ISSN 2465-387X
ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564
Vol.6 No.2 July - December 2021

วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Journal of Hospitality and Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

JHAT
CHIANGRAI RAJABHAT UNIVERSITY

วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

Journal of Hospitality and Tourism

Chiang Rai Rajabhat University: JHAT

Vol.6 No.2 July –December 2021

วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(Journal of Hospitality and Tourism,

Chiang Rai Rajabhat University: JHAT)

Vol.6 No.2 July - December 2021 ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม- ธันวาคม 2564 ISSN 2465-387X

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของวารสาร JHAT

วารสาร JHAT มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ องค์ความรู้หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา บุคลากรในวิชาชีพ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ และเป็นเวทีรองรับ สนับสนุน ส่งเสริม และต่อยอดการพัฒนาและการคิดค้นองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการบริการทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ

หลักเกณฑ์และขอบเขตของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร JHAT

วารสาร JHAT เป็นวารสารที่เปิดกว้างสำหรับรองรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการจัดทำอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการกำหนดเกณฑ์และขอบเขตของบทความจะเสนอขอตีพิมพ์ ดังนี้

1. เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่เผยแพร่เกี่ยวกับองค์ความรู้หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

2. เป็นการนำเสนอในเชิงวิชาการที่มีความชัดเจน จัดทำอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

3. บทความที่นำเสนอจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ไม่เป็นเรื่องที่เคยตีพิมพ์หรือนำเสนอที่อื่นมาก่อนหรือไม่อยู่ในระหว่างรอการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดหรือในเวทีการประชุมวิชาการอื่นใด และจะต้องมีความน่าสนใจ เป็นเรื่องใหม่หรืออาจเป็นเรื่องเดิมแต่นำเสนอในมุมมองใหม่ เป็นองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้พัฒนาต่อยอดเป็นประโยชน์ได้

4. ประเภทบทความที่สามารถเสนอเพื่อตีพิมพ์อยู่ในรูปของบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ รวมถึงข้อสรุปจากการประชุมวิชาชีพที่จัดทำในรูปแบบข้อเขียนเชิงวิชาการ โดยภาษาของบทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ใช้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ (นอกจากภาษาอังกฤษ) กองบรรณาธิการอาจรับพิจารณาเป็นรายกรณี

5. ขอบเขตเนื้อหาของบทความ ประกอบด้วยสาขาการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการ อุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม ที่พักแรม สปา ไมซ์ (MICE) เรือสำราญ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ครัวและศิลปะในการประกอบอาหาร 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.อรวรรณ บุญพัฒน์	คณบดี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์	บรรณาธิการวารสาร
อาจารย์ขวัญฤทัย ครองยุติ	ผู้ช่วยบรรณาธิการวารสาร

กองบรรณาธิการ

อาจารย์มนสิชา ซาวคำ	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	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความทางวิชาการและงานวิจัยประจำวารสาร (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี	นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการบริการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุกเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยาพร จารุมณีรัตน์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภักดีพินิจ	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรษิดา บุญญาณเมธาพร	สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีรัตน์ เยี่ยมตระกูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ขุนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรณ ไชยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล้า ตรีเอกานุกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อาจารย์ ดร.แก้วตา ม่วงเกษม	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.ธารนี นวัสนธี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.นิพล เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
อาจารย์ ดร.วิตติกา ทางชั้น	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร.ศิริพงศ์ รักใหม่	วิทยาลัยดุสิตธานี

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาวญาณัท ศิริสาร	ธุรการและประสานงาน
นางสาวพิมพ์พิมล วินทะไชย	ธุรการและประสานงาน
นางสาวอัมรินทร์ จี้อาทิตย์	การเงิน
นายณัฐกิจ มูลแจ่ม	งานพัสดุและจัดซื้อจัดจ้าง
นายสุเมธ อินทรรุจิกุล	จัดทำระบบฐานข้อมูล

ติดต่อกองบรรณาธิการ

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

พิมพ์ที่

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

บทบรรณาธิการ

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

การท่องเที่ยวและการบริการ เป็นภาคส่วนทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ซึ่งในช่วงปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ในธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการต่างปรับตัว ภายใต้สถานการณ์และห้วงเวลาแห่งความยากลำบากดังกล่าว การศึกษา วิจัยเพื่อเตรียมการหาแนวทางหรือมาตรการต่าง ๆ สำหรับการพลิกฟื้นภาคการท่องเที่ยวและการบริการภายหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ทั้งในส่วนของการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนแปลงจากเดิม และการนำเสนอรูปแบบและวิธีการในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการควบคู่ไปกับการประคับประคองสถานการณ์ในระหว่างที่ยังมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

กองบรรณาธิการวารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้ จะเป็นเวทีและสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวและการบริการของนักวิชาการ นักวิจัย และ ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการเพื่อที่จะนำไปสู่การจุดประกายเพื่อให้ได้ความคิดและแนวคิดใหม่ ๆ ที่จะสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์และผลิตนวัตกรรมการจัดการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการอย่างยั่งยืนและฝ่าฝันวิกฤติโดยสอดคล้องกับบริบทความต้องการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มากยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิชาการ

การปรับรูปแบบการบริการของโรงแรมในยุคหลังโควิด 19 1
อรวรรณ บุญพัฒน์

บทความวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยว 15
วัดร่องขุ่นในสถานการณ์โควิด - 19
กินรี มณีแสง ขวัญฤทัย ครองยุติ และคณะ
พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยว 33
ชาวไทยหลังการระบาดของโควิด-19
ชุลีพร นันตา ขวัญฤทัย ครองยุติ และคณะ

การปรับรูปแบบการบริการของโรงแรมในยุคหลังโควิด 19

The Adaptation of Hotel Services Pattern in the Post-COVID-19 Era

◆ อรวรรณ บุญพัฒน์
อาจารย์ประจำสำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Orawan Boonpat
Lecturer of School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University
E-mail: orawan.boo@crru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องการปรับรูปแบบการบริการของโรงแรมในยุคหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสหรือโควิด 19 (COVID-19) เป็นบทความเขียนขึ้นโดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของธุรกิจโรงแรมที่ได้รับผลประทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสที่ได้จากผลงานวิจัย บทความวิชาการ รายงานข่าวและบทวิเคราะห์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ระหว่างปี พ.ศ.2562-2565 จำนวน 19 เรื่อง โดยบทความมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่ผู้ประกอบการโรงแรมนำมาใช้ตั้งแต่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส และที่จะนำไปปรับใช้สำหรับช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยบทความนี้ได้นำเสนอบทสรุปว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการปรับรูปแบบการให้บริการของตนจากรูปแบบเดิมเป็นการเน้นให้บริการที่ใส่ใจต่อความสะอาด สุขอนามัยและความปลอดภัยในสุขภาพของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสบายใจในการใช้บริการและเกิดความรู้สึกที่ดี ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถดำเนินธุรกิจเพื่อรักษาความมั่นคงด้านการเงินและความมั่นคงของธุรกิจ

คำสำคัญ การบริการงานโรงแรม การปรับตัวของธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโรงแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

Abstract

Academic articles on the Adaptation of Hotel Service Pattern in the Post-COVID-19 Era is an article written by analyzing and synthesizing data related to hotel business operations that have been affected by the coronavirus (COVID-19) from research reports, academic articles, journal articles and news reports related to the impact of the coronavirus epidemic during 2019-2022. The article aims to present a service model that Hotel operators have used it since the impact of the coronavirus pandemic and will be

adapted for the post-COVID-19 period. Most of the hotel businesses will focus on changing their service style and pattern from the old and traditional style to focus pretty much on service that cares about cleanliness, health, and safety for the health of tourists so that tourists can feel comfortable using the service and feel better. This also allows hoteliers to operate in order to maintain financial and business stability.

Key Words: Hotel Service, Adaptation of Hotel Services, Hotel Business after Covid-19

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างอย่างรุนแรงกับทุกภาคอุตสาหกรรมทั่วโลกโดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมากเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากรุนแรงและรวดเร็วซึ่งเป็นผลจากการหยุดการเดินทางท่องเที่ยวและการเดินทางระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วโลก สำหรับในประเทศไทยซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นอันดับหนึ่ง การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ส่งผลให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักโดยปริยาย ธุรกิจที่เกี่ยวข้องบางส่วนต้องปิดกิจการและเลิกจ้างพนักงาน บางส่วนปิดกิจการชั่วคราว และถึงแม้ว่ารัฐบาลจะได้เริ่มดำเนินการออกมาตรการผ่อนคลายและค่อยๆ เปิดประเทศภายหลังการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส เริ่มมีทิศทางคลี่คลายระดับหนึ่งแล้วก็ตาม แต่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยยังมีจำนวนต่ำกว่าเป้าหมายมาก โดยระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน 2564 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศเพียงจำนวน 485,287 คน เท่านั้น โดยเฉพาะกับการท่องเที่ยวในเมืองรองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติลดลงเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 60 และรายได้จากการท่องเที่ยวที่ลดลงเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 70 (ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์และพิริยะ ผลพิรุฬห์, 2564).

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ที่รุนแรงและมีแนวโน้มยาวนาน เป็นผลสืบเนื่องจาก (1) การพัฒนาวัคซีนซึ่งรวมถึงประสิทธิภาพของการป้องกันเชื้อ การผลิตและแจกจ่าย ยังมีความไม่แน่นอน (2) แม้จะเริ่มผลิตและแจกจ่ายวัคซีนไปในหลายประเทศแล้ว แต่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) แนะนำเรื่องการเกิดภูมิคุ้มกันหมู่ (Herd immunity) จำเป็นต้องมีการฉีดให้ครอบคลุมร้อยละ 65-70 ของจำนวนประชากร ซึ่งต้องใช้เวลาและงบประมาณสูง และ (3) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจะไม่ฟื้นตัวเร็วเหมือนวิกฤตในอดีต โดย University of California ประเมินว่า หลังการแพร่ระบาดยุติลง ความกังวลของประชาชนที่มีต่อโรคระบาดจะยังดำรงอยู่ต่อไปอีกอย่างน้อย 3-6 เดือน นอกจากนี้ รายได้และกำลังซื้อที่ลดลงรุนแรงทำให้ความต้องการเดินทางซึ่งถือว่า เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยยังต้องใช้เวลาในการฟื้นตัว (พุทธชาด ลุนคำและรชฎ เลียงจันทร์, 2564)

ธุรกิจโรงแรม เป็นประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสในประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลกระทบที่รุนแรงเป็นประวัติการณ์ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศในช่วง 11 เดือนแรกอยู่ที่ร้อยละ 29.3 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2563 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 69.7 ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อห้องพักทั่วประเทศหดตัว ร้อยละ 73.6 ผู้ประกอบการจึงเร่งปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยการนำมาตรการต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินการ เช่น การลดราคาห้องพัก การปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการโดยการเน้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศ ลดค่าใช้จ่ายและหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง เป็นต้น ขณะที่หลายโรงแรมเปิดให้บริการ Work From Hotel แทนการ Work From Home (WFH) รวมถึง ร่วมมือกับ Application สั่งอาหารออนไลน์จากร้านอาหารในโรงแรม ซึ่งส่วนใหญ่โรงแรมที่ดำเนินการในลักษณะนี้จะเป็นกลุ่มโรงแรมระดับ 4-5 ดาว นอกจากนี้ ในหลาย ๆ โรงแรมได้ดำเนินการทั้งดำเนินการเองและร่วมกับสถานพยาบาลหรือโรงพยาบาลในการให้บริการใช้เป็นที่กักตัวสำหรับผู้ได้รับเชื้อโคโรนาไวรัส ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ซึ่งรู้จักทั่วไปในชื่อ Alternative State Quarantine: ASQ และพบมากในอีก 9 จังหวัด ซึ่งรู้จักบริการในชื่อ Alternative Local State Quarantine: ALSQ ได้แก่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย ชลบุรี (พัทยา) ปราจีนบุรี บุรีรัมย์ มุกดาหาร เชียงใหม่ พังงา และ เชียงราย (ข้อมูล ณ วันที่ 8 มกราคม 2564) โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อรองรับลูกค้าชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและจะต้องกักตัวตามนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ของภาครัฐ ขณะเดียวกันพบว่ามีโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กหลายแห่งต้องปิดกิจการ (พุทธชาด ลุนคำและรชฎ เลียงจันทร์, 2564)

