิ่งขึ้น รวมทั้งคณะผู้วิจัยจะได้ดำเนินการกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วยเพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบ จากกระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ อันเป็นแนวทางประการสำคัญที่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบของการประกอบธุรกิจที่พักรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย

1.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ อนันตรา โกลเด้น ไทแองเกิ้ล แอแฟนท์ แคมป์ แอนด์ รีสอร์ท เชียงราย โดยการให้ข้อมูลของผู้จัดการฝ่ายบุคคลไว้ว่าในจังหวัดเชียงรายยังไม่มีที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ทางโรงแรมจึงเห็นโอกาสในการทำที่พักรูปแบบนี้ขึ้นมาเป็นกิจกรรมเสริมสำหรับผู้ที่มาพักโรงแรม อนันตราเพื่อให้ผู้เข้าพักสัมผัสกับบรรยากาศของธรรมชาติที่มากขึ้นส่วนในด้านของอุปสรรคปัญหาที่พบเจอคือ ปัญหาจากฝุ่นละอองขนาดเล็กปัญหาหมอกควันต่างๆและโรคระบาดโควิด- 19 ในเรื่องของฤดูกาลฝน ถือว่าไม่เป็นปัญหาสำหรับทางโรงแรมเนื่องจากที่พักแบบ Bubble Dome เป็นเพียงกิจกรรมเสริมที่ต้องซื้อเพิ่มเติมจากการจองห้องพัก ฉะนั้นแล้วเมื่อฝนตกทางแขกผู้เข้าพักสามารถย้ายไปยังห้องพักได้โดยไม่เป็นปัญหาและในด้านของกลยุทธ์ทางโรงแรมได้เน้นเรื่องโฆษณาประชาสัมพันธ์และการเจาะกลุ่มลูกค้าเป็น Blogger รีวิวเพื่อเป็นการโปรโมทที่พักให้กับทางโรงแรม

1.2 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Five Forest Nature Camp ได้ให้ข้อมูลไว้ว่าธุรกิจที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ปัจจุบันถือว่ากำลังเป็นที่นิยมของคนที่ต้องการความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวและพักค้างคืนเนื่องจากผู้ประกอบการเป็นคนชอบท่องเที่ยวเลยลองกลับมาคิดว่าต้นทุนในการสร้างที่พักรูปแบบ Bubble Dome จะเท่าไร และมีที่ดินของตัวเองอยู่แล้ว ซึ่งในจังหวัดเชียงรายก็มีแค่ไม่กี่ที่ที่เปิด จึงนำประสบการณ์ทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวหลายๆแห่งและการบริการหลายๆ ที่ที่เคยไปพักมารวมกันจึงเกิดที่พักในรูปแบบนี้ขึ้นมา อุปสรรคที่พบเจอจะเป็นในเรื่องของสภาพแวดล้อมและฤดูกาลรวมไปถึงโรคระบาดโควิด-19 ที่กระทบภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้จึงทำให้เกิดเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและการปรับตัวโดยเจ้าของที่พักได้ให้ข้อมูลว่าเนื่องจาก Five Forest จะเปิดแค่ช่วงฤดูหนาวและจะปิดในช่วงฤดูร้อนและฤดูฝนเพื่อปรับปรุงและแก้ไขจุดบอดในส่วนของการจัดการโควิด-19 ทางที่พักได้ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมโรคของสาธารณสุขเป็นอย่างดีเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่แขกที่ใช้บริการโดยทางที่พักมีกลยุทธ์ในด้านการบริการที่ดีเยี่ยมและยังมีอ่างอาบน้ำถือว่าเป็นจุดขายที่ดีเนื่องจากลูกค้าจะถามถึงอ่างอาบน้ำทุกครั้งก่อนที่จะจองห้องพักว่ามี

อ่างอาบน้ำหรือไม่และเจ้าของที่พักจะออกมาต้อนรับแขกด้วยตนเองทุกครั้งและเอาใจใส่แขกผู้เข้าพักทุกคนจึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการประทับใจและบอกต่อ

