



ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและ
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ในพื้นที่ดอยผาตั้ง
อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

TOURIST EXPECTATIONS OF TOURISM COMPONENTS AND TOURISM
IN A NEW WAY OF LIFE (NEW NORMAL) IN THE AREA OF
DOI PHA TANG, WIANG KAEN DISTRICT,
CHIANG RAI PROVINCE

พิชญ์สินี ดวงบาล

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและ
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ในพื้นที่ดอยผาตั้ง
อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

TOURIST EXPECTATIONS OF TOURISM COMPONENTS AND TOURISM
IN A NEW WAY OF LIFE (NEW NORMAL) IN THE AREA OF
DOI PHA TANG, WIANG KAEN DISTRICT,
CHIANG RAI PROVINCE

พิชญ์สินี ดวงบาล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและ
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ในพื้นที่ดอยผาตั้ง
อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

TOURIST EXPECTATIONS OF TOURISM COMPONENTS AND TOURISM
IN A NEW WAY OF LIFE (NEW NORMAL) IN THE AREA OF
DOI PHA TANG, WIANG KAEN DISTRICT,
CHIANG RAI PROVINCE

พิชญ์สินี ดวงบาล

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

2565

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ

(ดร.ซัชชญา ยอดสุวรรณ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ปิยธิดา เพียรรุประสิทธิ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สาระพัฑ)

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับทุนการสนับสนุนการนำเสนอหรือเผยแพร่ผลงานวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ประจำปีการศึกษา 2565 ซึ่งการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถจาก อาจารย์ ดร.ปิยธิดา เพียรรุประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่ เสียสละเวลา และให้กำลังใจเสมอมา และขอขอบพระคุณ ดร.ชัชชญา ยอดสุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สารพัดกรรมกรสอบที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง สำหรับความสำเร็จในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ข้อมูลในการทำการศึกษาในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณครอบครัวที่เป็นแรงสนับสนุนให้กำลังใจและส่งเสริมในทุกด้าน เพื่อให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

พิชญ์สินี ดวงบาล

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	พิชญ์สินี ดวงบาล
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ปิยธิดา เพียรรุประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนี้ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 20,001-30,000 บาท/เดือน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด มี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่พัก และกิจกรรม รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ด้านดิจิทัล รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย และด้านระยะห่างทางสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดอยผาตั้ง ดังนี้ (1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาฟื้นฟูสภาพแวดล้อม (2) มีการสำรวจป้ายจราจรให้สามารถสื่อสารด้านการจราจรได้

ถูกต้อง ชัดเจน เพื่อความปลอดภัยตลอดเส้นทางเดินทาง (3) จัดลานจอดรถให้เพียงพอในช่วงเทศกาล (4) ดูแลเรื่องความปลอดภัยในที่พักของนักท่องเที่ยว (5) จัดตกแต่งสถานที่ให้สวยงามและมีความน่าสนใจ (6) จัดลำดับคิวหรือมีการนัดหมายเข้าไปท่องเที่ยวหรือใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการใช้บริการ (7) จัดให้มีจุดบริการแอลกอฮอล์ล้างมือ (8) พัฒนาระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, องค์ประกอบการท่องเที่ยว, วิถีชีวิตใหม่



Independent Study Title	Tourist Expectations of Tourism Components and Tourism in a New Way of Life (New Normal) in the Area of Doi Pha Tang, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province
Author	Pitsinee Duangbal
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Piyatida Pianluprasidh, Ph. D.