จากความรุนแรงของผลกระทบดังกล่าว เป็นเหตุผลสำคัญผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเร่งหาแนวทางในการปรับรูปแบบและวิธีการให้บริการ โดยไม่ใช่การลดคุณภาพ (Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C., 2020) บทความนี้เป็นการวิเคราะห์บริบทของรูปแบบการให้บริการในธุรกิจโรงแรมภายหลังเกิดการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส เพื่อนำมาสังเคราะห์สำหรับเป็นแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 หรือ Post-COVID-19 services เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงให้มีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งในรูปแบบการให้บริการ การบริหารงาน สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับการกลับมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โควิด-19

เนื้อหา

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับกระทบจากการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ด้วยมีลักษณะเฉพาะของสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป เพราะจัดเป็นสินค้าที่เก็บรักษาหรือรักษามูลค่าไว้ไม่ได้ (Perishability) มูลค่าของสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

สูญเสียได้ง่ายหรือไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Cannot be stored) เนื่องจากสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่ซึ่งหากไม่สามารถจัดจำหน่ายได้ มูลค่าของสินค้าและบริการนั้น จะสูญหายไม่สามารถชดเชยได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม หากไม่มีผู้เข้าพักในวันนั้น ห้องพักจะไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่โรงแรมและไม่สามารถจะชดเชยรายได้ในวันนั้นๆ ได้ (เสงี่ยม บุญพัฒน์, 2560) การเกิดวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการโรงแรมเพราะเมื่อคนไม่เดินทางท่องเที่ยว ก็ไม่มีการเข้าพักโรงแรม

ในเดือนมีนาคม 2563 รายได้ต่อห้อง (RevPAR) ในอุตสาหกรรมโรงแรมทั่วโลกลดลง โดยเอเชียและยุโรปลดลงมากที่สุดคือ ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 61.6 ตามลำดับ ในขณะที่ อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ในยุโรปลดลงจากปกติร้อยละ 61.6 เหลือเพียงร้อยละ 26.3 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยรายวันอยู่ที่ร้อยละ 8.1 ในเดือนมีนาคม 2563 ซึ่งลดลงมากกว่าการลดลงของอัตราการเข้าพักในเอเชียแปซิฟิกที่ลดลงจากปกติร้อยละ 59.5 เหลือเพียงร้อยละ 28.3 ในเดือนมีนาคม และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยรายวันอยู่ที่ร้อยละ 18 เช่นเดียวกับทวีปอเมริกาที่มีรายได้ต่อห้อง (RevPAR) จากธุรกิจโรงแรมลดลงระหว่างร้อยละ 48-59 ในเดือนมีนาคม 2563 และสำหรับสหรัฐอเมริกามีอัตราการเข้าพักลดลงจากร้อยละ 42 เหลือร้อยละ 39 ในเดือนมีนาคมเช่นเดียวกัน ส่วนธุรกิจโรงแรมในทวีปแอฟริกามีรายได้ต่อห้อง (RevPAR) ลดลงร้อยละ 55 ในเดือนมีนาคม 2563 และอัตราการเข้าพักลดลงจากร้อยละ 51.6 มาเป็นร้อยละ 31.1 โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยรายวันอยู่ที่ร้อยละ 6 ในขณะที่ ประเทศในแถบตะวันออกกลาง รายได้ต่อห้อง (RevPAR) ลดลงมากถึงร้อยละ 60.8 อัตราการเข้าพักจากร้อยละ 51.5 มาเป็นร้อยละ 36.6 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยรายวันอยู่ที่ร้อยละ 19 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2020)

จากการศึกษางานวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในธุรกิจโรงแรมจากสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 19 เรื่อง สรุปข้อมูลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19

ผู้วิจัย	ผลการวิจัย/ศึกษา
กวินภพ สายเพ็ชร์ (2564)	1.การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการใช้หุ่นยนต์ทุ่นแรง 2.การใช้ระบบดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงานบริการ เพื่อลดการสัมผัสระหว่างลูกค้ากับพนักงานให้บริการ
ชรินทร์ พุ่มบัณฑิต (2564)	1.นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันสุขภาพ โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านการทำความสะอาด 2.นวัตกรรมที่ช่วยเว้นระยะห่างทางสังคม เป็นการสร้างประสบการณ์บริการแบบใหม่และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการของโรงแรม
ดารณี อาจหาญและคณะ (2565)	1. ปรับปรุงมาตรฐานเกณฑ์ด้านความสะอาดและสุขอนามัย 2. แนวปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่พักชุมชมสัมผัสวัฒนธรรมมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยป้องกันเชื้อโควิด-19 3. ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ผลการวิจัย/ศึกษา
ดารณี อาจหาญและ สินติธร ภูริภักดี (2564)	1.ใช้กลยุทธ์การประหยัด กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการ และกลยุทธ์การฟื้นฟู 2.กลยุทธ์การปกป้องหรือการประคับประคอง กลยุทธ์ด้านการปรับโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ด้านการลดต้นทุน กลยุทธ์ด้านการทดแทนการรายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง กลยุทธ์การปรับวิถีการดำเนินธุรกิจใหม่ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล และกลยุทธ์นโยบายแบบยืดหยุ่น
นภาพร หงส์ภักดีและคณะ (2564)	1.เน้นมาตฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย 2.การสร้างรายได้จากส่วนบริการอื่นๆ ในโรงแรม 3.การลดราคาห้องพักหรือลดค่าอาหาร 4.การชะลอ ปรับลดหรือตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น 5.เน้นเทคโนโลยีและความคิดเชิงนวัตกรรม
นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2564)	การปรับตัว 5 ด้าน 1. การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน 2. การฟื้นตัวเศรษฐกิจในการท่องเที่ยว 3. ใช้หลักการ 9Ps เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว 5. การรับมือและสื่อสารภาวะวิกฤต
นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ ธนา กิติศรีวรพันธุ์ และ วีระ วีระโสภณ (2564)	มาตรฐานความปลอดภัย 1. สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร 2. จัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค 3. การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
พุทธชาด ลุนคำและ รชฎ เลียงจันทร์ (2564)	1.มาตรฐานด้านสุขภาพ 2.เทคโนโลยีที่จะมามีบทบาทต่อการท่องเที่ยววิถีใหม่ 3.การหาโอกาสใหม่จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ภฤศญา ปิยนุสรณ์และ ระชา ทวีผลนนท์ (2565)	1. กำหนดรูปแบบการบริการจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2. ออกแบบมาตรฐานการให้บริการด้วยการปฏิบัติตามมาตรการด้านสาธารณสุขทั้งมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและเครือข่ายสากล 3. ศักยภาพการให้บริการผ่านการมอบหมายการปฏิบัติงานจากที่บ้าน และส่งเสริมสมรรถนะของผู้ให้บริการด้วยการเพิ่มทักษะใหม่ที่องค์กรต้องการและการต่อยอดทักษะเดิมให้มีความชำนาญ 4. ด้านการสื่อสารที่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมกับกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับรัฐบาล

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ผลการวิจัย/ศึกษา
สุเมธ กมลศิริวัฒน์และบุษรา โพวาทอง (2564)	1. การปรับตัวที่สาคัญของโรงแรมใน 2 ด้าน คือ จำนวนวันปิด และระดับราคาห้องพักเฉลี่ยที่เปลี่ยนแปลงลดลง 2. การเข้าร่วมมาตรฐาน SHA เป็นการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยต่อโรค COVID-19 อาจไม่ส่งผลโดยตรงต่อการบริหารโรงแรม แต่มีผลทางอ้อมในเชิงการรับรู้จากสาธารณะจากการได้รับการรับรองมาตรฐานโดยภาครัฐเพิ่มจากมาตรฐานเดิมของโรงแรม
อธิป จันทร์สุริย์ (2564)	กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจโรงแรม 1.ด้านการบริหารงาน ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และความอยู่รอด ปรับโครงสร้างการบริการงานและปรับรูปแบบการให้บริการ 2. ด้านบุคลากร ฝึกอบรมสิ่งที่จำเป็นให้พนักงานในการให้บริการผู้ป่วยที่มาใช้บริการ 3. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เปิดเป็นโฮสพิเทส เพื่อช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤต
Chan, J., & Gao, Y. (2021)	สิ่งที่ค้นพบและเป็นข้อเสนอแนะสำคัญจากการศึกษานี้ ได้แก่ การปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการใหม่ทั้งหมด ให้สอดคล้องกับสถานการร์แพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส
Hameed, N., et al. (2021)	การศึกษาแนวทาง(อนาคต)การให้บริการระหว่างการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ในส่วนของบริการอาหารแบบบับเฟต์ (Buffets) โดยมีข้อสรุปจากผู้บริหารโรงแรม(กลุ่มแอคคอร์) ดังนี้ 1. ปรับรูปแบบการบริการจากที่จัดอาหารไว้พร้อมสำหรับให้ลูกค้าเลือกเองเป็นรูปแบบที่ผู้ให้บริการจัดให้ (transformation of traditional buffet into an assisted buffet) 2. นำเสนอรูปแบบและวิธีการบริการใหม่ที่เน้นการสร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า 3. เน้นรายการอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ การดำเนินมาตรการข้างต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้โรงแรมสามารถพลิกฟื้นสถานการณ์ที่ไม่มั่นคงด้านการเงินและเศรษฐกิจคืนกลับมาได้ และ ยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้ด้วย
Hao, F., et al. (2020)	สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษานี้คือการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ส่งผลรุนแรงชัดเจนและถาวรต่อธุรกิจโรงแรมในประเทศจีน วิธีการที่จะสามารถนำมาใช้ในการจัดการวิกฤตดังกล่าวประกอบด้วย 1. การมีช่องทางธุรกิจและประเภทธุรกิจที่มากกว่า 1 ช่องทางหรือ 1 อย่าง (เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงจากธุรกิจโรงแรมเพียงอย่างเดียว) 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และเลือกลงทุนให้เหมาะสม (เฉพาะที่ใช่) 3. นำเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ 4. ทบทวนตลาดที่ดำเนินการมาในอดีต

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ผลการวิจัย/ศึกษา
Lai, I.K.W & Wong, J. W. C., (2020)	การดำเนินการในช่วงแรกของการระบาด มีดังนี้ 1. กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด 2. นำมาตรการด้านราคามาปรับใช้ 3. การ(ถือ)โอกาสปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบการให้การบริการ รวมถึงการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร 4. รัฐบาลมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ การดำเนินการในช่วงการระบาดรุนแรง 1. ยังคงให้ความสำคัญกับมาตรการการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาด 2. ลดความสำคัญของการใช้มาตรการราคา (ผู้เข้าพักลดลง การหยุดการเดินทางอย่างเด็ดขาดของนักท่องเที่ยวเพราะการแพร่ระบาดที่รุนแรง ถึงแม้จะใช้มาตรการราคาแต่ไม่มีผู้เดินทางมาใช้บริการอยู่ดี) 3. การใช้มาตรการงดจ่ายค่าจ้างพนักงานชั่วคราว และปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน การสลับเวลาการทำงานของพนักงาน การให้ทำงานที่บ้าน 4. รัฐบาลลดมาตรการให้ความช่วยเหลือ
Lau, A. (2020)	ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียง 9 แห่งในประเทศจีนเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการของธุรกิจโรงแรมภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ได้แนวทางสำคัญดังนี้ 1. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินการ เช่น การส่งเสริมการขายผ่านเทคโนโลยี live-stream 2. การนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นศักยภาพของโรงแรมให้สามารถเป็นโรงแรมที่มีความพร้อมในการจัดการประชุม สัมมนาแบบ Live-Stream 3. การนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการให้บริการลูกค้า เช่น เทคโนโลยีการจดจำใบหน้า การนำหุ่นยนต์มาช่วยการบริการ (เช่น หุ่นยนต์ส่งอาหาร หรือ หุ่นยนต์แนะนำรายการอาหาร)
Le. D., et al (2020)	สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษานี้ คือการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส จะยังคงอยู่อีกนาน ซึ่งนั่นเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมจะต้อง 1. ทบทวนรูปแบบและวิธีการดำเนินการ การปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนผ่านธุรกิจของตนเองใหม่ 2. ต้องมีมาตรการในการโต้ตอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างมียุทธศาสตร์ (strategic responses) 3. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจะต้องนำเสนอการบริการโดยเรียนรู้การอยู่ร่วมกับโรคระบาด