1.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Monkey Resort @Mae Suai ได้ให้ข้อมูลไว้ว่าธุรกิจที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ปัจจุบันถือว่ากำลังเป็นที่นิยมของคนที่ต้องการความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวและพักผ่อนโดยความที่ผู้ประกอบการได้จบการศึกษาทางด้านการโรงแรมมาโดยตรงและมีที่ดินเป็นของตัวเองซึ่งมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการทำธุรกิจที่พักแรมจึงก่อให้เกิดแนวคิดในการทำที่พักรูปแบบนี้ขึ้นมา ในด้านของอุปสรรคที่พบเจอจะเป็นในเรื่องของสภาพแวดล้อมและฤดูกาลรวมถึงโรคระบาดโควิด-19 ที่กระทบภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้จึงทำให้เกิดเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและการปรับตัวโดยเจ้าของที่พักได้ให้ข้อมูลว่าในช่วงฤดูฝนอาจจะมีการต่อเติมหลังคาเพื่อป้องกันฝนแก่แขกผู้เข้าพักและทางรีสอร์ตได้ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมโรคของสาธารณสุขเป็นอย่างดีเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่แขกที่ใช้บริการโดยทางรีสอร์ตมีกลยุทธ์ในด้านการบริการที่ดีเยี่ยมเจ้าของที่พักจะออกมาต้อนรับแขกด้วยตนเองทุกครั้งและเอาใจใส่แขกผู้เข้าพักทุกคนจึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการประทับใจและบอกต่อ

2. ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในธุรกิจที่พักรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของทั้ง 3 แห่ง มีผลการศึกษา ดังนี้

2.1 อนันตรา โกลเด้น ไทแองเกิ้ล เอเลphant แคมป์ แอนด์ รีสอร์ท เชียงราย ไม่สามารถให้ข้อมูลจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้ เนื่องจากเป็นข้อมูลส่วนบุคคลจึงไม่สามารถให้รายละเอียดได้

2.2 จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพัก Five Forest Nature Camp สรุปดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่ Five Forest Nature Camp พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักแบบธรรมชาติสงบเงียบ และมีความเป็นส่วนตัว พร้อมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย ที่พักราคาไม่แพงมีการบริการดี และที่พักคุ้มค่าแถมยังมีอ่างจากุซซี่ให้นักท่องเที่ยว ปัญหาที่พบในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือไฟบริเวณที่พักมีไม่มากพอนักท่องเที่ยวอยากให้เพิ่มไฟตรงบริเวณที่พักกับการรักษาความปลอดภัยตอนกลางคืนและอยากให้เพิ่มป้ายบอกทาง แต่โดยรวมแล้ว Five Forest Nature Camp ตอบโจทย์ได้ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนแบบธรรมชาติและต้องการความเป็นส่วนตัว

2.3 จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ได้เข้าพัก Monkey Resort @Mae suai ได้ผลสรุปดังนี้

นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ประทับใจและชื่นชอบรูปแบบการตกแต่งที่สวยงามดูทันสมัยรวมถึงบรรยากาศภายในที่พักที่มีความสงบและให้ความสวยงามวิวทิวทัศน์ภายใน และโดยรอบเหมาะแก่การถ่ายรูป ในด้านของที่พักนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่คิดว่าจำนวนห้องพักมีจำนวนที่พอดีไม่มากจนเกินไปเพื่อการบริการที่ทั่วถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักมีครบครันส่วนการบริการต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเช่น อาหารที่อร่อยและราคาไม่แพง ด้านการให้บริการของพนักงาน

และเจ้าของที่พักมีความเป็นกันเองมีอัธยาศัยที่ดีมีส่วนในเรื่องของความปลอดภัยของที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความปลอดภัยที่ระดับกลางและนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่คิดว่าความปลอดภัยมีน้อย เช่นในเรื่องของที่จอดรถในด้านของราคานักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับราคามากมายถึงโปรโมชั่นและบริการเสริมต่างๆ ส่วนปัญหาที่พบเจอคือเสียงรบกวนจากการเดิน การพูด การทำกิจกรรมต่างๆของห้องพักอื่นๆ ในเวลากลางคืนและห้องพักที่ติดกันจนเกินไปจึงทำให้ความเป็นส่วนตัวนั้นลดลงด้วยโดยรวมแล้วที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ของ Monkey Resort @Mae Suai นั้นเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นและต้องการความแปลกใหม่ในการมาพักค้างคืนในที่พัที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครันและการให้บริการดีเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนสิ่งนั้นเองที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