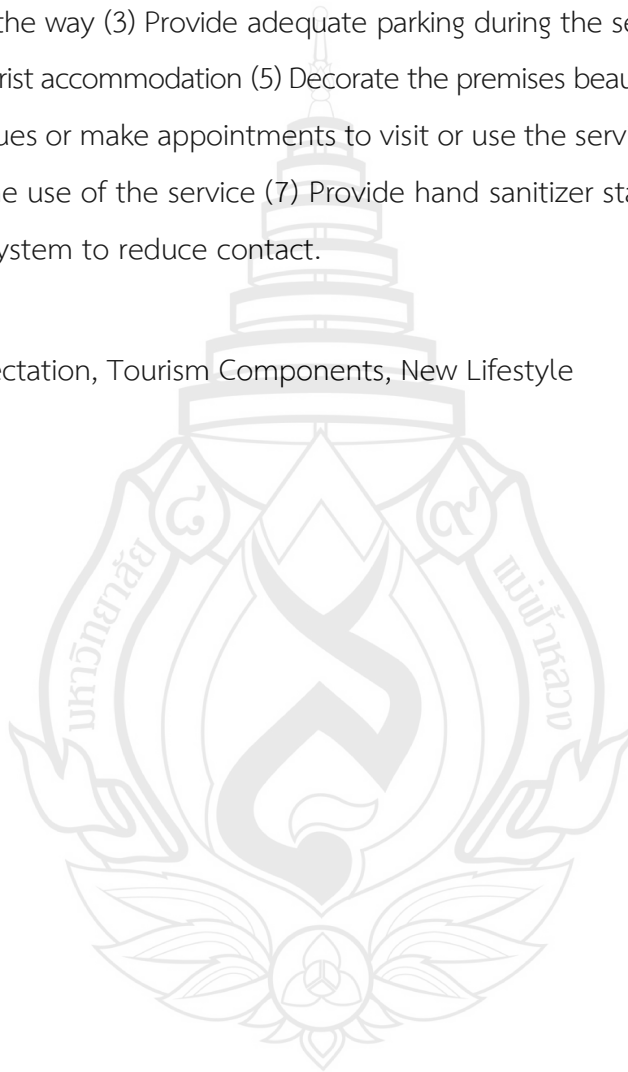
ABSTRACT

This study aims to study on Research on Tourist expectations of tourism components and tourism in a new way of life (New Normal) in the area of Doi Pha Tang, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province. To study the expectation of tourism components (5A) and expectation of tourism, new lifestyle (New Normal) of tourists. Collect data with questionnaires from a sample of 400 people who have never traveled to this tourist destination. Data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that Most of the respondents were female, aged 31-40 years, single status, occupation of private company employees, income 20,001-30,000 baht/month, graduated with a bachelor's degree. The results of the study revealed that the expectation on the components of tourist attractions in Doi Pha Tang area, Wiang Kaen district, province. Chiang Rai as a whole is at a high level. The areas with the most expectations were 3 aspects: attraction, accommodation and activities, followed by accessibility. And in terms of facilities, the results of the analysis of expectations for tourism, new lifestyle (New Normal), found that most of the sample group gave the overall expectation at a high level. The aspect with the highest

expectations was digital, followed by knowledge and social distance, respectively. The researchers made recommendations to guide the development of Doi Pha Tang tourist attractions. (1) Responsible organizations should focus on maintaining, restoring the environment (2) Traffic signs are surveyed to be able to communicate traffic correctly. Stay safe along the way (3) Provide adequate parking during the season (4) Take care of the safety of tourist accommodation (5) Decorate the premises beautifully and attractively (6) Reorder queues or make appointments to visit or use the service so as not to cause congestion in the use of the service (7) Provide hand sanitizer stations (8) Develop an online service system to reduce contact.

Keywords: Expectation, Tourism Components, New Lifestyle



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(6)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.4 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.8 กรอบแนวคิดของการวิจัย	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและประเภทของการท่องเที่ยว	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	17
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	19
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
2.6 ลักษณะทั่วไปดอยผาตั้ง	24
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย	36
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล	37
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	37
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	39
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	40
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	45
4.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	52
4.4 การทดสอบทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	56
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
5.1 สรุปผลการศึกษา	81
5.2 อภิปรายผล	85
5.3 ข้อเสนอแนะ	93

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายการอ้างอิง	95
ภาคผนวก	100



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ระยะเวลาใช้ในการศึกษางานวิจัย	6
2.1 สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลาใช้ในการศึกษางานวิจัย	32
3.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	38
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	43
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	43
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	44
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	44
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	45
4.7 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นรายด้าน	45
4.8 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ	46
4.9 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง	47
4.10 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	48
4.11 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก	50
4.12 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม	51
4.13 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ จำแนกเป็นรายด้าน	52
4.14 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านระยะห่างทางสังคม	53
4.15 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย	54
4.16 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล	55
4.17 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่มีต่อองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	58
4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอายุ	59
4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ	60
4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุ	61
4.22 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่มีต่อ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	62
4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามสถานภาพสมรส	63
4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง จำแนกตามสถานภาพสมรส	63
4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านที่พัก จำแนกตามสถานภาพสมรส	64
4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามสถานภาพสมรส	64
4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบ วิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพสมรส	65
4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบ วิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพสมรส	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.29 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่มีต่อองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	66
4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอาชีพ	67
4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพ	68
4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามอาชีพ	69
4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบ วิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ	70
4.34 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีต่อองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	71
4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้	72
4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านที่พัก จำแนกตามรายได้	73
4.37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามรายได้	74
4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถี ชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้	76
4.39 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีต่อ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต้องค้ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง จำแนกตามระดับการศึกษา	78
4.41 สรุปผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต้องค้ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	79



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ไตรมาส 1/2563P	2
1.2 กรอบแนวคิดของการวิจัย	9
2.1 การท่องเที่ยวในวิถี New Normal	22
2.2 ทิวทัศน์ดอยผาตั้ง	25
2.3 ทะเลหมอกดอยผาตั้ง	25
2.4 จุดชมวิวดอยผาตั้ง	26
2.5 ป่าหินยูนนาน	26
2.6 จุดชมวิวนิน 103	27



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างหนึ่งซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาและยังเป็นตัวดึงดูดเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างมหาศาล แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตไปในทิศทางที่ดีขึ้นบวกกับนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสวัฒนธรรมดั้งเดิมของแต่ละพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมของท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามซึ่งเป็นจุดเด่น จึงทำให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ในเดือนธันวาคม ปีพ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมา 39.79 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.24 คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว 1.93 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.05 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) ขณะที่ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญที่ใช้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เช่น แอปพลิเคชันต่าง ๆ ใน Ipad Tablet Smartphone ระบบอินเทอร์เน็ต ที่เข้ามามีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงเป็นอีกหนึ่งความท้าทายให้กับผู้ประกอบการที่ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลดังกล่าวให้ได้มากที่สุด (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565)

อย่างไรก็ตามสถานการณ์ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2563 ปรากฏว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาลดลงร้อยละ 38.01 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกและโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ลดลงถึงร้อยละ 63.96 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวจากทุกประเทศลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 ดังข้อมูลต่อไปนี้

10 ประเทศสูงสุด จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ไตรมาส 1/2563P

ลำดับที่	สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	
		ไตรมาส 1/2563P	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1	จีน	1,247,564	-60.01
2	มาเลเซีย	619,400	-32.36
3	รัสเซีย	586,990	-4.64
4	ลาว	380,899	-10.40
5	ญี่ปุ่น	320,098	-32.57
6	อินเดีย	261,705	-41.87
7	เกาหลีใต้	259,808	-51.63
8	ฝรั่งเศส	236,245	-16.61
9	เยอรมัน	229,332	-24.16
10	สหราชอาณาจักร	220,635	-21.49

หมายเหตุ : P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (ณ เดือนมิถุนายน 2563) อาจมีการปรับปรุงภายหลัง
ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ที่มา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2565)

ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ไตรมาส 1/2563P

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ภาครัฐหันมาส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้นผ่านโครงการ “ไทยเที่ยวไทย” โดยในปี 2563 กรุงเทพมหานครถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่ง รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันตก (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) นอกจากนี้รัฐบาลยังมีการดำเนินโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” เพื่อเป็นมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายโรงแรมที่พัก 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน (ไม่เกิน 3,000 บาทต่อห้องต่อคืน) และสนับสนุนค่าบัตรโดยสารในลักษณะการจ่ายเงินคืนผ่านแอปพลิเคชัน เป๋าตัง 40% แต่ไม่เกิน 1,000 บาทต่อที่นั่ง อย่างไรก็ตามสถานการณ์โรคระบาดยังคงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวนมากยังไม่สามารถเปิดให้บริการได้ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่เปิดให้บริการส่วนใหญ่ต้องให้บริการภายใต้การรักษาความปลอดภัย และการเว้นระยะห่างเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563)

ดังนั้นการปรับตัวด้านการท่องเที่ยวกับโรคระบาดดังกล่าวทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมและสร้างทางออกในการรองรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น วิถีชีวิตใหม่ หรือความปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งเป็นแนวทางที่มีการนำมาปรับใช้ได้กับทุกภาคส่วน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรม

การท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปภายใต้ความปกติใหม่ ได้แก่ (1) ท่องเที่ยวในประเทศ (2) เดินทางเที่ยวระยะใกล้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว และ (3) ท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนไม่พลุกพล่าน (พชรพจน์ นันทรามาศ และคณะ, 2563) และจากผลการสำรวจโดย ศูนย์วิจัย Ipsos พบว่า นักท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามชีวิตวิถีใหม่โดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น การท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่จะลดลง โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยมากที่สุดคือสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอากาศปลอดโปร่ง เช่น ชายทะเล ภูเขา ป่า และน้ำตก (บริสุทธิ แสนคำ, 2564)

จังหวัดเชียงรายนับได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม วิธีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่น ในปีพ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประมาณ 3,600,000 คน มากเป็นอันดับสองในภาคเหนือรองจากจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย, 2562) โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอเวียงแก่นซึ่งมีระยะทางจากตัวเมืองเชียงราย 157 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในฤดูหนาว ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดเชียงราย มีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นทั้งที่ราบลุ่มมีแม่น้ำจาวไหลผ่าน และมีภูเขาสลับซับซ้อน มีชายแดนติดต่อกับประเทศลาวโดยมีแม่น้ำโขงเป็นพรมแดนธรรมชาติ มีสถานที่สำคัญ ได้แก่ เมืองโบราณสถานดงเวียงแก่น แก่งผาได และดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่นเป็นอำเภอที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้มีประชากรมีวิถีชีวิตเฉพาะแบบพหุวัฒนธรรม มีกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งหมด 9 ชาติพันธุ์ ได้แก่ คนเมือง ไทลื้อ ม้ง อี๋เมี่ยน (เย้า) จีนคณะชาติ (จีนฮ่อ) อาข่า ไทยใหญ่ ขมุ และมูเซอ และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญคือ ดอยผาตั้งมีจุดชมวิวตามแนวชายชายแดนไทย-ลาว เรียกว่า “ผาป้องประตูสยามหรือผาป้องประตูรักแห่งขุนเขา” จุดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ จุดชมวิวช่องผาป้องประตูสยาม เป็นจุดชมทะเลหมอก ที่สวยงามและมีช่องเขาขาด ป่าหินยูนาน มีลักษณะเป็นกลุ่มของก้อนหินทั้งเล็กและใหญ่ รวมกันเป็นทิวมาของชื่อ มีจุดชมพระอาทิตย์ตกดินทางฝั่งประเทศไทย และจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอกที่สวยงามกว้างไกลสุดสายตาทางฝั่งประเทศลาว เป็นพื้นที่ที่มีอากาศที่หนาวเย็นเหมาะแก่การทำการปลูกพืชเมืองหนาว บนดอยผาตั้ง มีที่พัก สถานที่กางเต็นท์และร้านอาหารไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคม บนยอดดอยจะบานสะพรั่งด้วยดอกนางพญาเสือโคร่งและดอกเสี้ยว

อย่างไรก็ดี การเดินทางท่องเที่ยวมายังดอยผาตั้งของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพเสื่อมโทรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ที่อาจส่งผลกระทบต่อการรับรู้หรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกด้านลบต่อสถานที่ท่องเที่ยว จะทำให้

นักท่องเที่ยวเกิดความไม่คาดหวัง และจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากกลับมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวอีก รวมไปถึงอาจจะมีการบอกต่อถึงประสบการณ์แย่ ๆ ที่ตนได้รับ ซึ่งเกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังส่งผลกระทบโดยตรงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวและขาดการกระจายรายได้ อีกทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็ไม่มีหน่วยงานใดที่เข้ามาดูแลในเรื่องนี้อย่างจริงจัง

จากสาเหตุเหล่านี้จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยเน้นไปที่การท่องเที่ยว แบบเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เน้นเรื่องความปลอดภัย (Safety) และด้านดิจิทัล (Digital) เพื่อหาแนวทางผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย วางแผนด้านการตลาด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ยังสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในด้านองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร

1.2.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร

1.2.3 แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.3.2 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

1.3.4 แนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.4 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้รับรู้เกี่ยวกับการคาดหวังของนักท่องเที่ยวว่า มีความต้องการองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ให้ดียิ่งขึ้น

1.4.2 ได้แนวทางในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคโควิด 19 เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เพื่อนำไปเป็นแนวทางให้กับชุมชน หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชน รัฐวิสาหกิจ และองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย และมีความชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยว

1.5.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.5.1.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

1.5.1.2 ตัวแปรตาม คือ

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

2' 1' 2' 2' ..