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ผลการวิจัย/ศึกษา
Sharma, A. et al. (2021)	การศึกษานี้ มีข้อค้นพบและข้อเสนอแนะสำคัญ ดังนี้ 1. การมีนวัตกรรมในการสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยจากโควิดคือหัวใจสำคัญของโรงแรม โดยสำคัญยิ่งกว่านวัตกรรมด้านการตลาดเสียอีกสำหรับช่วงเวลาแห่งการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2. การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดการสัมผัสโดยตรงของผู้ให้บริการและผู้รับบริการเพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อจากการสัมผัสโดยตรง โดยเปลี่ยนมาเป็น high-tech and low-touch จากเดิมที่เป็น high-touch and low-tech เช่น การจองห้องพัก การลงทะเบียนเข้าพัก การสั่งอาหาร บริการเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น
Yu, J., et al. (2021)	การศึกษาผลกระทบจากการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสฉบับนี้ มีข้อค้นพบสำคัญ ดังนี้ 1. การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับมาตรการด้านสุขอนามัยของลูกค้า 2. การให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมให้เป็น “โรงแรมที่ใส่ใจในเรื่องสุขอนามัยและการเป็นโรงแรมปลอดโควิด

จากผลการศึกษาจากบทความวิชาการและงานวิจัยทางด้านโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ในตารางที่ 1 ได้นำมาสังเคราะห์เพื่อให้เห็นรูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจโรงแรม ดังนี้

การสังเคราะห์งานวิชาการ งานวิจัย จำนวน 19 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบโควิดในธุรกิจโรงแรม

ตารางที่ 2 การสังเคราะห์งานวิชาการและงานวิจัย

ผู้วิจัย	มาตรฐานความปลอดภัย	การลดต้นทุน/ลดราคา	ปรับรูปแบบการบริการ	ปรับรูปแบบการบริหารงาน
กวินภพ สายเพ็ชร์ (2564)			*	
ชรินทร์ พุ่มบัณฑิต (2564)			*	
ดารณี อาจหาญและ สินติธร ภูริภักดี (2564)			*	*
ดารณี อาจหาญและคณะ (2565)	*		*	
นภาพร หงส์ภักดีและคณะ (2564)	*	*	*	*
นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2564)	*		*	
นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ ธนา กิติศรีวรพันธุ์ และ วีระ วีระโสภณ (2564)	*			

การสังเคราะห์งานวิชาการ งานวิจัย จำนวน 19 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบโควิดในธุรกิจโรงแรม

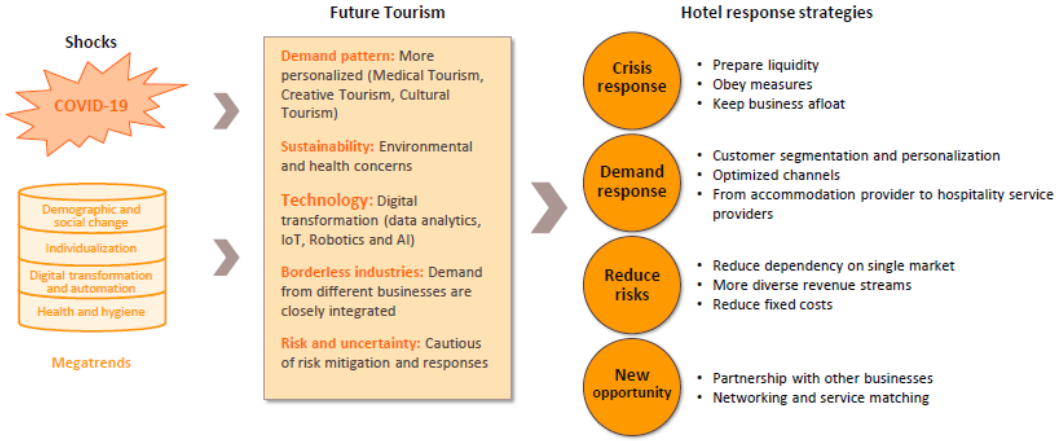
ตารางที่ 2 การสังเคราะห์งานวิชาการและงานวิจัย (ต่อ)

ผู้วิจัย	มาตรฐานความปลอดภัย	การลดต้นทุน/ลดราคา	ปรับรูปแบบการบริการ	ปรับรูปแบบการบริหารงาน
พุทธชาด ลุนคำและ รชฎ เลียงจันทร์ (2564)		*	*	*
ภฤศญา ปิยนุสรณ์ (2565)		*	*	
สุเมธ กมลศิริวัฒน์และ บุษรา โพวาทอง (2564)	*	*	*	
อธิป จันทร์สุริย์ (2564)	*		*	*
Chan, J., & Gao, Y. (2021)			*	
Hameed, N., et al. (2021)	*		*	
Hao, F., et al. (2020)		*	*	*
Lai, I.K.W & Wong, J. W. C., (2020)	*	*		*
Lau, A. (2020)			*	
Le. D., et al (2020)			*	*
Sharma, A. et al. (2021)			*	
Yu, J., et al. (2021)	*		*	

จากข้อมูลการสังเคราะห์งานวิจัย พบว่า แนวทางในการดำเนินการด้านมาตรฐานการให้บริการในธุรกิจโรงแรม ประกอบไปด้วย

1. **มาตรฐานความปลอดภัย** การใช้มาตรฐานความปลอดภัยของแต่ละประเทศในการให้ความสำคัญต่อโรคระบาดโควิด 19 เช่น การรักษาความสะอาดอุปกรณ์ในโรงแรม การเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ ตัวอย่างในประเทศไทย ใช้ SHA เป็นต้น
2. **การปรับรูปแบบการบริการ** การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการ เช่น AI Robot ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และลดการสัมผัส เป็นต้น
3. **การปรับรูปแบบการบริหาร** การปรับโครงสร้างการบริหารงานให้คล่องขึ้นและเหมาะสมกับสถานการณ์แบบ WFH และการปรับรูปแบบการทำงานแบบ WFH ให้เหมาะสม
4. **การลดต้นทุน/ลดราคา** การใช้กลยุทธ์การลดต้นทุนและการปรับราคาเพื่อดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการพักนานขึ้น และแข่งขันในตลาดปัจจุบัน

หลังโควิด-19 รูปแบบการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปในหลายมิติ ทั้งการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านนโยบายภาครัฐ การเดินทางเพื่อธุรกิจและการประชุมสัมมนา (MICE) จะลดลง ซึ่งจะถูกชดเชยด้วยการท่องเที่ยวกึ่งพักอาศัยระยะยาว (Extended Staycation) การแข่งขันและพัฒนาด้าน E-Tourism Platform รองรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุเฉลี่ยลดลง และการยกระดับด้านสุขอนามัยของธุรกิจท่องเที่ยว (ธนัชพร นันทาภิวัธน์, 2564) รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับงานโรงแรม การพัฒนาทักษะแรงงาน re-skill/ up-skill/ cross-skill เพื่อให้พนักงานเกิดทักษะใหม่ๆ เพื่อรองรับกับเทคโนโลยีในอนาคต (ณัฏฐกฤติ นิธิประภา, 2564) ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพที่ 1 การปรับตัวของผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม
ที่มา วิจัยกรุงศรี (2564)

การให้บริการในโรงแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

1. **มาตรฐานความปลอดภัย**ที่มีในการให้บริการในโรงแรม จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มาใช้บริการ ควรทำการสื่อสารการตลาดให้ถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ในสิ่งที่โรงแรมให้ความสำคัญต่อสุขภาพอนามัยของลูกค้าที่เข้ามาพักหรือมาใช้บริการ
2. **การปรับรูปแบบการให้บริการ** โดยการใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่สนใจและให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้ในมิติใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและเข้ามาใช้บริการเพราะต้องการลองสิ่งใหม่ๆ
3. **การปรับรูปแบบการบริหาร** ในรูปแบบที่เหมาะสม จะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารงานได้คล่องตัว อาจมีการลดจำนวนผู้ปฏิบัติงานในองค์กรลง ปรับให้มีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะรูปแบบการ WFH แต่ต้องมีการสั่งงานให้ชัดเจน เนื่องจากรูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น

4. **การลดต้นทุนและลดราคา** ช่วยให้โรงแรมคำนวณค่าใช้จ่าย ปรับลดในส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป แต่ยังคงคุณภาพให้ได้เหมือนเดิม นอกจากนี้ยังดึงดูดให้ผู้มาใช้บริการสนใจพัก ในจำนวนวันที่เพิ่มขึ้น โดยโรงแรมอาจมีการเพิ่มการให้บริการในส่วนอื่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรม

บทสรุป

การปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจโรงแรมสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ มีปัจจัยที่สำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายด้าน โรงแรมสามารถปรับและนำไปใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง เพื่อเป็นการดำเนินงานในรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังข้อมูลที่ค้นพบจากการศึกษาและการวิจัย ประกอบด้วย

1) การสร้างความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานสุขอนามัย โดยความร่วมมือกับมาตรฐานของ SHA, SHA Plus และ SHA Extra Plus ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่สะอาดปราศจากโรค

2) การใช้มาตรการเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวพักนานขึ้น เชิญชวนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงแรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการ

3) ปรับรูปแบบการบริการเพื่อลดการสัมผัสทางกายภาพ เช่น การเช็คอินออนไลน์ การเช็คเอาท์ออนไลน์ การใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ในการให้บริการในโรงแรม (ลิฟท์ลดการสัมผัส การใช้จ่ายเงินผ่านออนไลน์)

4) จำกัดจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ใช้บริการ เพื่อลดการแออัด จัดหารูปแบบการให้บริการในสถานที่ของโรงแรมด้วยรูปแบบใหม่ๆ เช่น การจัดพื้นที่เว้นระยะห่างของห้องอาหาร กำหนดช่วงระยะเวลาการเข้าใช้บริการโดยมีการจองล่วงหน้า เป็นต้น

แนวโน้มการให้บริการของธุรกิจโรงแรมที่ต้องมีการปรับตัวนั้น ควรต้องเน้นการใส่ใจในด้านความสะอาดและความปลอดภัย การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมมีความจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยต่างๆ ตามที่กำหนดในแต่ละประเทศ ซึ่งในอนาคตถือเป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทุกประเภทของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

Ajharn, D., & Pooripakdee, S. (2021). Crisis Response Strategies of Hotel Business in Bangkok During the COVID-19 Epidemic. Journal of Accounting and Management. Mahasarakham University. 13(4). 82-97. (in Thai)

Ajharn, D., Jaroenwisan, K., & Boonmeesrisangga, M. (2022). The Enhancement of Safety and Health Protocals for Sustainable Homestay Tourism After the Covod-19 Pandamic in Thailand. *Journal of Liberal Arts*, Thammasart University. 22(1). (in Thai)

Anusonphat, N. (2022). Economic Adjustment in Tourism under the Coronavirus Disease 2019 Crisis in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University*, *8*(1), 1–26. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/husoarujournal/article/view/258758. (in Thai)

Boonpat, S. (2017). *Marketing in Hotel Business*. Chiang Rai: School of Tourism, Chaing Rai Rajabhat University. (in Thai)

Chan, J. & Gao, Y. (2021). Updates in service standards in hotels: how COVID-19 changed Operations*. International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33(5), 1668-1687.

Hameed, N., Mahomed., R., & Carvalho., I. (2021). Measures to be implemented in the hotel buffets during the COVID-19 pandemic. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 32, 172-175.

Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda. *International Journal of Hospitality Management.* 90, 102636.

Hongpukdee, N., & Hongpukdee, S. (2021). Know How to Survive Hotel Business Solution. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *6*(6), 357–369. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/248675. (in Thai)

Jansuri., A. (2021). HOTEL + HOSPITAL = HOSPITEL: ADAPTATION STARTEGIES OF HOTEL BUSINESS UNDER COVID-19 PANDEMIC. *Journal of Liberal Arts and Management Science.* 8(2). 114-131. (in Thai)

Jareonrat., T., & Polpirun, P. (2021). *Increasing the potential of tour operators (in secondary cities) after the Covid-19 era.* Retrieved from http://econ.nida.ac.th/2021/11. (in Thai)

Kamolsiriwat, S., & Povatong. (2020). Adaptation Strategies to COVID-19 on The SHA Standard Hotels of Entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Area in 2020. *Sarasart e-Journal.* 650-663. (in Thai)

Krungsri Research. (2021). *Tourism & Hotel industry in the post-COVID world.* Retrieved from https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21

Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2020). Comparing crisis management practices in the hotel industry between initial and pandemic stages of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 32(10), 3135-3156.

Lau, A. (2020). New technologies used in COVID‐19 for business survival: Insights from the Hotel Sector in China. *Information Technology & Tourism*. 22, 497–504.

Le, D., & Phi, G. (2020). Strategic responses of the hotel sector to COVID-19: Toward a refined pandemic crisis management framework. International *Journal of Hospitality Management*. 94, 102808.

Lunkam, P., & leangjan, R. (2021). Tourism and hotel businesses after COVID-19. Retrieved From https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21. (in Thai)

Nanthapiwat, T. (2021). *Turning Thai tourism To revive powerfully (Part 2). KKP Insight*. 1-11. Retrieved from https://media.kkpfg.com/document/2021/Mar/KKP%20Insight. (in Thai)

Nithiprapa, N. (2021). *.MSME Analysis Tourism Business*. The Office of SMEs Promotion. 1-19. Retrieved from https://www.bangkokbiznews.com/news/942906. (in Thai) 186-204. (in Thai)

Piyanusorn, P., & Taweephol, R. (2022). Managing the Service Quality Gap of the Multinational Corporation Hotel Business Group at Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province Amid the Crisis of the Third Wave of COVID-19 Pandemic. *Research and Development Journal.* Loie Rajabhat University. 17(59). 52-63. (in Thai)

Pumbundit, C. (2021). From High-Touch to High-Tech: Hotel Innovation after Covid-19. *BU ACADEMIC REVIEW*. 20(2), 173-184. (in Thai)

Saiphet, K. (2021). The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) and Economic Adaptation Opportunities of the Hotel Industry of Thailand. *Journal of Management Science Review*. 23(1). 207-220. (in Thai)

Sharma, A., Shin, H., Santa-María, M. J., & Nicolau, J. L. (2021). Hotels' COVID-19

innovation and performance. *Annals of Tourism Research*, 88, 103180.

Srisuwan, N., Kittisriwaraphan, T., & Werasopon, W. (2021). *Safety standards of hotel and accommodation businesses in Chiangmai after a COVID-19 pandemic*. The 9th National Academic Suan Sunandha Conference on "Upgrading Research to Innovation" 168-186. (in Thai)

Tourism Economic Review. (2020). Covid-19 and Effects. Bangkok Business Management Co., LTD. (in Thai)

Yu, J., Seo, J., & Hyun, S. S. (2021). Perceived hygiene attributes in the hotel industry: customer retention amid the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*. 93, 102768.

Orawan Boonpat, Assistant Professor, Ph.D, Doctor of Philosophy
Program in Tourism and Hospitality Innovation Management,
Khon Kaen University.
Lecturer, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University.

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในสถานการณ์โควิด - 19

Satisfaction of Generation Y Tourists on Tourism Services Quality of Rong Khun Temple in COVID-19 Situation

- กินรี มณีแสง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- เขมมิกา เนียมพันธ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ณัฐพงษ์ ธรรมชัย นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ธนดล แสนใจยา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- นฤทธิ์ศรา ขุนคงมี นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ขวัญฤทัย ครองยุติ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Generation Y ที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 395 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.1 อายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น 2-3

ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.6 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเที่ยวชมวัดร่องขุ่น คิดเป็นร้อยละ 32.2 เลือกเดินทางในวันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 54.9 ช่วงเวลากลางวัน คิดเป็นร้อยละ 61.8 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 48.4 และเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการบริการในระดับมาก โดยมีค่าคะแนน 3.79 รองลงมาคือด้านความปลอดภัยในระดับมาก ค่าคะแนน 3.70 และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก ค่าคะแนน 3.68 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, วัดร่องขุ่น

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the behavior of Generation Y tourists who traveled at Wat Rong Khun during the COVID-19 situation and 2) to study the satisfaction of Generation Y tourists on the quality of tourism services at Wat Rong Khun during the COVID-19 situation. A questionnaire was collected from 395 tourists which is aged 21-40 years old. Data were analyzed by descriptive statistics such as percentage, frequency and standard deviation.

The results revealed that most of respondents were female, accounted for 51.1%, aged 26-30 years, representing 42.8%. They were student 22.5 percent, graduated bachelor's degree accounted for 33.7%, average monthly income 10,001 – 20,000 baht 37.5%, respectively. The study of tourist behavior found that most of respondents had traveled to Wat Rong Khun 2-3 times, representing 41.6%, purpose of traveling is want to visit Wat Rong Khun. 32.2 %, travel on Saturday – Sunday 54.9 %, travel during daytime 61.8%, traveling by private car 48.4%, and traveled with a group of friends 46.3%, respectively.

The satisfaction of tourists towards the quality of tourism services at Rong Khun Temple found that respondents were satisfied with service at a high level with a score of 3.79, followed by safety at a high level with a score of 3.70, and tourist’s confidence at a high level with a score of 3.68, respectively.

Keywords : Satisfaction, Services quality, Rong Khun Temple

บทนำ

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยช่วยกระจายรายได้ลงสู่ระบบเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่เป็นเมืองท่องเที่ยวและตามเส้นทางท่องเที่ยว โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.01 ล้านล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 166 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่าทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปอันเนื่องมากจากความกังวลใจในความปลอดภัยและสุขอนามัยในการเดินทางท่องเที่ยว (บริสุทธิ์ แสนคำ, 2564) โดยกลุ่มประชากรกลุ่มที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตมากที่สุด คือ กลุ่ม Generation Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงวัยทำงานและมีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินโดยจะเป็นกลุ่มที่แทนที่วันเกษียณในอนาคตที่น่าจับตามอง (วิไล พึ่งผล และคณะ, 2561) อย่างไรก็ตาม Generation Y ยังเป็นกลุ่มที่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างคุ้มค่าคุ้มราคาและมีความกังวลต่อการติดเชื้อโควิด -19 มากที่สุด โดยปัจจัยที่กลุ่ม Generation Y ให้ความสำคัญในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวคือค่าใช้จ่าย การเดินทางที่สะดวกสบาย และความปลอดภัย โดยเชื่อว่าหากผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่านักท่องเที่ยวในกลุ่ม Generation Y จะกลับมาเดินทางท่องเที่ยวตามเดิม (Far East Fame Line DDB, 2020) นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ว่ากลุ่ม Generation Y จะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคและแรงงานกลุ่มใหญ่ที่สุดในโลกหลังโควิด-19 และยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวและกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลังในยุคปัจจุบัน (อรไท ครุธเวโช และคณะ, 2564)

วัดร่องขุ่นที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของจังหวัดเชียงรายที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามจากมาตรการล็อกดาวน์และและมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่าทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบ โดยในปีพ.ศ 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 59.97 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ทั้งนี้วัดร่องขุ่นมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในช่วงก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่าประมาณ 3,000-4,000 คนต่อวัน แต่หลังจากเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา นักท่องเที่ยวลดลงเหลือเพียง 1,000-1,500 คนต่อวัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) อย่างไรก็ตามเมื่อสถานการณ์คลี่คลายลงและมีการผ่อนปรนมาตรการเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวทำให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่นเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในสถานการณ์โควิด - 19 เพื่อประเมินการให้บริการของวัดร่องขุ่นตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด สร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Generation Y และนำไปสู่การฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยในยุควิกฤต COVID-19 ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Generation Y ที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

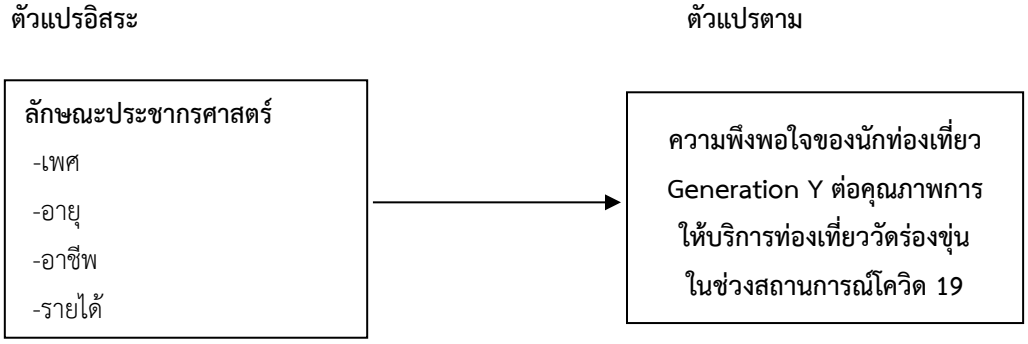
ขอบเขตเนื้อหา ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Generation Y ที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด 19

ขอบเขตประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปีที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตสถานที่ วัดร่องขุ่น ตำบลป่าอ้อดอนชัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตระยะเวลา ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 6 เดือน คือระหว่าง เดือนตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว Generation Y หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปีที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงรายในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำที่นักท่องเที่ยวแสดงออกระหว่างที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย ในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

สถานการณ์โควิด – 19 หมายถึง สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยวของวัดร่องขุ่น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ด้านการรู้จักและเข้าใจนักท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Y

เจเนอเรชั่นวาย คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีค.ศ.1981-1996 หรือตรงกับ พ.ศ. 2524-2539 (ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2557) ในขณะที่วิไล พึ่งผล และคณะ (2561) กล่าวว่าคนในกลุ่ม Generation Y เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2540 และเป็นรุ่นลูกของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (เมธิตา เปี่ยมสุธานนท์, 2557) หรือคือกลุ่มที่เกิดระหว่างปีค.ศ.1982-2000 หรือ ปี พ.ศ. 2525-2543 (Mc Crindle, 2002) หรือแนวคิดของ Cohen & Moital (2014) ที่กล่าวไว้ว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นวายคือกลุ่มช่วงวัยที่เกิดระหว่างปีค.ศ.1982-2002 หรือ พ.ศ.2525-2545 ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานในปัจจุบัน คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมความทันสมัยทั้งองค์ความรู้และเทคโนโลยี โดยปัจจุบันคนในกลุ่มนี้มีสัดส่วนในตลาดแรงงานร้อยละ 43.6 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ซึ่งคุณลักษณะของคนในกลุ่มนี้จะมีความรักอิสระ ต้องการแสดงตัวตนของตนเอง มีความคิดนอกกรอบ สร้างสรรค์ อีกทั้งสามารถใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้อย่างคล่องแคล่ว กล้าเสี่ยงทำอะไรใหม่ ๆ พร้อมที่จะหาความรู้เพิ่มศักยภาพของตัวเอง มักเลือกแสดงออกพฤติกรรมต่าง ๆ ตามความชอบและความพอใจของตน ให้ความสำคัญกับการทำงานและความสุขไปพร้อมกันโดยจะแสวงหาวิธีในการความสมดุลชีวิตให้ตนเอง (เกียรติรัตน์ จินดามณี, 2561) ซึ่งคนกลุ่มนี้มีศักยภาพสูงในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนี้ในงานวิจัยนี้กำหนดให้นักท่องเที่ยว Generation Y คือกลุ่มคนที่ในช่วง พ.ศ. 2523 – 2540 หรือมีอายุระหว่าง 21 - 40