สรุปและอภิปรายผล

1. ธุรกิจที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ปัจจุบันถือว่ากำลังเป็นที่นิยมของคนที่ต้องการความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวและพักค้างคืนโดยความที่ผู้ประกอบการได้จบการศึกษาทางการโรงแรมมาโดยตรงและมีที่ดินเป็นของตัวเองซึ่งมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการทำธุรกิจที่พักแรมจึงก่อให้เกิดแนวคิดในการทำที่พักรูปแบบนี้ขึ้นมา ในด้านของอุปสรรคที่พบเจอจะเป็นในเรื่องของสภาพแวดล้อมและฤดูกาล รวมไปถึงโรคระบาดโควิด-19 ที่กระทบภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักแบบธรรมชาติสงบเงียบ และมีความเป็นส่วนตัว พร้อมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย ที่พักราคาไม่แพงมีการบริการดี และที่พักคุ่มราคาแถมยังมีอ่างจากุซซี่ให้นักท่องเที่ยว ปัญหาที่พบในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือไฟบริเวณที่พักมีไม่มากพอนักท่องเที่ยวอยากให้มีไฟตรงบริเวณที่พักกับการรักษาความปลอดภัยตอนกลางคืนและอยากให้เพิ่มป้ายบอกทาง แต่โดยรวมแล้ว Five Forest Nature Camp ตอบโจทย์ได้ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนแบบธรรมชาติและต้องการความเป็นส่วนตัว เช่นเดียวกับที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ของ Monkey Resort @Mae Suai นั้นเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นและต้องการความแปลกใหม่ในการมาพักค้างคืนในที่พัที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครันและการให้บริการดีเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนสิ่งนั้นเองที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย ทำให้ทราบแนวคิดของผู้ประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย พบว่าด้านแนวคิดของผู้ประกอบการทั้ง 3 ที่ คิดว่าปัจจุบันที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ถือว่ากำลังเป็นที่นิยมของคนที่ต้องการความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้เข้าพักสัมผัสกับบรรยากาศของธรรมชาติที่มากขึ้น และบวกกับผู้ประกอบการมีความชื่นชอบที่พักในรูปแบบใหม่ๆ และได้มองเห็นโอกาสในการเปิดให้บริการที่พักในรูปแบบ Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเห็นว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดท่องเที่ยว และมีสภาพอากาศที่ค่อนข้างเย็น โดยเฉพาะพื้นที่สูงจะมีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะให้บริการที่พักในรูปแบบ Bubble Dome

ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพัก Bubble Dome ในจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักแบบธรรมชาติสงบเงียบ และมีความเป็นส่วนตัว พร้อมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย ที่พักราคาไม่แพงมีการบริการดี และที่พักคุ้มค่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน และการให้บริการดีเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนสิ่งนั้นเองที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้ง 3 แห่ง มีคุณสมบัติครบครันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ที่เคยเข้าพักพึงพอใจเป็นอย่างมาก หลังจากการศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพัก Bubble Dome ในจังหวัดเชียงรายทั้ง 2 แห่ง ต้องการให้มีป้ายบอกทางให้ชัดเจนและเพิ่มจำนวนป้ายให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพัก Five Forest Nature Camp ต้องการให้มีไฟระหว่างทางเพิ่ม เพราะทางเข้าที่พักค่อนข้างมืด

เอกสารอ้างอิง

- Boonsatid,P.and el.(2020). POSHTEL : NEW TREND OF HOTEL BUSINESS IN THAILAND 4.0 ERA. Journal of Education Review. 7(1), 301-316. Faculty of Education. MCU. (in Thai)
- Charoensiri, N.(2015). *Factor and buying decision processes of Thai tourists in choosing Accomodation in Aumper Meaung, Nakornratchasima Province*. Master of Art (Tourism Management). Graduated School. Dhurakit Bandit University. (in Thai)

- Chamnan, K. (2018). The Factors Affecting the Decision to Select Hotel Accommodation Services in Chiang Rai of Tourists. *Journal of Business*. Independent Study Journal. Faculty of Business. Ramkhamheng University. (in Thai)
- Dokboonnak, N. and Thongkhamnuch, T. (2015). *Hotel preferences of Thai Tourists in Muang District, Suphanburi*. Research and Development Intuition. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. (in Thai)
- Kaenthon, N.(2016). *Development guideline for Hostels to promote Eco and Adventure Tourism: A Case Study at Military Academy Area in NAKHON NAYOK Province*. Master of Architecture. Faculty of Architecture and Planning. Thammasat University. (in Thai)
- Panyindee, S. and Tasankha, S.(2012). *Entrepreneurial Traits of Student in Siam University*. Siam University; Bangkok. (in Thai)
- Phakdee-auksorn, P. and Pattaro, P. (2019). *Maslow's Hierarchical Need Theory and International Tourist's Motivation for Food as a Tourist Attraction in Phuket*. Journal of International Studies. VOL. 9 NO. 1 January 2019 – June 2019. Prince of Songkla University. (in Thai)
- Rakmancharoen, C. (2015). *Factors which Influencing the Hotel and Resort Accommodation Decision of Thai Tourists in the area of economic zone, Mae Sai, Chiang Rai*. Faculty of Commerce and Accountancy. Thammasat University. (in Thai)
- Wongjirakit, T.(2012). *The Promotion Tourism Guideline of Hong Moon Mung KhonKean City Museum, KhonKaen Province*. Independent Study. Graduated School. Khon Kaen University. (in Thai)



Pimwipha Mata, student of Hotel Administration,
School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University



Phuwanat Srithong, MPA., (Public Policy)
Lecturer of Hotel, School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University

**รายละเอียดหลักเกณฑ์ในการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ใน
วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
(Journal of Hospitality and Tourism, Chiang Rai Rajabhat University: JHAT)**

.....