[illegible]

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

1.6.1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

1.6.1.2 ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถในการคมนาคม ไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยสะดวก รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องที่จะต้องกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมาย

1.6.1.3 ด้านอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต รวมถึงร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

1.6.1.4 ด้านที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก

1.6.1.5 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง ผลิภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่ถูกสร้างเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น การเดินป่า การชมสวนดอกไม้ ชมสวนเกษตร การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น

1.6.2 การท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

1.6.2.1 ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หมายถึง การรักษาระยะห่างทางกายภาพ ลดการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นแนวทางการใช้ชีวิตช่วงวิกฤติโควิด-19 เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค

1.6.2.2 ด้านความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข เช่น ใส่หน้ากากอนามัย พกเจลล้างมือ การฉีดวัคซีน การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในสุขอนามัย รวมถึงการให้ความรู้ การอบรมด้านสุขอนามัยแก่ผู้ให้บริการ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

1.6.2.3 ด้านดิจิทัล (Digital) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ เช่น การ Check-in ติดตามผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ไทยชนะ การสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร การชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

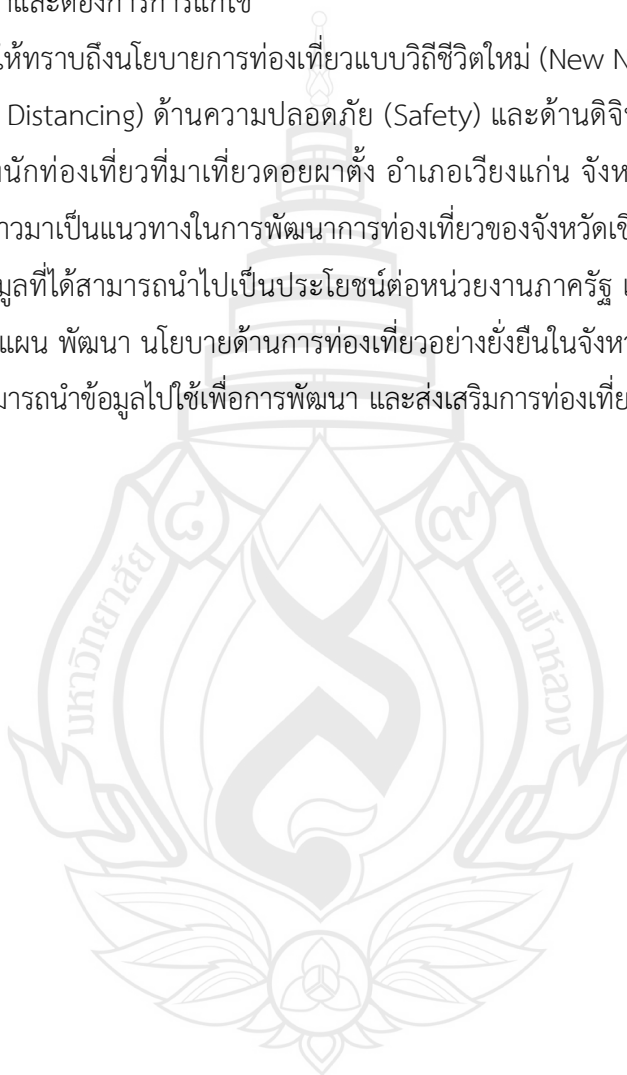
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5A) ในด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ในพื้นที่ ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ว่ามีสิ่งใดที่ยังเป็นปัญหาและต้องการการแก้ไข

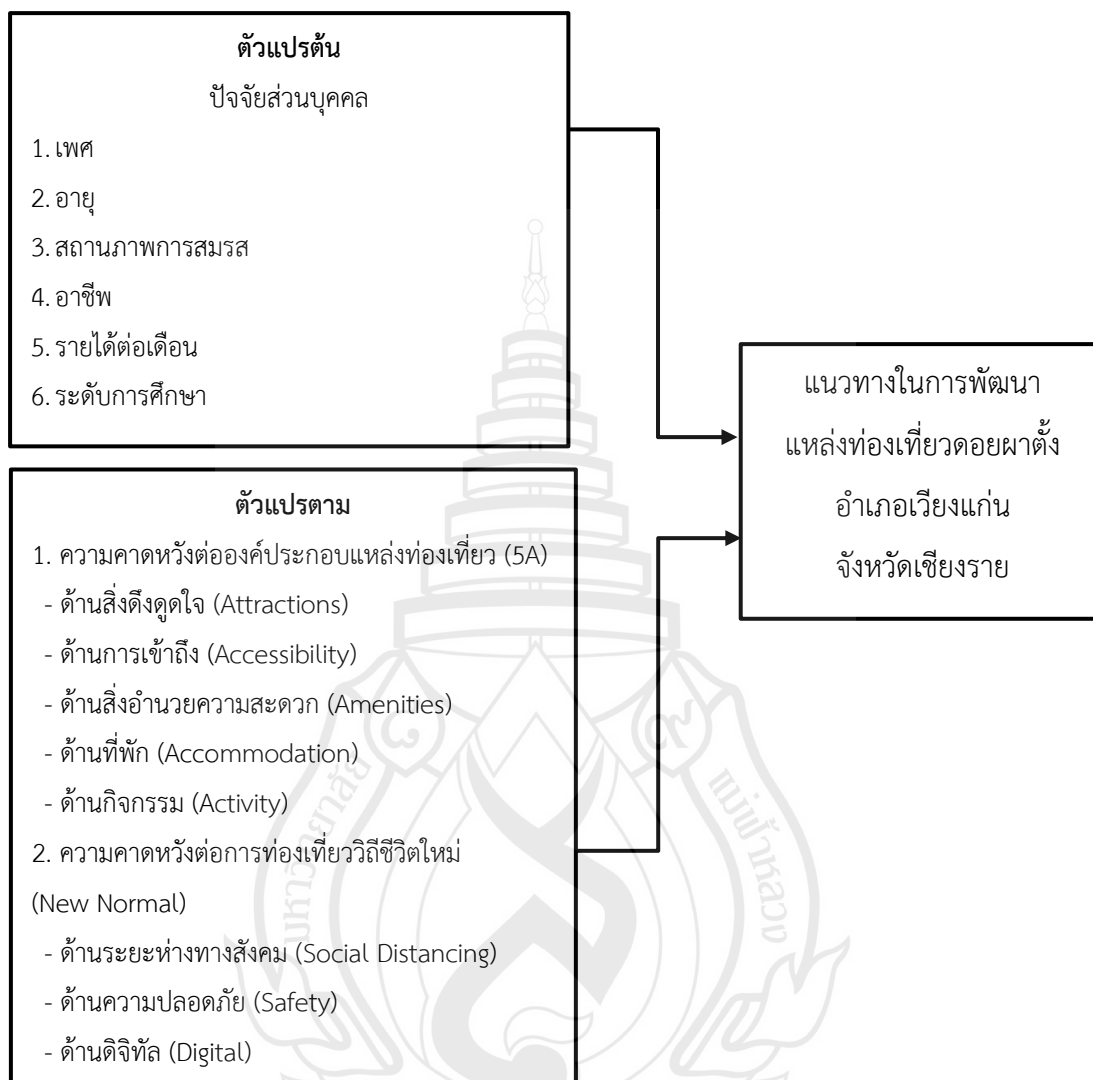
1.7.2 ทำให้ทราบถึงนโยบายการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ด้านความปลอดภัย (Safety) และด้านดิจิทัล (Digital) ว่าส่งผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงรายอย่างไรบ้าง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