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2551) กล่าวว่าพฤติกรรมคือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่โดยที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ ณัฐชนก เพชรพรหม (2554) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าเป็นการแสดงออกระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่สถานที่นั้น ๆ ซึ่งมีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย

การตอบสนอง ผลลัพธ์ และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ในขณะที่ สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือการแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสื่อมวลชน ปัจจัยทางเวลาและสภาวะและสุขภาพ และปัจจัยทางเทคโนโลยี ทั้งนี้การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง การตามลักษณะการจัดการเดินทาง และการแบ่งตามถิ่นพำนักถาวรของนักท่องเที่ยว (Rewtrakunphaiboon, 2014) ดังนั้นสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวในระหว่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาในประเด็นความถี่ในการเดินทาง วัตถุประสงค์การเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง และกลุ่มในการเดินทาง

แนวคิดความพึงพอใจนักท่องเที่ยว

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่าเป็นระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันใดอันหนึ่งซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ พุทธพร โคตรภัทร (2562) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อได้รับผลตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ McCormick & Barnett (2008) อธิบายถึงความพึงพอใจโดยใช้ทฤษฎีความคาดหมาย (expectancy theory) ว่าลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับเป็นเช่นไรลูกค้าจึงเลือกเอาบริการที่นำเอาผลลัพธ์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ ลูกค้าจะมีความพอใจที่จะเกิดขึ้นโดยแนวคิดทฤษฎีความคาดหมายจะคาดคะเนว่าถูกค้าแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างชัดเจน หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพเขาจะมีการใช้บริการนั้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญประกอบด้วย สถานที่บริการท่องเที่ยว การส่งเสริมแนะนำการบริการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมรวมถึงบรรยากาศการบริการ ดังนั้นกล่าวโดยสรุปความพึงพอใจนักท่องเที่ยวคือ ของความรู้สึกในทางบวกและลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในด้านการบริการด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว และด้านการรู้จักและเข้าใจนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปีที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงรายในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปีที่เดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงรายในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565 ทั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977) โดยกำหนดขนาดของค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 395 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคลเพื่อทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยเนื้อหาประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางและกลุ่มในการเดินทาง โดยคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยวของวัดร่องขุ่น โดยกำหนดเป็นมาตราส่วนประมาณค่าแบบของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับดังนี้

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

ทั้งนี้ เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลผลกำหนดความกว้างของอันตราภาคชั้นของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.5 ดังนี้

4.51 - 5.00	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 1.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ และค้นคว้าข้อมูลจากเครือข่ายเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.813

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำและนำไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟ่า (α) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.903

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 395 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล นำเสนอในรูปแบบค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรม รูปแบบการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยว ใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความถูกต้องสมบูรณ์จากแบบสอบถามจำนวน 395 ชุด โดยแบ่งผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	193	48.9
หญิง	202	51.1
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-25 ปี	166	42.0
26-30 ปี	169	42.8
31-40 ปี	60	15.2
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 26-30 ปี มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ได้แก่ อายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0 และอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	89	22.5
รับราชการ	86	21.8
รัฐวิสาหกิจ	73	18.5
งานเอกชน	61	15.4
ค้าขาย	35	8.9
รับจ้างทั่วไป	27	6.8
ธุรกิจส่วนตัว	24	6.1
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมา ได้แก่ รับราชการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 งานเอกชน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ค้าขาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 รับจ้างทั่วไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	102	25.8
10,001 - 20,000 บาท/เดือน	148	37.5
20,001 - 30,000 บาท/เดือน	101	25.6

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
30,001 - 40,000 บาท/เดือน	30	7.6
40,001 ขึ้นไป	14	3.5
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 148 คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 30,001 - 40,000 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ 40,001 ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงสถานการณ์โควิด-19

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น	จำนวน	ร้อยละ
มาครั้งแรก	82	20.8
2-3 ครั้ง	164	41.6
4-5 ครั้ง	110	27.9
มากกว่า 5 ครั้ง	38	9.6
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น 2 - 3 ครั้ง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ 4 - 5 ครั้ง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 มาครั้งแรก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาวัดร่องขุ่น

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาวัดร่องขุ่น	จำนวน	ร้อยละ
ไหว้พระ ทำบุญ	90	22.8
ท่องเที่ยว	127	32.2
เสวนาธรรม / นั่งสมาธิ	80	20.3
ชมศิลปะภายในวัด	73	18.5
ชมแกลลอรี่ของอาจารย์เฉลิมชัย	25	6.3
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาวัดร่องขุ่นเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมา ได้แก่ ไหว้พระ ทำบุญ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 เสวนาธรรมนั่งสมาธิจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ชมศิลปะภายในวัดจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ชมแกลอรี่ของอาจารย์เฉลิมชัยจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง

วันที่เลือกเข้าเดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – ศุกร์	90	22.8
วันเสาร์ – อาทิตย์	217	54.9
วันหยุดนักขัตฤกษ์	87	22.0
อื่นๆ	1	0.3
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมา ได้แก่ วันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และวันอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดร่องขุ่น

ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดร่องขุ่น	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (06.01 - 10.00 น.)	108	27.3
ช่วงกลางวัน (10.01 - 14.00 น.)	244	61.8
ช่วงเย็น (14.01 - 18.00 น.)	43	10.9
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเวลาเดินทางในช่วงกลางวัน (10.01 - 14.00 น.) จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ ช่วงเช้า(06.01 - 10.00 น.) จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และช่วงเย็น (14.01 - 18.00 น.) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมายังวัดร่องขุ่น

รูปแบบการเดินทางมายังวัดร่องขุ่น	จำนวน	ร้อยละ
รถจักรยานยนต์	61	15.4
รถยนต์ส่วนตัว	191	48.4
รถโดยสารสาธารณะ	112	28.4
รถบัส	25	6.3
รถตู้	6	1.5
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรูปแบบการเดินทางมายังวัดร่องขุ่นโดยรถยนต์ส่วนตัวจำนวน 191 คนคิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมา ได้แก่ เดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 รถจักรยานยนต์จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 รถบัส จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และรถตู้จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่น

กลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยววัดร่องขุ่นครั้งนี้เป็นแบบใด	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	126	31.9
เพื่อน	183	46.3
คู่รัก	76	19.2
กลุ่มบริษัทนำเที่ยว	10	2.5
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา ได้แก่ ครอบครัว จำนวน 126 คนคิดเป็นร้อยละ 31.9 คู่รัก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 กลุ่มบริษัทนำเที่ยวจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่น

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่น

คุณภาพการบริการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพอใจ	ลำดับที่
ด้านการบริการ	**3.79**	**0.75**	**มาก**	
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.66	0.97	มาก	7
2. มีพื้นที่รับรองนักท่องเที่ยวเพียงพอเหมาะสมต่อปริมาณนักท่องเที่ยว	3.92	0.74	มาก	1
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น จำนวนที่นั่ง แสงสว่าง ถังขยะ ฯลฯ	3.72	0.73	มาก	6
4. มีร้านค้า ร้านอาหาร และจุดบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพียงพอต่อความต้องการ	3.83	0.68	มาก	2
5. ห้องสุขาสะอาด ไม่มีกลิ่น สบู่ล้างมือ ทิชชู่ มีเพียงพอ	3.77	0.74	มาก	5
6. มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ป้ายบอกทิศทางถูกต้อง ชัดเจนและเหมาะสม	3.82	0.70	มาก	3
7. พื้นที่จอดรถมีขนาดเหมาะสมและเพียงพอ	3.81	0.69	มาก	4

คุณภาพการบริการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพอใจ	ลำดับที่
ด้านความปลอดภัย	**3.70**	**0.70**	**มาก**	
1. วัดร่องขุ่นมีมาตรการในสถานการณ์โควิด-19	3.58	0.80	มาก	5
2. มีการจัดระเบียบนักท่องเที่ยวในการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.82	0.69	มาก	1
3. พนักงานและเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการรักษากฎและข้อบังคับตามมาตรฐานสาธารณสุขได้อย่างชัดเจน	3.69	0.68	มาก	4
4. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในวัด	3.70	0.68	มาก	3
5. มีการคัดแยกนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติอย่างชัดเจน	3.72	0.68	มาก	2
ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว	**3.62**	**0.72**	**มาก**	
1. ระยะเวลาทำการในการเปิด-ปิด มีความเหมาะสม	3.46	0.81	มาก	4
2. พนักงานมีบริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	3.74	0.69	มาก	1
3. มีจำนวนพนักงานและเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ	3.61	0.70	มาก	3
4. การให้บริการเป็นไปตามระบบและขั้นตอนในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ติดขัด	3.68	0.70	มาก	2
5. การจัดการจราจร เป็นไปด้วยความราบรื่น ไม่ติดขัด	3.61	0.71	มาก	3
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว	**3.68**	**0.69**	**มาก**	
1. พนักงานบริการมีความสามารถในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี	3.57	0.77	มาก	5
2. มีการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วถูกต้องและเหมาะสม	3.81	0.64	มาก	1
3. มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับโรคระบาด (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศ) อย่างชัดเจน	3.65	0.66	มาก	4
4. มีมาตรฐานตามเงื่อนไขการควบคุมโรคติดต่ออย่างเข้มงวด	3.74	0.70	มาก	2
5. มีการผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข หรือ SHA หรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว	3.66	0.69	มาก	3
ด้านการรู้จักและเข้าใจนักท่องเที่ยว	**3.58**	**0.72**	**มาก**	
1. พนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และนักท่องเที่ยว ยิ้มแย้ม แจ่มใส เต็มใจให้บริการ	3.43	0.83	ปานกลาง	4
2. เจ้าหน้าที่ มีการดูแลจัดระเบียบการต่อแถวเรียงลำดับก่อน-หลังของผู้ใช้บริการ	3.71	0.68	มาก	1
3. มีการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.56	0.70	มาก	3
4. พนักงาน / เจ้าหน้าที่ในวัด สามารถเข้าใจความรู้สึก เห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามา	3.64	0.70	มาก	2
ความพึงพอใจโดยรวม	**3.67**	**0.68**	**มาก**	

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการบริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยนเท่ากับ 3.70 และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ ทั้งนี้ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ มีพื้นที่รับรองนักท่องเที่ยวเพียงพอเหมาะสมต่อปริมาณนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมา คือ มีร้านค้า ร้านอาหาร และจุดบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ป้ายบอกทิศทางถูกต้อง ชัดเจนและเหมาะสม และมีการจัดระเบียบนักท่องเที่ยวในการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ นอกจากนี้ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ พนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และนักท่องเที่ยว ยิ้มแย้ม แจ่มใส เต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา คือ ระยะเวลาทำการในการเปิด - ปิด มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และมีการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) และอรไท ครุธเวโชและคณะ (2564) ทั้งนี้จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยววัดร่องขุ่น 2 - 3 ครั้ง ในช่วงกลางวันของวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ และเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวกับกลุ่มเพื่อน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y มักใช้เวลาในช่วงวันหยุดเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อผ่อนคลายจากการทำงานประจำโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่เดิมเป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชลิตา เฉลิมรักชาติ (2560) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่นก่อนการแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่า พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางท่องเที่ยวโดยการจองทัวร์กับบริษัทนำเที่ยว ท่องเที่ยวกับกลุ่มครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน และเดินทางโดยรถนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y มีการเปลี่ยนแปลงไปภายหลังจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่า ทั้งนี้ จากผลการศึกษาของอรไท ครุธเวโช และคณะ (2564) ยืนยันว่าค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่ม Generation Y เปลี่ยนแปลงไปโดยมีความกังวลด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยมากขึ้น สำหรับผลการศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2562) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยความปลอดภัย สุขอนามัย และโรคระบาด โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีข่าวการแพร่ระบาดของโรคมากที่สุด ทั้งยังคำนึงถึงความสะอาด ปลอดภัย

ด้านสุขอนามัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่แออัดเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อของโรคระบาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. วัดร่องขุ่นควรเร่งปรับปรุงการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ของวัดในด้านการให้บริการและเข้าใจนักท่องเที่ยว สร้างความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความยิ้มแย้ม มีจิตบริการและบริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจและเท่าเทียมเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในทุกระดับและทุกกลุ่ม

2. จากการที่นักท่องเที่ยวมีความกังวลในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยมากขึ้น วัดร่องขุ่นจำเป็นต้องมีการรักษามาตรการเว้นระยะห่าง จำกัดจำนวนคน และกำกับดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวภายใต้มาตรการการป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่าและมาตรฐาน SHA อย่างเคร่งครัดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยววัดร่องขุ่นภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรน่าเพื่อกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวให้กลับมาเดินทางท่องเที่ยว

2. ควรมีการศึกษาแนวทางหรือกลยุทธ์ในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดเชียงรายเพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

เอกสารอ้างอิง

Chalermrakchat, C. (2017). Satisfaction of Thai tourists towards Wat Rong Khun Chiang Rai Province. Master of Arts department of hospitality and tourism industry management. Bangkok University.