1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของวารสาร JHAT

วารสาร JHAT มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ องค์ความรู้ หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา บุคลากรในวิชาชีพ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ และเป็นเวทีรองรับ สนับสนุน ส่งเสริม และต่อยอดการพัฒนาและการคิดค้น องค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการบริการทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ

2. หลักเกณฑ์และขอบเขตของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร JHAT

วารสาร JHAT เป็นวารสารที่เปิดกว้างสำหรับรองรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการจัดทำอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการกำหนดเกณฑ์และขอบเขตของบทความจะเสนอขอตีพิมพ์ ดังนี้

2.1 เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่เผยแพร่เกี่ยวกับองค์ความรู้หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

2.2 เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่มีความชัดเจน จัดทำอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

2.3 บทความที่นำเสนอจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ไม่เป็นเรื่องที่เคยตีพิมพ์หรือนำเสนอที่อื่นมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างรอการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดหรือในเวทีการประชุมวิชาการอื่นใด และจะต้องมีความน่าสนใจ เป็นเรื่องใหม่หรืออาจเป็นเรื่องเดิมแต่นำเสนอในมุมมองใหม่ เป็นองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้พัฒนาต่อยอดเป็นประโยชน์ได้

2.4 ประเภทบทความที่สามารถเสนอเพื่อตีพิมพ์อยู่ในรูปของบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ รวมถึงข้อสรุปจากการประชุมวิชาชีพที่จัดทำในรูปแบบข้อเขียนเชิงวิชาการ โดยภาษา

ของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ใช้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ (นอกจากภาษาอังกฤษ) กองบรรณาธิการอาจรับพิจารณาเป็นรายกรณี

2.5 ขอบเขตเนื้อหาของบทความ ประกอบด้วยสาขาการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการ อุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม ที่พักแรม สปา ไมซ์ (MICE) เรือสำราญ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ครั้วและศิลปะในการประกอบอาหาร ธุรกิจการบิน โลจิสติกส์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและศิลปะเพื่อการท่องเที่ยว

2.6 รูปแบบการเขียนเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการวารสาร JHAT กำหนด (ดูรายละเอียดแนบท้าย)

3. กำหนดการตีพิมพ์และรูปแบบการเผยแพร่

วารสาร JHAT ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ (Online) ที่ URL: <http://tourismhotel.crru.ac.th/jhat-journal/> โดยกำหนดดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 ระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม

4. รูปแบบการเขียนบทความเพื่อเสนอตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร JHAT

บทความที่เสนอเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ จะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ขอบเขตตามที่ระบุในข้อ 3 และต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1. ผู้เขียนจัดทำ (เขียน) บทความตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนด

4.2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก (Peer) จำนวนอย่างน้อย 2 ท่านต่อบทความ

4.3. บทความที่นำเสนอ ต้องเป็นลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

(1) **บทความวิจัย (Research article)** ได้แก่บทความที่นำเสนอผลการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบ ดำเนินการเสร็จสิ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีองค์ประกอบบทความที่เป็นไปตามมาตรฐานประกอบด้วยชื่อเรื่องและรายละเอียดผู้เขียน และเนื้อหางานวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐาน (ถ้ามี) ขอบเขตการวิจัยการทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย เครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัย สรุปอภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง โดยมีการกำหนดคำสำคัญ (Keyword) จำนวน 3-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไว้ถัดจากบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(2) **บทความทางวิชาการ (Academic article)** ได้แก่งานเขียนเชิงวิชาการที่ได้เขียนขึ้นโดยกำหนดองค์ประกอบที่ชัดเจน มีการกำหนดประเด็นที่น่าเสนอชัดเจน มีเนื้อหาทั้งส่วนของบทนำ เนื้อหา มีการอธิบาย การวิเคราะห์ และการสังเคราะห์อย่างเป็นระบบตามหลักการเขียนและการทบทวนวรรณกรรมและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และหลักการเขียนเชิงวิชาการ โดยผู้เขียนได้นำเสนอความคิดทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วยการเปรียบเทียบ การวิพากษ์ การเสนอแนะ (compare and contrast) โดยมีองค์ประกอบที่มีมาตรฐานตั้งแต่ชื่อเรื่องและรายละเอียดผู้เขียน บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทนำ วัตถุประสงค์ เนื้อหา บทสรุป และเอกสารอ้างอิง โดยมีการกำหนดคำสำคัญ (Keyword) จำนวน 3-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไล่ถัดจากบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(3) **บทความปริทัศน์ (Review article)** เป็นบทความที่เขียนจากการรวบรวมความรู้ในเรื่องที่น่าสนใจในปัจจุบัน เรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านกระบวนการ วิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และ/หรือ วิจัย เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ในมุมมองใหม่ ประกอบด้วย ชื่อเรื่องและรายละเอียดผู้เขียน บทนำ เนื้อหา บทวิจารณ์ บทสรุป และเอกสารอ้างอิง