1.7.3 ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา นโยบายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดเชียงราย

1.7.4 สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย



1.8 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง เรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและประเภทของการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความคาดหวัง
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
6. สภาพลักษณะทั่วไปดอยผาตั้ง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (1963) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลีว่าหมายถึง “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่ เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

นอกจากนี้ องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) กล่าวว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ฉลอง พิมลสมพงศ์ (2546) ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่ (1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (2) เดินทางด้วยความสมัครใจ และ (3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

จริยญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จุฑากรณ์ (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่เกี่ยวกับการหารายได้ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้า และการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว ภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

McIntosh และ Goeldner (1986) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง ผลของการปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ ของ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจรัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับ นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการที่ผู้บริหารประเทศกำหนดเป็นนโยบายให้มีการส่งเสริมสนับสนุนและกระตุ้นให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนปรับปรุงจัดหาแหล่งท่องเที่ยว พร้อมบริการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ระบุว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของบุคคลที่เดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยเป็นการเดินทางแบบชั่วคราวซึ่งไม่ได้เดินทางไปเพื่อประกอบอาชีพ การเดินทางท่องเที่ยวจะมีจุดประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความสนใจส่วนบุคคล เวลา รายได้ โอกาส และ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2542) ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่าการศึกษาการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีวัตถุประสงค์ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นจะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยวได้รวบรวมไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียด ของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เพื่อเยี่ยมญาติ โดยเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.1.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

2.1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดการการท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น ๆ มีการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มีความหลากหลายและเกิดขึ้นใหม่ได้ตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุชื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

2.1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา สถานที่ที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เป็นต้น

2.1.2.4 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) คือ สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจมีความงดงาม ความแปลกตาหรือมีความเป็นเอกลักษณ์/เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

2.1.2.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพให้มีความสุข รื่นรมย์ บันเทิง และ

การศึกษาหาความรู้ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา เป็นต้น

2.1.2.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถูกสืบทอดมา เช่น งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ตลาดน้ำ งานแสดงของช้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

2.1.2.7 แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) คือ สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

2.1.2.8 แหล่งท่องเที่ยวประเภทยาน้ำตก เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

2.1.2.9 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ คือ สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

2.1.2.10 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ เกาะเป็นส่วนหนึ่งของแผ่นดิน จึงเป็นผลให้เกาะเป็นที่ตั้งของแหล่งธรรมชาติต่าง ๆ เช่นเดียวกับแผ่นดิน เกาะมีพื้นที่ราบขนาดใหญ่เพียงพอที่จะเกิดการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ได้ มีความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น ชายหาด หน้าผา แล่นม ภูเขา ถ้ำ น้ำตก ลำธาร เป็นต้น

2.1.2.11 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง คือ สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขนส่ง อาหารเครื่องดื่ม ที่พักแรม กิจกรรมนันทนาการ การผลิตสินค้า การบริการอื่น ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต้องบริหารจัดการองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (พยอม ธรรมบุตร, 2549) ทั้งนี้ ได้มีนักวิชาการจำนวนมากได้เสนอแนวคิดหรือนิยามขององค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เช่น Collier and Harraway (1997) ได้ให้แนวคิดว่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการหรือ 3A ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่หรือเหตุการณ์ลักษณะที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค สิ่งที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จะต้องมึระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะและผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

นอกจากนี้ Copper and Boniface (1998) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน (4A) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ Attraction แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนใจมีเสน่ห์เฉพาะตัว
2. การเข้าถึง Accessibility แหล่งท่องเที่ยวจึงดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก Amenities แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม
4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวหน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วน Dickman (1996) ได้ระบุถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ 5 ประการ หรือ 5A ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึงแหล่งหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Access) ปัจจัยสนับสนุน (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) มีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ สถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการที่เป็นจุดหมายปลายทางเพื่อให้ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวมาเยือน สถานที่ท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเลสาบ แม่น้ำ ภูเขา และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งจูงใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวทุกคน คือการได้สัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและสถานที่เหล่านั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น