Chuaygarut, C., Phusanam, A. & Dechamanee, O. (2020). Factors affecting tourism behavior of Thai youths after the Covid-19 era. Faculty of Social Sciences and Humanities. Northeastern University.

Cochran, W.G. (1977) Sampling Techniques. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.

Cohen, S. A., Prayag, G. & Moital, M. (2014). Consumer behavior in tourism: Concepts, influences and opportunities. Current Issues in Tourism, 17(10), 872-909.

Dechagupt, J. (2002) Teaching Documents on Service Psychology, Nonthaburi Printing: Sukhothai University.

Division of Tourism and Sports Economics (2020). Situation in Thai tourism. Retrieved 3 February 2022, from https://secretary.mots.go.th/policy/.

Far East Fame Line DDB. (2020). Generational face-offs during the pandemic. Retrieved 17 April 2022, from https://www.fareastfamelineddb.com/assets/uploads/ insights /pdf_th/20201202072644_E5835DAE-7F51-4027-82AD-1ABDC8FDAC76.pdf.

Jindamanee, K. (2018). Crack the secret GEN Y. Retrieved 3 February 2022, from https:// www.terrabkk.com/192371.

Khottaphat, P., Silanoi, L., & Chindaprasert, K. (2019). The behavior and satisfaction of Thai tourists for developed film destination the Alexander Movie in Ubon Ratchathani. Humanities and Social Sciences Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University. 10(2), 158-171. (In Thai)

Krungthep Turakij (2018) Aftermath of Corona at Rong Khun Temple (online). Retrieved 3 February 2022, https://www.bangkokbiznews.com/news/864195.

Krutwaysho, O., Yamma, Y., Srina, P., Julapan, P., Wajanakhampee, T., & Treesuk, W. (2021). Tourism development through the service marketing concept fromthe perspectives of gen y tourism travelling in chiangmai during the COVID-19 pandemic crises. Rajapark Journal. 15(41). (In Thai)

Kunsantiwong. C. (2019). Factors influence travel decision-making of Thai generation Y tourists after Covid-19 pandemic. Master of business administration, Bangkok University.

Kwanchanok Kamolsupachinda. (2014). Social media usage behavior and identity of generations: a case study of differences between generations of baby boomers and generations Y. Independent Study of Master of Education, Bangkok University. Bangkok.

McCormick, J. & Barnett, K. (2008), A multilevel investigation of relationships between Australian teachers' career stages and locus of control, Journal of Educational Administration, Vol. 46 No. 1, pp. 8-24.https://doi.org/10.1108/09578230810849781

McCrindle, M. Understanding Generation Y. Retrieved 23 April 2022, from http://www.com municationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/understanding_generation_y.pdf

Methita Piamsuthanon. (2014). The behavior of listening to music through YouTube of Generation X and Generation Y groups. Independent research, Master of Education, Thammasat University. Bangkok.

Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). Council of Thailand's Social Conditions Report, Q4 and Overview of 2018. Retrieved 17 April 2022, from http://www.nesdc.go.yh/ewt_w3c/ewt_newsphp?nid=9953&filename.

Petchprom, N. (2011). Analysis of the tourist's behavior visiting historical attractions on the River Kwai Bridge, Kanchanaburi Province. Chiang Mai University. (In Thai)

Phungphol, W., Pasunon, P., & Chantuk, T. (2018). An Analysis of Generation-Y Characteristics in Thailand 4.0 Era: A case Study of Fourth-Year Students in a Private University. Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences), 11(2), 152-170. (In Thai)

Rewtrakulpaiboon, Walaiporn. (2014). Tourist Behavior. Pathum Thani: Bangkok University.

Saenkam, B. (2021). The behavior of Thai Tourists after COVID 19 situations. Journal of Liberal Arts and Service Industry, 4(1), 160-167. (In Thai)

Suwanbundit, A. & Adulpatanakit,P. (2007). Service psychology. Bangkok: Adulpatanakit.

Techatawiwan, S. (2012). Tourist behavior. (Teaching Documents) Khon Kaen: Khon Kaen University.

Uttayan, C. (2008). Tourist behavior. Retrieved 17 April 2022, from http://Touristbehaviour. wordpress. com/1/.19.

กินรี มณีแสง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เขมมิกา เนียมพันธ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ณัฐพงษ์ ธรรมชัย นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ธนดล แสนใจยา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

นฤทธิ์ศรา ขุนคงมี นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ขวัญฤทัย ครองยุติ วุฒิการศึกษา ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของโควิด-19

Behavior and factors affecting to travel at Doi Mae Salong among Thai tourists after the COVID-19 outbreak

- ชุลีพร นันตา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- อังคณา ชีวินจรัสเรือง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ศศิวิมล จันทร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ต่อศักดิ์ แซ่สี่ว์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ธนกร เสมานุสรณ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ขวัญฤทัย ครองยุติ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวดอยแม่สลองหลังการระบาดของโควิด-19 และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลอกนอกจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติการทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว เดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์- อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,001 – 3,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เลือกที่พักเป็นโรงแรม และประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยการถ่ายรูป ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาว

ไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาแตกต่างมีผลต่อปัจจัยที่ด้านที่พักแตกต่างกัน ผู้ที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน ดอยแม่สลองควรมีการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย พร้อมกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่พักให้มีมาตรฐานควบคู่กับมาตรการด้านสาธารณสุขเพื่อดึงดูดใจและสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้มีความมั่นใจและรู้สึกปลอดภัยที่จะกลับมาเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ดอยแม่สลอง

Abstract

The purpose of this research was to study behavior of Thai tourists traveling to Doi Mae Salong after the COVID-19 and to study factors affecting to travel at Doi Mae Salong among Thai tourists after the COVID-19. The sample group was 400 Thai tourists who traveled to Doi Mae Salong. Data were collected by questionnaires and analyzed with descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. T-test statistics and one-way ANOVA were used to compare differences between variables. The results showed that most of respondents were female, aged 21-30 years, graduated a bachelor's degree, average income less than 10,000 baht. The purpose of travel is for tourism, travel during weekends, average travel costs are 2,001 – 3,000 baht, traveling by private car, prefer to stay overnight at hotel, doing activities by taking pictures. The factors affecting Thai people's decision making to travelling Doi Mae Salong after Covid-19 at the highest level are attraction, accommodation, and facilities, respectively. People with different ages have different effect on attraction, amenities, and accommodation factors. People with different educations have different effects on accommodation factors. People with different occupations and average monthly incomes have different effect on activities, accessibility, amenities, and accommodation factors. Doi Mae Salong should improve tourist attractions to be interesting, create novelty, and develop a variety of tourism activities along with develop standards of facilities, accommodation services, and public health measures to attract and ensure tourists have confidence and feel safe to come back to travel in the future.

Keywords : Factors Affecting, Thai tourists, Doi Mae Salong

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อการปรับตัวของเศรษฐกิจในประเทศ (วงษ์ปัญญา นวนแก้ว และคณะ, 2562) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัธยาศัยไมตรีของคนไทย โดยในปี 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.08 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกระจายไปยังเมืองรองต่างๆ ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2561 สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เชียงราย มีรายได้ 28,548.4 ล้านบาท (BLT BANGKOK, 2019) โดยในปี 2562 ก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด - 19 จังหวัดเชียงรายมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 29,291.71 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 22,474.22 ล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 6,817.49 ล้านบาท แต่จากการสำรวจรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2564 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเหลือเพียง 7,948.17 ล้านบาท โดยรายได้ส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบทั้งสิ้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2565) ทั้งนี้ Phuworawan (2021) กล่าวว่าสถานการณ์การระบาด COVID – 19 ทั่วโลกจะเริ่มคลี่คลายลงในปี 2565 หลังจากประชาชนได้รับวัคซีนจนเกิดการสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ซึ่งจะทำให้ประชากรในประเทศสามารถใช้ชีวิตแบบถัดไป ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการจะเริ่มฟื้นตัวขึ้น อย่างไรก็ตามพิพัฒน์ รัชกิจประการ (2563) กล่าวว่าภายหลังจากการเกิด COVID-19 จะทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้คนเปลี่ยนไปโดยจะคำนึงและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม Dickman (1996) กล่าวว่าในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวจะต้องอาศัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) สิ่งดึงดูดใจที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น แปลกใหม่ 2) กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายและตอบสนองต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว 3) การเข้าถึงที่สะดวกสบาย มีระบบการคมนาคมขนส่งที่เอื้อต่อการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวกโดยเน้นระบบสาธารณูปโภคเช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ห้องน้ำ ร้านค้า ร้านอาหาร และอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และที่พักที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โดยหากแหล่งท่องเที่ยวใดสามารถพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 5 ประการได้จะก่อให้เกิดความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในโอกาสต่อไป

ดอยแม่สลองตั้งอยู่ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านสันติคีรี บนถนนทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1130 เป็นชุมชนผู้อพยพจากกองพล 93 จากเมียนมาเข้ามาในประเทศไทย พื้นที่บนดอยแม่สลองมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่สูงจาก

ระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร จึงมีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี เป็นแหล่งที่มีการปลูกชามากที่สุดและมีคุณภาพดีแห่งหนึ่งของประเทศไทย แต่ละปีมีการส่งออกชาจากดอยแม่สลองไปขายทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลายโดยส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีนเห็นได้จากบ้านเรือนและวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างไทยและจีน จึงทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก สามารถสร้างรายได้สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนทำให้เศรษฐกิจและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2564) แต่ในปัจจุบันเนื่องด้วยสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ดอยแม่สลองได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของภาครัฐ เช่น มาตรการล็อคดาวน์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส มาตรการห้ามเดินทางเข้าออกบางพื้นที่/บางจังหวัด รวมถึงมาตรการสั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโรคโควิด-19 ซึ่งมาตรการดังกล่าวส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยกเลิกการเดินทางและการจองห้องพักทำให้ดอยแม่สลองซึ่งเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงรายสูญเสียรายได้ด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวและได้รับผลกระทบยาวมาจนถึงปัจจุบัน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564) อย่างไรก็ตามหากสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด -19 เพื่อการนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของดอยแม่สลองให้สอดคล้องกับต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ตลอดจนสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวดอยแม่สลองหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