(4) **บทความแนะนำหนังสือ** เป็นบทความที่เขียนสรุปสาระสำคัญของหนังสือ พร้อมมีข้อวิจารณ์หรือความคิดเห็นตามสมควร ทั้งนี้ให้ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อผู้แต่ง ชื่อหนังสือ และพิมพ์ลักษณ์

(5) **งานสร้างสรรค์** เป็นผลงานทางวิชาการที่แสดงออกทางศิลปะอันเป็นที่ยอมรับระดับชาติ และระดับนานาชาติ หรืองานที่ได้รับสิทธิบัตร เป็นการแสดงความก้าวหน้าทางวิชาการ เสริมสร้างองค์ความรู้ หรือวิธีการที่เป็นประโยชน์ต่อสาขาวิชาหรือแสดงความเป็นต้นแบบ ต้นความคิดผลงานหรือแสดงความสามารถในการบุกเบิกงานในสาขาวิชานั้น

4.4 ความยาวของบทความ

(1) บทความวิจัย ความยาวประมาณ 12-18 หน้ากระดาษ เอ 4 (รวมรายการอ้างอิง)

(2) บทความวิชาการ งานสร้างสรรค์ ความยาวประมาณ 5-10 หน้ากระดาษ เอ 4 (รวมรายการอ้างอิง)

(3) บทความปริทัศน์ บทความแนะนำหนังสือ ความยาวประมาณ 3-5 หน้ากระดาษเอ 4

4.5 การอ้างอิงในบทความ

บทความที่เขียน ผู้เขียนต้องดำเนินการให้มีการอ้างอิงในเนื้อหาแบบนาม-ปี และมีการเขียนรายการบรรณานุกรมท้ายบทความ โดยใช้รูปแบบ American Psychological Association (APA 6th edition)

5. แนวทางการเตรียมต้นฉบับบทความสำหรับผู้เขียน (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

เพื่อให้บทความมีความถูกต้อง มีมาตรฐานตามหลักสากล กองบรรณาธิการวารสาร JHAT จึงกำหนดแนวทางการเขียนต้นฉบับบทความสำหรับผู้เขียนดังต่อไปนี้

6. คำแนะนำในการเขียนและการพิมพ์

- 6.1 ขนาดกระดาษที่ใช้กำหนดให้ใช้ขนาด A4
- 6.2 การกำหนดขอบกระดาษในแต่ละหน้าให้มีขอบเขตดังนี้ จากขอบบนของกระดาษ 1.25 นิ้ว ขอบล่าง 1.0 นิ้ว ขอบซ้าย 1.25 นิ้ว ขอบขวา 1.0 นิ้ว
- 6.3 ระยะห่างระหว่างบรรทัด หนึ่งช่วงบรรทัดของเครื่องคอมพิวเตอร์ 8 point
- 6.4 การจัดหน้าเป็นแบบ 1 คอลัมน์
- 6.5 ตัวอักษรและขนาดตัวอักษร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรแบบ TH sarabunPSK โดยจัดพิมพ์ตามกำหนดดังนี้

(1) ชื่อเรื่อง (Title)

- 1) ภาษาไทย ขนาด 18 point กำหนดตรงกลางหน้าและใช้ตัวหนา
- 2) ภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่) ขนาด 18 point กำหนดตรงกลางหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา
- 3) บทความจากวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของการศึกษา ให้ระบุข้อความไว้ที่เชิงอรรถ เช่น "บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง..." หรือ "บทความนี้ปรับปรุงจากวิทยานิพนธ์เรื่อง..." พร้อมระบุปริญญา สาขาวิชา สถาบัน และปี
- 4) ชื่อเรื่องไม่ควรยาวเกินไปหรือสั้นเกินไป โดยต้องครอบคลุมเนื้อหาและขอบเขตการศึกษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(2) ชื่อผู้เขียน (ถ้ามีมากกว่า 1 คนให้ระบุทุกคน)

- 1) ชื่อผู้เขียน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point กำหนดขีดขวาของหน้ากระดาษ
- 2) ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point กำหนดขีดขวาของหน้ากระดาษ
- 3) ชื่อที่อยู่อีเมล ขนาด 14 point, กำหนดขีดขวาของหน้ากระดาษ (ทุกคน)

(3) บทคัดย่อ (Abstract)