1) สถานที่ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resource) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติมนุษย์ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์แต่อย่างใด เช่น ชายหาด ชายทะเล ภูเขา ลำธาร เป็นต้น

2) สถานที่ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Resources) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์โดยฝีมือมนุษย์ ได้แก่ เมืองเก่า ชุมชน ประเพณี แหล่งวัฒนธรรม แหล่งโบราณสถาน สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น และทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านี้มีความโดดเด่นจนเป็นแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้

2. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึง คือ การคมนาคมขนส่ง เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งที่มาของตลาดและจุดหมายปลายทาง หากมีสถานที่ท่องเที่ยวก็ต้องมีการเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ในบางกรณีการคมนาคมก็สามารถกลายเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวได้เช่นกัน ตามหลักการแล้วการคมนาคมควรมีความสบายเชื่อถือได้ และมีราคาที่สมเหตุสมผล เหมาะสมสำหรับนักเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวหากปราศจากการเข้าถึงนักท่องเที่ยวก็ไม่สามารถไปจุดหมายปลายทางได้

การเข้าถึงแหล่งหรือจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งก็คือ ระบบการคมนาคม และการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางทางอากาศ การเดินทางทางและการเดินทางทางบก รวมถึงโครงสร้างอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่งผู้โดยสาร เส้นทางถนนหนทาง เหล่านี้จะนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

3. ที่พัก (Accommodation) ที่พักถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของจุดหมายปลายทาง นักเดินทางที่เลือกที่จะเยี่ยมชมจุดหมายปลายทางจะต้องมองหาที่พักที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง สถานที่พักที่ดีควรมีบริการอาหารเครื่องดื่มและสถานที่พักผ่อนให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่พักควรมีความสะอาดสบายและเน้นไปที่คุณภาพของการให้บริการ อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมสำหรับนักท่องเที่ยว ที่พักส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

คือ (1) บริการที่พักหรือบริการของโรงแรม รีสอร์ท เกสเฮ้าส์ โรงแรมบูติก โฮมสเตย์ และ (2) ที่พักแบบบริการตนเองหรือที่พักเสริม หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการที่พักแต่ไม่ใช้บริการของโรงแรมให้อาหารและที่พักเป็นเงินสดต่อวัน เช่น บ้านพักเป็นหลัง เป็นต้น

สถานที่พักแรมที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นการเฉพาะสามารถพักเป็นการชั่วคราวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันสถานที่พักแรมมีการจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างหลากหลายทั้งในเชิงของราคา รูปแบบการให้บริการ และการดำเนินงาน เช่น โรงแรมรีสอร์ท Hotel Guest House และ Airbnb สถานที่พักแรมควรมีการจัดลักษณะทางกายภาพหรือสถาปัตยกรรมที่เหมาะสม และเข้ากับบริบทของพื้นที่ เช่น รีสอร์ทริมทะเล หรือโรงแรมในเมืองใหญ่ รวมถึงรูปแบบของที่พักซึ่งประเทศไทยเองมีพระราชบัญญัติธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2547 หรือธุรกิจอื่นที่ไม่เป็นนิยามของโรงแรมตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว กล่าวไว้ว่า ในพื้นที่ควรมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการตามความต้องการและความเหมาะสมของผู้ใช้บริการที่สามารถเลือกได้และสามารถเชื่อมต่อไปยังทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้

4. ปัจจัยสนับสนุน (Amenity) หมายถึง สิ่งสนับสนุนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ สวนสาธารณะ จุดพักริมทาง ศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น อีกทั้งยังรวมไปถึงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ระบบการสื่อสาร อินเทอร์เน็ต หรือการสื่อสารโทรคมนาคมครอบคลุมไปถึงการให้บริการด้านสุขภาพ เช่น โรงพยาบาลหรือคลินิก คอยไว้ให้บริการเมื่อนักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยและรวมไปถึงด้านการรักษาความปลอดภัย อย่างเช่น สถานีตำรวจที่จะคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อประสบเหตุ ทั้งจากนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือจากคนในพื้นที่ก็ตาม สถานที่ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร และการบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของพื้นที่และความปลอดภัยของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังต้องตอบสนองต่อความต้องการในชีวิตของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยสามารถแบ่งสิ่งอำนวยความสะดวกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) สิ่งอำนวยความสะดวกจากธรรมชาติ เช่น ชายหาด การอาบน้ำทะเล การตกปลา ปีนเขา เดินป่า ชมพระอาทิตย์ขึ้น เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น การเดินร่ำ ดนตรี การละคร ภาพยนตร์ สระว่ายน้ำ กิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

5. กิจกรรม (Activity) กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวเป็นการจัดกิจกรรมให้เกิดการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีความสนุกสนาน เกิดการเรียนรู้ หรือการได้เคลื่อนไหว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว และขณะเดียวกันกิจกรรมเหล่านี้ ยังสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางหรือพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น เพื่อเป็นการใช้เวลาในการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้

กิจกรรมดังกล่าวสามารถทำได้คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม เป็นหมู่คณะ เช่น กิจกรรมเดินป่า เดินชมธรรมชาติ กิจกรรมการขี่จักรยาน เป็นต้น หรือยังมีกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือคนในชุมชนสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้โดยที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยว ส่วนเจ้าบ้านหรือชุมชนจะได้รับรายได้จากการสร้างสรรค์กิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน การขายของพื้นเมืองสินค้าท้องถิ่น เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นการช่วยเพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การล่องเรือท่องเที่ยวในทะเลสาบ การล่องแก่ง การเดินป่าบนภูเขาการบริการนำเที่ยวโดยมีไกด์นำทาง การตกปลาในแม่น้ำ การเล่นวินด์เซิร์ฟ (windserf) ในทะเล และอื่น ๆ อีกมากมาย

จากการทบทวนสรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่เป็นสิ่งที่กระตุ้นความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งในการศึกษาครั้งนี้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวมาใช้ในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวโดยผาตั้งอำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยให้นักท่องเที่ยวพิจารณาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) (2) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4) ด้านที่พัก (Accommodation) (5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.3.1 ความหมายของความคาดหวัง

Hornby (2000) ได้อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่าง ว่าควรจะเป็นหรือจะเกิดขึ้น

สุชุม เฉลยทรัพย์ (2552) ให้ความหมายของความคาดหวังว่า เป็นระดับพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่อาศัยประสบการณ์เดิมของตนในการตัดสินใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดหรือให้เป็นไปตามความต้องการของตน ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ

พงศ์วัช ศรีจำนอง (2553) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของบุคคลที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นจากการใช้บริการและจะประเมินผลจากพื้นฐานของความคาดหวัง

อารี ลือกลาง (2555) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็น ด้วยวิจรรย์ญาณเกี่ยวกับการคาดคะเนหรือการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรมี ควรจะเป็น ควรจะเกิดขึ้น หรือควรจะเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นที่มีต่อการรับบริการของบุคลากร ดังนั้น ความคาดหวังนี้จะถูกต้องมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยจะอาศัยประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคลในการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่คิดว่าจะเกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยว หากได้รับการตอบสนองก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน

2.3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

Vroom (1970) กล่าวถึง ทฤษฎี V.I.E ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. Valence หมายถึง ระดับความพึงพอใจ การให้คุณค่ากับสิ่งที่ได้รับความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ (Outcomes) ของการกระทำซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้น ๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้นเสมอไป

2. Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกหลายอย่าง

3. Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ โดยที่บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังเอาไว้แล้ว บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงเพิ่มขึ้นในระดับต่อไป

สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ความต้องการ การคาดคะเน การคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าทั้งในทางที่ดีหรือไม่ดีต่อเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตตามความเหมาะสมของสถานการณ์จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล และเมื่อได้รับการตอบสนองที่คาดหวังหรือต้องการก็เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่ความคาดหวังในระดับที่มากขึ้นต่อไป

2.3.3 ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวัง

การที่บุคคลจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งมักมีความคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จเป็นผลตอบแทน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งที่เกิดก่อนการกระทำ ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันไป โดยนักวิชาการ ได้กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังไว้ 3 ประการ (ทิพย์นารี แพทย์วงศ์, 2556) ดังนี้

1. ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคลและสภาพแวดล้อม ปัจจัยนี้จะทำให้ความคาดหวังและการแสดงออกของบุคคลมีความแตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์และภูมิหลังของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อความคิด ความต้องการ และการกระทำที่แตกต่างกัน
2. ความยากง่ายของการปฏิบัติและประสบการณ์ที่ผ่านมา หากบุคคลเคยประสบความสำเร็จมาก่อน จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในครั้งต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามอาจจะกำหนดความคาดหวังให้ต่ำลงมาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความรู้สึกเสียใจจากระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงเกินไป
3. การประเมินความเป็นไปได้ เนื่องจากความหวังนั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ สิ่งนั้น ๆ อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ จะเป็นการประเมินค่าที่มีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัด โดยการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกันอาจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ การให้คุณค่าต่อสิ่งนั้น ๆ ของแต่ละบุคคล

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังนั้นเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อม และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกันออกไป

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไข้หวัดสายพันธุ์โคโรนา 2019 ทำให้พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปเป็นสู่การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่หรือความตระหนักแบบปกติใหม่ (New Normal) ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์ “New Normal” เพิ่มเข้ามา โดย รองศาสตราจารย์ มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายคำนี้ผ่านทางเฟซบุ๊ก Malee Boonsiripunth เอาไว้ว่า New Normal แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหวังล่วงหน้าได้

ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย นอกจากนี้ยังมีการใช้คำว่า “New Normal” ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ โดยคำนี้กำเนิดขึ้นในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2007–2008) ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจครั้งใหญ่ การจัดการบางอย่างซึ่งแต่เดิมเคยถูกมองว่าผิดปกติ ได้กลับกลายมาเป็นสิ่งที่พบเห็นกันได้ทั่วไป และถูกนำมาใช้ในบริบทอื่น ๆ อย่างเช่น ด้านวิทยาศาสตร์ เพื่อสื่อสารและทำความเข้าใจถึงสถานะการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิที่สูงขึ้นและความเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล

ส่วน “New Normal” ในบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของ “โควิด-19” ช่วงปลาย พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2563 นั้น อธิบายได้ว่า เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ โดยมีการปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการย้ายเบนออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษา สุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็ทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม

ส่วนในด้านการท่องเที่ยวก็พบว่า ผู้ให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเองก็เริ่มปรับตัวสู่ New Normal สอดรับกับยุคโควิด-19 มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงแรกที่ประเทศไทยพบการระบาดของโควิด-19 ที่รุนแรง จนทางการประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์และประกาศ พ.ร.บ.ฉุกเฉิน ทำให้เราต้องดื่มนอกบ้าน และงดเที่ยวไปโดยปริยาย แต่ช่วงนั้นก็เริ่มมีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยให้ผู้คนหายเหงา ด้วยการเปิดตัว “การท่องเที่ยวเสมือนจริง” ผ่านเทคโนโลยีต่อมาพอถึงช่วงมาตรการผ่อนคลายเป็นระยะที่ 2 ก็เริ่มประกาศให้ “ที่เที่ยว” บางแห่งกลับมาเปิดให้คนไทยไปเที่ยวได้แล้ว เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ หอสมุดแห่งชาติ หอจดหมายเหตุ แต่ต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือ เว้นระยะห่าง เป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