H_0: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักแตกต่างกัน

H_1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

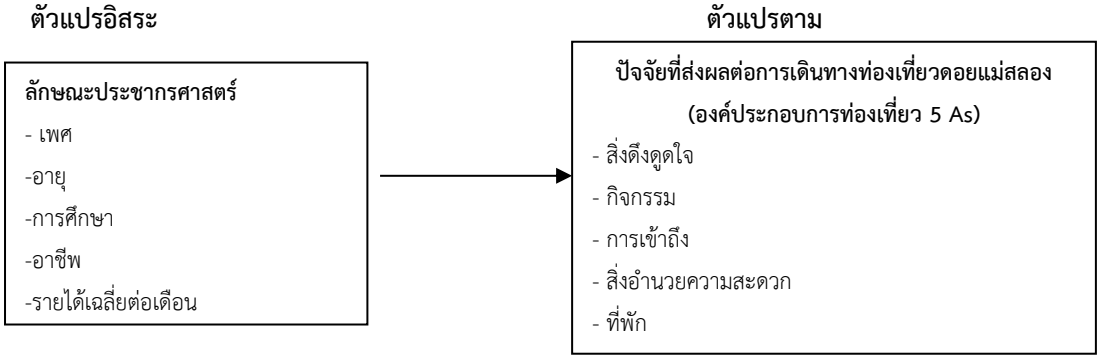
ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความคิดเห็นของของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ขอบเขตประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตระยะเวลา ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 6 เดือน คือระหว่าง เดือนตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าหมายถึงการประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยว การแสดงออกในขณะท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้าหรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร การถ่ายรูป ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานส่วนบุคคลที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่างหรือประสบการณ์ที่ได้รับ ในขณะที่ ปริณา ลาปะ (2558) ให้คำจำกัดความพฤติกรรมการท่องเที่ยวว่าหมายถึงการแสดงออกหรือการกระทำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่าหากไม่ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มตลาดเป้าหมายย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาและความเสี่ยงอย่างหลีกเลียงไม่ได้ ทั้งนี้ บริศุทธิ์ แสนคำ (2564) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังโควิด – 19 จะเปลี่ยนไปจากเดิม โดยจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นในระยะที่ไม่ไกลจากถิ่นพักนักและสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวไปในสถานที่ที่ไม่เคยมีคนไปและไม่พลุกพล่าน ซึ่งสอดคล้องกับ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2563) กล่าวว่านักท่องเที่ยวหลังจากเกิดการระบาดโควิด – 19 จะให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัย ความสะอาด ความปลอดภัย ระยะห่างทางสังคม สื่อดิจิทัล ความเชื่อถือได้ และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยที่คำถามจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่จะใช้เพื่อให้ทราบลักษณะพฤติกรรมการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งที่ท่องเที่ยว เหตุผลในการมาท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการช่วยตัดสินใจ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวที่ไหน และท่องเที่ยวอย่างไร (นงลักษณ์ สุตัณฑวิบูรณ์, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก 2) ที่พักแรม (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง 4) กิจกรรม

การท่องเที่ยว (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย 5) บริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น ในขณะที่ Tourism Western Australia (2008) ได้นำเสนอองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งสิ่งดึงดูดใจที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น 2) กิจกรรม (Activities) โดยแหล่งท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมที่หลากหลายที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ แปลกใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว 3) การเข้าถึง (Access) การเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความสะดวกสบายและเหมาะสม นอกจากนี้ยังหมายถึงสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ง่ายขึ้นอีกด้วย 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ซึ่งเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น 5) ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ มีความหลากหลายด้านราคาและการบริการ และอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dickman (1996) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (attraction) 2) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) 3) การบริการที่พัก (accommodation) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (destination amenities)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, Taro, 1973) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดย วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งออกแบบตามหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคล โดยเนื้อหาประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดชนิดตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดชนิดตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองนอกของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Likert Scale) 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย และออกแบบแบบสอบถาม

2. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน จากนั้นนำมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.970

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับงานวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเที่ยงด้วยการหาค่าความสอดคล้องภายในจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟ่า (α) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.962

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 400 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

2) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองนอกของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทาง

สถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองนอกของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยใช้สถิติ Independent samples (T - test) และ One - way ANOVA (F - test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคล นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอายุ 31-40 คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ63.2 รองลงมาคือระดับมัธยมตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับมัธยมตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.3 และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีรายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวดอยแม่สลองหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาดอยแม่สลองเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 40.0 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือเพื่อดื่มชา คิดเป็นร้อยละ 18.4 และเพื่อใกล้ชิดธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ มักเดินทางในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ45.8 รองลงมาคือตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 35.5 และวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ซึ่งล่วงเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่ไม่เจาะจงเวลา คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือช่วงเช้า (06.00 น.-12.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 25.5 และช่วงบ่าย (13.00 น.-16.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 19.3 และเดินทางโดยรถตู้ คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ เลือกที่พักที่เป็น

โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือที่พักแบบโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และที่พักแบบกางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ และมีประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยการถ่ายรูป คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือนั่งร้านกาแฟ ชิมชา คิดเป็นร้อยละ 13.2 และการชมไร่ชา คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในภาพรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	Mean	S.D.	การแปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.30	.69	มากที่สุด
ด้านกิจกรรม	4.06	.83	มาก
ด้านการเข้าถึง	4.03	.85	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.24	.76	มากที่สุด
ด้านที่พัก	4.30	.25	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.19**	**.68**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.19 และเมื่อพิจารณาในรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านกิจกรรมและปัจจัยด้านการเข้าถึงส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองนอกของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	ชาย (n=187)		หญิง (n=213)			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	t	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.3476	.55716	4.2660	.56209	1.455	.501
ด้านกิจกรรม	4.1048	.68887	4.0394	.70867	.934	.352
ด้านการเข้าถึง	4.0793	.69331	4.0086	.67840	1.028	.165
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.3037	.64869	4.1962	.61918	1.689	.215
ด้านที่พัก	4.4082	.56852	4.2238	.61897	3.105	.751
รวม	**4.2487**	**.53881**	**4.1568**	**.56016**	**1.853**	**.652**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันส่งต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่าง	7.021	4	1.755	5.858	.000*
	ภายใน	118.361	395	.300		
	รวม	125.382	399			
ด้านกิจกรรม	ระหว่าง	4.469	4	1.117	2.314	.057
	ภายใน	190.691	395	.483		
	รวม	195.160	399			
ด้านการเข้าถึง	ระหว่าง	3.072	4	.768	1.645	.162
	ภายใน	184.401	395	.467		
	รวม	187.472	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่าง	7.493	4	1.873	4.830	.001*
	ภายใน	153.202	395	.388		
	รวม	160.695	399			
ด้านที่พัก	ระหว่าง	6.614	4	1.654	4.729	.001*
	ภายใน	138.113	395	.350		
	รวม	144.727	399			
รวม	**ระหว่าง**	**4.210**	**4**	**1.053**	**3.543**	**.007***
	ภายใน	**117.344**	**395**	**.297**		
	รวม	**121.554**	**399**			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่าง	.687	4	.172	.544	.704
	ภายใน	124.695	395	.316		

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
	รวม	125.382	399			
	ระหว่าง	2.669	4	.667	1.369	.244
ด้านกิจกรรม	ภายใน	192.491	395	.487		
	รวม	195.160	399			
	ระหว่าง	3.054	4	.763	1.635	.165
ด้านการเข้าถึง	ภายใน	184.419	395	.467		
	รวม	187.472	399			
	ระหว่าง	.847	4	.212	.523	.719
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ภายใน	159.849	395	.405		
	รวม	160.695	399			
	ระหว่าง	3.448	4	.862	2.410	.049*
ด้านที่พัก	ภายใน	141.278	395	.358		
	รวม	144.727	399			
	ระหว่าง	**.766**	4	**.192**	**.626**	**.644**
รวม	**ภายใน**	**120.788**	395	**.306**		
	รวม	**121.554**	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่าง	.874	4	.219	.693	.597
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ภายใน	124.508	395	.315		
	รวม	125.382	399			
	ระหว่าง	5.983	4	1.496	3.123	.015*
ด้านกิจกรรม	ภายใน	189.177	395	.479		
	รวม	195.160	399			
	ระหว่าง	7.122	4	1.780	3.900	.004*
ด้านการเข้าถึง	ภายใน	180.350	395	.457		
	รวม	187.472	399			
	ระหว่าง	6.178	4	1.544	3.948	.004*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ภายใน	154.517	395	.391		
	รวม	160.695	399			
ด้านที่พัก	ระหว่าง	5.815	4	1.454	4.134	.003*

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
	ภายใน	138.912	395	.352		
	รวม	144.727	399			
รวม	**ระหว่าง**	**2.195**	**4**	**.549**	**1.816**	**.125**
	ภายใน	**119.360**	**395**	**.302**		
	รวม	**121.554**	**399**			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19	แบ่งกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่าง	1.476	4	.369	1.176	.321
	ภายใน	123.906	395	.314		
	รวม	125.382	399			
ด้านกิจกรรม	ระหว่าง	4.744	4	1.186	2.460	.045*
	ภายใน	190.416	395	.482		
	รวม	195.160	399			
ด้านการเข้าถึง	ระหว่าง	4.878	4	1.220	2.638	.034*
	ภายใน	182.594	395	.462		
	รวม	187.472	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่าง	11.300	4	2.825	7.469	.000*
	ภายใน	149.395	395	.378		
	รวม	160.695	399			
ด้านที่พัก	ระหว่าง	5.609	4	1.402	3.982	.004*
	ภายใน	139.118	395	.352		
	รวม	144.727	399			
รวม	**ระหว่าง**	**2.214**	**4**	**.554**	1.832	.122
	ภายใน	**119.340**	**395**	**.302**		
	รวม	**121.554**	**399**			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19ไม่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่มาจากจังหวัดเชียงราย ซึ่งสอดคล้องกับ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 นอกจากนี้จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวยังพบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว งบประมาณที่ใช้จ่ายลดลง และถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2565) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีสัดส่วนการใช้รถยนต์มากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางเป็นครอบครัว เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใกล้กับภูมิลำเนาหรือจังหวัดใกล้เคียงที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาสั้น 1-2 วันโดยไม่เน้นการพักระยะยาวและระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ วงษ์ปัญญา และคณะ (2562) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจากความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ในขณะที่ผลการศึกษาของ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 คือปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาพบว่าเพศที่ต่างกันส่งผลต่อการเดินทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ และรายได้ส่งผลต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักแตกต่างกัน โดยศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช (2564) กล่าวว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในรูปแบบปรกติใหม่จะคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับแรก ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะพิจารณาถึงสิ่งความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขอนามัยของอำนวยความสะดวกและที่พักในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคือการถ่ายรูป ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์และสร้างแลนด์มาร์คตามจุดสำคัญต่างๆ หรือจุดแวะพักบนดอยแม่สลองให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. จากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากที่สุดดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรมในดอยแม่สลองควรให้ความสำคัญในการสร้างความโดดเด่นแปลกใหม่และน่าประทับใจภายใต้การยกระดับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานและเป็นไปตามมาตรการทางด้านสาธารณสุขให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต

3. ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นจึงควรมีการเพิ่มความปลอดภัยในการคมนาคมในเส้นทางขึ้น-ลงดอยแม่สลองเพื่อป้องกันอุบัติเหตุรวมทั้งควรคำนึงถึงข้อจำกัดในด้านสถานที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวบนดอยแม่สลองโดยเฉพาะในช่วงที่มีการท่องเที่ยวที่หนาแน่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการและมาตรฐานการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

2. ควรมีการศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวดอยแม่สลองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง นักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

BLT BANGKOK. (2019). The second city hits the trend of tourism in 2020, pushing income to spread across the country. Retrieved 24 March 2022, from https://www.bltbangkok.com/news/5294/.

Borisuth Saenkam. (2021). Th ebehavior of Thai tourist after COVID 19 situations. Journal of Liberal Arts and Service Industry. 4(1), 160 – 167. [In Thai]

Chiang Rai Provincial Tourism and Sports Office. (2021). Basic information of Doi Mae Salong. Retrieved 24 March 2022, from http://www.cots.go.th/travelview/detail.php?id=155.

Chiang Rai Provincial Tourism and Sports Office. (2022). Income from visitors to Chiang Rai tourism in the year 2019 - 2021. Retrieved February 10, 22 from https://chiangrai.mots.go.th/graph_views. php?graph_id=26

Chuaikrut, C., Phusanam, A., & Dejmanee, O. (2021). Factors Affect to Tourist Behavior of Thai Teenagers after Invasion of Covid-19. 187-201.

Dickman, S. (1996). Tourism: An Introductory Text. Sydney: Hodder Education.