- 1) ชื่อ “บทคัดย่อ” และ “Abstract” ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลางหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา
- 2) ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย ขนาด 16 point กำหนดขีดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา
- 3) ข้อความบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point กำหนดขีดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา

4) ย่อหน้า 0.5 นิ้ว

5) บทคัดย่อ (Abstract) เป็นการสรุปสาระสำคัญของเรื่องความยาวประมาณ 150 – 250 คำมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยคำว่า Abstract เฉพาะตัวอักษรนำ (A) ให้ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ และคำสำคัญ (Keyword) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 3-5 คำ ผู้เขียนต้องตรวจสอบความถูกต้องทางไวยากรณ์และการใช้ภาษาของบทคัดย่อให้ถูกต้องตามหลักการใช้ภาษาและหลักภาษาศาสตร์

(4) คำสำคัญ (Keyword) ให้พิมพ์ต่อจากส่วนของบทคัดย่อ (Abstract) ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ประมาณ 3-5 คำ ใช้ตัวอักษรภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point

(5) รายละเอียดบทความ

- 1) หัวข้อใหญ่ ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้ายของหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา (ไม่ลำดับเลข)
- 2) หัวข้อรอง ขนาด 16 point กำหนดขีดซ้ายของหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา
- 3) ตัวอักษร ขนาด 16 point กำหนดขีดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา
- 4) ย่อหน้า 0.5 นิ้ว

(6) ส่วนประกอบของประเภทบทความ

- 1) บทความทางวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา บทสรุป และเอกสารอ้างอิง
- 2) บทความวิจัย ประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน (ถ้ามี) ขอบเขตของการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย เครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัย สรุปอภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะและเอกสารอ้างอิง

(7) คำศัพท์ ให้ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน

(8) ภาพและตาราง (ถ้ามี) ชื่อภาพให้ระบุคำว่า ภาพที่ ໐໐໐໐໐ ภาพประกอบ และจัดข้อความบรรยายภาพให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ชื่อตารางให้ระบุคำว่า ตารางที่ ໐໐໐໐໐ พร้อมทั้งข้อความบรรยายตาราง หัวตารางให้จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ และได้ภาพประกอบหรือตารางให้ระบุแหล่งที่มาให้ชัดเจน โดยพิมพ์ห่างจากชื่อภาพประกอบหรือเส้นค้นใต้ตาราง 1 บรรทัด (ใช้ตัวอักษรขนาด 14 point ตัวธรรมดา) โดยแผนภาพ แผนภูมิ ตารางที่ใช้ในบทความ ให้ทำเป็นไฟล์ภาพ (นามสกุล .jpg หรือ .png)

(9) การพิมพ์อ้างอิงที่ในเนื้อหา (In-text Citation) ของบทความ

- 1) ในกรณีมีการอ้างอิงในเนื้อเรื่อง ให้ใช้การอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบระบบชื่อ-ปี (name-year system) โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างท้ายข้อความที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

2) การอ้างอิงแทรกในตารางหรือในคำอธิบายตารางให้ใช้หมายเลขที่สอดคล้องกับที่ได้
อ้างอิงไว้ก่อนหน้าในส่วนของเนื้อหา

(10) การพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

1) เอกสารอ้างอิงทุกฉบับจะต้องมีการอ้างอิงหรือกล่าวถึงในบทความ โดยผู้เขียนต้อง
รับผิดชอบความถูกต้องในการอ้างอิง

2) กรณีรายละเอียดของเอกสารอ้างอิงมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พิมพ์ต่อบรรทัด
ถัดไป โดยย่อหน้า (โดยเว้นระยะ 7 ช่วงตัวอักษรหรือเริ่มพิมพ์ช่วงตัวอักษรที่ 8

3) จัดเรียงลำดับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ หรือการเรียงบรรณานุกรมให้ใช้หลักการเดียวกับการ
การเรียงคำในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หรือ Dictionary ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป โดยคำที่มี
ตัวสะกดจัดเรียงไว้ก่อนคำที่มีรูปสระตามลำดับตั้งแต่ กก-กข และ AA-AZ

4) การจัดพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความจะแตกต่างกันตามชนิดของเอกสารที่นำมา
อ้างอิง โดยให้จัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA 6th edition ดังนี้

ก. อ้างอิงจากหนังสือ ใช้รูปแบบดังนี้

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี) (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). /เมืองที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุชาติ. ประสพธีรัฐสินธุ์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ:
สามลดา.

Abbinnett, R. (2003). *Culture and Identity: Critical Theories*. London: SAGE Publications.

ข. อ้างอิงจากวารสาร ใช้รูปแบบดังนี้

ชื่อ/ชื่อสกุลผู้เขียนบทความ./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)/หน้าที่อ้าง.

ตัวอย่าง

สุรีย์ เข้มทอง และ อาทิตย์ ไทยะพันธ์. (2553). การวัดคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ใน
กรุงเทพมหานครโดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 8(2),
95-109.

Fraser, H. (2005). Four different approaches to community participation. *Community
Development Journal*. 40(3), 286-300.

ค. อ้างอิงจากเอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการ/หนังสือรวมบทความ

วิชาการ ใช้รูปแบบดังนี้

ชื่อผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความหรือชื่อตอน./ ใน// ชื่อหนังสือ./ ชื่อบรรณาธิการหรือชื่อผู้รวบรวม(ถ้ามี)/ (หน้าที่ตีพิมพ์บทความหรือตอนนั้น)/ ครั้งที่พิมพ์./ สถานที่พิมพ์./ ชื่อสำนักพิมพ์หรือผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง

อุทัยทิพย์. เจียวิวรรณกุล. (2554). การวิจัยบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณภาพประชากร. ใน อีรเดช ฉายอรุณ (บรรณาธิการ). หนังสือนวัตกรรมการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพประชากร. (หน้า 59-80).

กรุงเทพฯ: ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

Forsyth, J.T. (1995). Non-regulated Tourism as a form of Environmental Management in Northern Thailand: The Case of Pha Dua, Chiang Rai. In Rigg, J. (ed). Counting the Costs. (200-241). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

ง. อ้างอิงจากปริญญานิพนธ์หรือวิทยานิพนธ์หรือสารนิพนธ์ ใช้รูปแบบดังนี้

ชื่อผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อเรื่อง./ (ชื่อปริญญานิพนธ์หรือวิทยานิพนธ์หรือสารนิพนธ์ฉบับนี้, ชื่อมหาวิทยาลัย/ สถาบันการศึกษา).

ตัวอย่าง

दनัยศักดิ์ โกวิทวิบูล. (2543). ความต้องการและลักษณะการใช้สารนิเทศของนักศึกษาในสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

Patamaporn Yenbamrung. (1992). *The Emerging Electronic Univesrsity: A Study of Student Cost-Effectiveness*. (Dissertation, Ph.D. Library and Information Science, The University of Texas at Austin).

จ. อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ใช้รูปแบบดังนี้

ข้อมูลที่เป็นบทความจากวารสารออนไลน์

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่(ฉบับที่)/ หน้า(ถ้ามี)/ สืบค้นจาก URL ของวารสาร.

ตัวอย่าง

อัฐพร อารังเกียรติกุล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังกับส่วนประสมทางการตลาดของบูติค รีสอร์ท พัทยา จังหวัดชลบุรี. *การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. (3), 1-16. สืบค้น 10 มีนาคม 2555. จาก http://www.ttresearch.org/home/images/2553_3/8.pdf.

Fiona X. Yang and IpKin Anthony Wong. (2021). The social crisis aftermath: tourist well-being during the COVID-19 outbreak. *Journal of Sustainable Tourism*. (29), 6. 859-878. Retrieved on 9 April 2021. From <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1843047>

ฉ. ข้อมูลจากเว็บไซต์

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์หรือปีที่สืบค้น)./ชื่อเรื่อง./ สืบค้นเมื่อ วัน เดือน ปี (หรือ Retrieved เดือน วัน, ปี),/จาก (from) ชื่อเว็บไซต์.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2550). *กรอบทิศทางการพัฒนาการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2545 - 2559) ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550- 2554)*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2550, จาก [https://www.moe.go.th/webbpb/download/crisp_ direction.pps](https://www.moe.go.th/webbpb/download/crisp_direction.pps).

UNCTAD. (2005). *ICT and Tourism for development. A Background paper in the Commission of Enterprise, Business Facilitation and Development Expert Meeting*. Geneva, 30 November – 2 December 2005. Retrieved on 8 January 2006. From www.unctad.org.

ทั้งนี้ การอ้างอิงและการเขียนรายการอ้างอิง (References)

เอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ โดยผู้เขียนที่จะส่งบทความวิจัย/ วิชาการ เพื่อขอตีพิมพ์ในวารสารฯ ต้องเขียนเอกสารอ้างอิงโดยจัดเรียงคู่กัน คือ เรียงเอกสาร อ้างอิงภาษาอังกฤษที่แปลขึ้นก่อน และเติมคำว่า (in Thai) ต่อท้าย แล้วตามด้วยเอกสารอ้างอิงภาษาไทย ทั้งนี้ การให้ผู้เขียนจัดเรียงการเขียนเอกสารอ้างอิงลักษณะนี้ เพื่อให้กองบรรณาธิการใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องของการอ้างอิง โดยสำหรับขั้นตอนการตีพิมพ์ ทางกองบรรณาธิการจะปรับใช้เฉพาะรายการอ้างอิงที่แปลเป็นภาษาอังกฤษแล้ว

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

Chattananon, A. (2009). Crisis Management Strategy for Organization Leader. *Journal of Business*

Administration. 32(122), 8 – 18. (in Thai)

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2552). กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤตสำหรับผู้บังคับบัญชา. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 32(122), 8 – 18.