Lapa, P. (2015). Tourism Behavior of Nakhon Ratchasima Province of Thai Tourists. Academic journal Business Administration, 4(1), 30–44. (In Thai)

Ministry of Tourism and Sports. (2017). National Tourism Development Plan, No. 2 (2017 - 2021). Office of Printing Works of the War Veterans Organization. Bangkok.

Ministry of Tourism and Sports. (2019). Tourism Statistics 2018. Retrieved 24 March 2022, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=529

Nuankaew, W., Nuankaew, P., Promthian, N., Panngam, N., & Maungmo, W. (2019). Factors Affecting Tourism Decisions in Northern Thailand. Journal of Project in Computer Science and Information Technology. 5(1). 95-103.

Phiphat Ratchakitprakarn. (2020). Covid-19 and its impact on tourism. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.

Phiriya Pholpirun. (2020). The economic impact of "Covid-19 virus". Newsletter of the Center for Economic Development Studies, 7(27), 4-7. [In Thai]

Phuworawan, Y. (2021). COVID-19 Vaccine: Plans to Build 'Group Immunity' and 'Group Concerns' arising in the 53 days Since the spread of the coronavirus vaccine in Thailand. Retrieved February 28, 22 from https://www.than-settakij.com/business /484617 [In Thai]

Riewtrakulphaiboon, W. (2014). Tourist behavior. (5th edition). Pathum Thani: University of Bangkok.

Suphalak Akrangkun (2012). Tourist behavior. Bangkok. :Klungnana Vitthaya Press.

Tangtenglam, S. & Pongpanich, A. (2021). Factors Affecting the Selection of New normal Thai Travel. Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences. 4(1). 12-24.

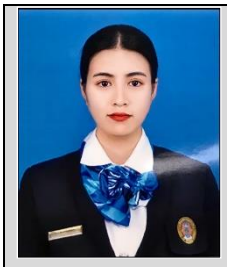
Thailand Development Research Institute. (2021). Analysis of the impact of COVID-19 on business travel. Retrieved 30 November 2021, from https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/.

Thammabut, P. (2006). Principles of ecotourism. Bangkok: Institute for the Development of Ecotourism Srinakharinwirot University.

Tourism Authority of Thailand. (2022). Final report of Thai tourism behavior survey project 2021. Tourism Marketing Research Division Tourism Authority of Thailand, Bangkok.

Tourism Western Australia. (2008). 5A's of Tourism. Retrieved May 24 March 2022, from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html.

Yamane, Taro. (1973). An Introductory Analysis. (3rd ed.). Tokyo: Harper International Edition.

	ชุลีพร นันตา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	อังคณา ชีวินจรัสเรือง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ศศิวิมล จันทร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ต่อศักดิ์ แซ่สี่ว์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ธนกร เสมานุสรณ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ขวัญฤทัย ครองยุติ วุฒิการศึกษา ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

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

.....

1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของวารสาร JHAT

วารสาร JHAT มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ องค์ความรู้หรือผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย การอภิปราย การสัมมนาวิชาชีพ ตลอดจนข้อค้นพบต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงเรื่องหรือประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา บุคลากรในวิชาชีพ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ และเป็นเวทีรองรับ สนับสนุน ส่งเสริม และต่อยอดการพัฒนาและการคิดค้นองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการบริการทั้งระดับท้องถิ่น 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 บทความที่นำเสนอจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ไม่เป็นเรื่องที่เคยตีพิมพ์หรือนำเสนอที่อื่นมาก่อนหรือไม่อยู่ในระหว่างรอการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดหรือในเวทีการประชุมวิชาการอื่นใด 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 ครัวและศิลปะในการประกอบอาหาร ธุรกิจการบิน โลจิสติกส์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและศิลปะเพื่อการท่องเที่ยว

2.6 รูปแบบการเขียนเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการวารสาร JHAT กำหนด (ดูรายละเอียดแนบท้าย)

3. กำหนดการตีพิมพ์และรูปแบบการเผยแพร่

วารสาร JHAT ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ (Online) ที่ URL: http://tourismhotel.crru.ac.th 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 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ถัดจากบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(2) **บทความทางวิชาการ (Academic article)** ได้แก่งานเขียนเชิงวิชาการที่ได้เขียนขึ้นโดยกำหนดองค์ประกอบที่ชัดเจน มีการกำหนดประเด็นที่นำเสนอชัดเจน มีเนื้อหาทั้งส่วนของบทนำ เนื้อหา มีการอธิบาย การวิเคราะห์ และ การสังเคราะห์อย่างเป็นระบบตามหลักการเขียนและการทบทวนวรรณกรรมและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และหลักการเขียนเชิงวิชาการ โดยผู้เขียนได้นำเสนอความคิดทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วยทั้งการเปรียบเทียบ การวิพากษ์ การเสนอแนะ (compare and contrast) โดยมีองค์ประกอบที่มีมาตรฐานตั้งแต่ชื่อเรื่องและรายละเอียดผู้เขียน บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทนำ วัตถุประสงค์ เนื้อหา บทสรุป และเอกสารอ้างอิง โดยมีการกำหนดคำสำคัญ (Keyword) จำนวน 3-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไว้ถัดจากบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

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

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

(5) **งานสร้างสรรค์** เป็นผลงานทางวิชาการที่แสดงออกทางศิลปะอันเป็นที่ยอมรับระดับชาติและระดับนานาชาติ 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 ผู้เขียนต้องดำเนินการให้มีการอ้างอิงในเนื้อหาระบบนาม-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 กำหนดชิดขวาของหน้ากระดาษ

2) ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point กำหนดชิดขวาของหน้ากระดาษ

3) ชื่อที่อยู่อีเมล์ ขนาด 14 point, กำหนดชิดขวาของหน้ากระดาษ (ทุกคน)

(3) **บทคัดย่อ (Abstract)**

1) ชื่อ “บทคัดย่อ” และ “Abstract” ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลางหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา

2) ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย ขนาด 16 point กำหนดชิดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา

3) ข้อความบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point กำหนดชิดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา

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, กำหนดชิดซ้ายของหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา (ไม่ลำดับเลข)

2) หัวข้อรอง ขนาด 16 point กำหนดชิดซ้ายของหน้ากระดาษและใช้ตัวหนา

3) ตัวอักษร ขนาด 16 point กำหนดชิดขอบกระดาษและใช้ตัวธรรมดา

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** ไว้ใต้ภาพประกอบ และจัดข้อความบรรยายภาพให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ชื่อตารางให้ระบุคำว่า **ตารางที่** พร้อมทั้งข้อความบรรยายตาราง หัวตารางให้จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ และใต้ภาพประกอบหรือตารางให้ระบุแหล่งที่มาให้ชัดเจน โดยพิมพ์ห่างจากชื่อภาพประกอบหรือเส้นคั่นใต้ตาราง 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 ไว้ข้างหน้าหรือข้างท้ายข้อความที่ต้องการอ้างเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

2) การอ้างอิงแทรกในตารางหรือในคำอธิบายตารางให้ใช้หมายเลขที่สอดคล้องกับที่ได้อ้างอิงไว้ก่อนหน้าในส่วนของเนื้อหา

(10) **การพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ**

1) เอกสารอ้างอิงทุกลำดับจะต้องมีการอ้างอิงหรือกล่าวถึงในบทความ โดยผู้เขียนต้องรับผิดชอบความถูกต้องในการอ้างอิง

2) กรณีรายละเอียดของเอกสารอ้างอิงมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พิมพ์ต่อบรรทัดถัดไป โดยย่อหน้า (โดยเว้นระยะ 7 ช่วงตัวอักษรหรือเริ่มพิมพ์ช่วงตัวอักษรที่ 8

3) จัดเรียงลำดับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ หรือการเรียงบรรณานุกรมให้ใช้หลักการเดียวกับการเรียงคำในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หรือ Dictionary ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป โดยคำที่มีตัวสะกดจัดเรียงไว้ก่อนคำที่มีรูปสระตามลำดับตั้งแต่ กก-กฮ และ AA-AZ

4) การจัดพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความจะแตกต่างกันตามชนิดของเอกสารที่นำมาอ้างอิง โดยให้จัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA 6th edition ดังนี้

ก. อ้างอิงจากหนังสือ ใช้รูปแบบดังนี้

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

ตัวอย่าง

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

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

ข. อ้างอิงจากวารสาร ใช้รูปแบบดังนี้

ชื่อ/ชื่อสกุลผู้เขียนบทความ./(ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร./ปีที่*(ฉบับที่),/หน้าที่อ้าง.

ตัวอย่าง

สุรีย เข็มทอง และ อาทิตย์ ไวทยะพันธ์. (2553). การวัดคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ตเม้นท์ในกรุงเทพมหานครโดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่.* 8(2), 95-109.

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

ค. อ้างอิงจากเอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการ/หนังสือรวมบทความวิชาการ ใช้รูปแบบดังนี้

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

ตัวอย่าง

อุทัยทิพย์. เจี่ยวิวรรธน์กุล. (2554). การวิจัยบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณภาพประชากร. ใน ธีรเดช 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.*/(ชื่อปริญญามหาบัณฑิตหรือปริญญาดุษฎีบัณฑิต, ชื่อมหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา).

ตัวอย่าง

ดนัยศักดิ์ โกวิทวิบูล. (2543). *ความต้องการและลักษณะการใช้สารนิเทศของนักศึกษาในสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง.* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

Patamaporn Yenbamrung. (1992). *The Emerging Electeronic 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 ธำรงเกียรติกุล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังกับส่วนประสมทางการตลาดของบูติคริสอร์ท 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/webbpp/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). กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤตสำหรับผู้นำองค์กร. **วารสารบริหารธุรกิจ**. 32(122), 8 – 18.

Chuangphusri, P. and Buranasing, S. (2011). *Conflict Management and Crisis Management*.
Bangkok: Prince Damrong Rajanuphap Institute. (in Thai)
ประพันธ์ ช่วงภูศรี และสำเริง บูรณะสิงห์. (2554). **การบริหารความขัดแย้งและบริหารภาวะวิกฤต**.
กรุงเทพฯ :สถาบันดำรงราชานุภาพ

7. การส่งบทความการส่งต้นฉบับ

7.1 ผู้สนใจเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร JHAT สามารถจัดส่งบทความถึงกองบรรณาธิการวารสาร ได้โดยช่องทางที่ **E-mail: jhatjournal.sot@crru.ac.th** โดยมีหนังสือนำส่ง 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 จะนำเสนอบรรณาธิการเพื่อพิจารณาและแจ้งตอบกลับให้ผู้เขียนทราบผลว่าต้องมีการแก้ไขเบื้องส่วนหนึ่งส่วนใดหรือไม่ กรณีไม่มีการแก้ไข กองบรรณาธิการจะเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความเพื่อพิจารณาและประเมินตามขั้นตอน กรณีบทความที่ไม่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบตามขั้นตอน

7.3 บทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะได้รับการพิจารณาและประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาที่บทความเกี่ยวข้อง เมื่อได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและประเมินบทความเรียบร้อย กองบรรณาธิการจะส่งข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิพร้อมทั้งต้นฉบับคืนให้ผู้เขียนดำเนินการปรับปรุงแก้ไข และต้องส่งกลับให้กองบรรณาธิการภายในวันที่กำหนด

.....

พิมพ์ข้อมูลในบทความแล้วปริ้นออกมาลงนามและสแกนส่งมาพร้อมบทความ

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสารการท่องเที่ยวและการบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (JHAT)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อเรื่อง

(ภาษาอังกฤษ).....

.....

ชื่อผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 1)

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้.....หมู่ที่ .....ซอย.....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 บทความที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ใด ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์พิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย หากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่งและ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบแต่เพียงฝ่ายเดียว”

ลงชื่อ.....

(.....)

การปรับรูปแบบการบริการของโรงแรมในยุคหลังโควิด 19

อรวรรณ บุญพัฒน์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่นในสถานการณ์โควิด - 19

กินรี มณีแสง, ขวัญฤทัย ครองยุติ และคณะ

พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของโรคโควิด-19

ชุลีพร นันตา, ขวัญฤทัย ครองยุติ และคณะ

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/