Chuangphusri, P. and Buranasing, S. (2011). *Conflict Management and Crisis Management*.

Bangkok: Prince Damrong Rajanuphap Institute. (in Thai)

ประพันธ์ ช่างภูศรี และสำเร็จ บุณะสิงห์. (2554). *การบริหารความขัดแย้งและบริหารภาวะวิกฤต*.

กรุงเทพฯ :สถาบันดำรงราชานุภาพ

7. การส่งบทความการส่งต้นฉบับ

7.1 ผู้สนใจเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร JHAT สามารถจัดส่งบทความถึงกองบรรณาธิการวารสาร ได้โดยช่องทางที่ E-mail: jhatjournal.sot@crru.ac.th โดยมีหนังสือแนบส่ง พร้อมที่อยู่ของผู้ส่งที่สามารถติดต่อกลับได้

หมายเหตุ การจัดส่งบทความทางอีเมลล์ ต้องส่งพร้อมแบบเสนอบทความ (แบบฟอร์ม A) ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่เว็บไซต์ <http://tourismhotel.crru.ac.th/jhat-journal/> คลิกที่นี่เพื่อดาวน์โหลด

A: แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร JHAT

B: แบบฟอร์ม (Template) บทความวิจัย

C: แบบฟอร์ม (Template) บทความวิชาการ

7.2 เมื่อกองบรรณาธิการได้รับต้นฉบับแล้ว จะนำเสนอบรรณาธิการเพื่อพิจารณาและแจ้งตอบกลับให้ผู้เขียนทราบผลว่าต้องมีการแก้ไขเบื้องต้นหรือไม่ กรณีไม่มีการแก้ไข กองบรรณาธิการจะเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความเพื่อพิจารณาและประเมินตามขั้นตอน กรณีบทความที่ไม่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบตามขั้นตอน

7.3 บทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะได้รับการพิจารณาและประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องในสาขาที่บทความเกี่ยวข้อง เมื่อได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและประเมินบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะส่งข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิพร้อมทั้งต้นฉบับคืนให้ผู้เขียน ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข และต้องส่งกลับให้กองบรรณาธิการภายในวันที่กำหนด

.....



***พิมพ์ข้อมูลในบทความแล้วปริ้นออกมาลงนามและสแกนส่งมาพร้อมบทความ**

**แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาลงวารสารการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (JHAT)**

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อเรื่อง

(ภาษาอังกฤษ).....

.....

ชื่อผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 1)

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร..... E-mail.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้.....หมู่ที่ซอย.....ถนน.....แขวง/ตำบล.....

เขตอำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

ชื่อผู้เขียนร่วม (ชื่อที่ 2)

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร..... E-mail.....

ชื่อผู้เขียนร่วม (ชื่อที่ 3)

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร..... E-mail.....

ประเภทบทความที่เสนอ

[] บทความวิชาการ (Academic Article)

[] บทความวิจัย (Research Article)

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรืออื่น ๆ โปรดระบุดังนี้

[] งานวิจัย [] วิทยานิพนธ์ (ปริญญาเอก) [] วิทยานิพนธ์ (ปริญญาโท) [] อื่น ๆ ระบุ.....

คำรับรองจากผู้เขียน

“ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความที่เสนอนี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ใด ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์พิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย หากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่งและ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบแต่เพียงฝ่ายเดียว”

ลงชื่อ.....
(.....)



JHAT
CHIANGRAI RAJABHAT
UNIVERSITY



วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ
สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
โทรศัพท์/โทรสาร: 053 776 088
E-mail : jhatjournal.sot@crru.ac.th
Web site : <http://tourismhotel.crru.ac.th/jhat-journal/>



Crisis and Opportunities of Hotel Business Arising after the COVID-19 Situation

Monsicha Saokham

**The Satisfaction in Development of Facilities to Accommodate the Elderly Tourists
: A Case Study of Rong Suea Ten Temple**

Waranya Wimonrak and others

A Study of Tourist Needs to Stay at Bubble Dome in Chiang Rai Province.

Pimwipa Mata and Phuwanat Srithong



วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ

สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100

โทรศัพท์/โทรสาร: 053 776 088

E-mail : jhatjournal.sot@crju.ac.th

Web site : <http://tourismhotel.crju.ac.th/jhat-journal/>