ข้อมูลจากเว็บไซต์ธรรมนิติ ได้เผยแพร่ข้อมูลการสำรวจของซูเปอร์โพลและนำเสนอแนวทางชีวิตวิถีใหม่ของคนไทยไว้ (กรมสุขภาพจิต, 2563) มีดังนี้

1. ด้านดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีควบคู่กับอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ที่จากเดิมมีมากอยู่แล้ว แต่ในสังคมยุค New Normal สิ่งเหล่านี้จะเข้าไปอยู่ในแทบทุกจังหวะชีวิต ไม่ว่าจะเป็น การเรียนออนไลน์ การทำงานที่บ้าน การประชุมออนไลน์ การซื้อสินค้าออนไลน์ การทำธุรกรรม และการเ็นเตอร์เทนชีวิตรูปแบบต่าง ๆ อย่างดูหนัง ฟังเพลง

2. ด้านการเว้นระยะห่างทางสังคม ผู้คนในสังคมจะเห็นความสำคัญของการเว้นระยะห่างที่เป็นแนวทางการใช้ชีวิตช่วงวิกฤติโควิด-19 และจะดำเนินชีวิตแบบนั้นต่อไป โดยรักษา ระยะห่างทางกายภาพเพิ่มขึ้น และใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสื่อสารและการใช้ชีวิต ลดการปฏิสัมพันธ์ การไปในสถานที่สาธารณะ และเน้นการทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น

3. ด้านความปลอดภัย การดูแลสุขภาพทั้งตัวเองและคนรอบข้าง โดยเกิดความคุ้นชินจากช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่ต้องดูแลด้านสุขภาพและความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ ดังนั้น พฤติกรรมการใช้หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ และการล้างมืออย่างถูกวิธี และหมั่นสังเกตตัวเอง เมื่อไม่สบายจะยังคงมีต่อไป รวมถึงการหันมาใส่ใจสุขภาพ การออกกำลังกาย และการทำประกันสุขภาพจะมีแนวโน้มมากขึ้น

4. การสร้างสมดุลชีวิต การมีโอกาสดำรงงานที่บ้าน ลดจำนวนวันการเข้าออฟฟิศ หรือ การลดการพบปะผู้คนในสังคม แล้วหันมาใช้ชีวิตและทำงานที่บ้าน ทำให้ผู้คนมองเห็นแนวทางที่จะสร้างสมดุลชีวิตระหว่างอยู่บ้านมากขึ้น และจะเป็นแนวทางในการปรับสมดุลชีวิตระหว่างเวลาส่วนตัว การงาน และสังคมให้สมดุลมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Barnes (2020) ได้มีการกล่าวถึง ความปรกติใหม่กับวิถีชีวิตในงานการวิจัยเรื่อง “Information management research and practice in the post-covid-19 world” เพื่อแสดงให้เห็นว่า การระบาดของโควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงชีวิตมนุษย์และสังคมโลกอย่างสิ้นเชิง ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในปัจจุบันและในอีกหลายปีข้างหน้า สิ่งสำคัญของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การเพิ่มความเป็นดิจิทัลที่มีแนวโน้มการดำเนินเกิดขึ้น การอย่างรวดเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้เมื่อหลายปีก่อน รายงานฉบับนี้ยังได้กล่าวถึงความพยายามของมนุษย์กระตุ้นที่จะต้องทำการปรับตัวให้เข้ากับ “ความปกติใหม่” ผ่านความจำเป็นในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการงาน การศึกษา การดูแลสุขภาพ ความบันเทิงและการพักผ่อน และการค้าออนไลน์ สภาพแวดล้อมใหม่ต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยสร้าง โอกาสแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน

สำหรับการท่องเที่ยวแบบ New Normal ในยุคหลัง COVID-19 เป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวต้องใส่ใจ เพราะไม่เพียงแต่คนในประเทศที่เฝ้ารอให้การท่องเที่ยวกลับมา แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ยังให้ความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และพร้อมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถี New Normal โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่อง

ความสะอาด ถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค COVID-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความปลอดภัย New Normal สำหรับ 2 กลุ่ม มีดังนี้

1. สำหรับผู้ประกอบการ/ผู้ให้บริการ

- 1) ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย
- 2) บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว
- 3) สวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลา
- 4) จัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์
- 5) มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัย
- 6) เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
- 7) กำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจน
- 8) เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด

2. สำหรับนักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ

- 1) ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย
- 2) สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- 3) เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
- 4) ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง
- 5) เปลี่ยนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นระบบโอนเงิน พร้อมเพย์ E-Wallet



ที่มา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2565)

ภาพที่ 2.1 การท่องเที่ยวในวิถี New Normal

โดยสรุปแล้ว แม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสี่ยงและได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 แต่ถือเป็นโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมในด้านต่างๆ เช่น การกำหนดมาตรการสุขอนามัย ความปลอดภัย และการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่กล่าวมาข้างต้น ในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้น มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องที่ควรศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเว้นระยะห่างทางสังคม ด้านความปลอดภัย และด้านดิจิทัล ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายวิธี ดังที่ นิสา ชัชกุล (2550) กล่าวไว้ว่า การจะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าดึงดูดใจให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงได้ อีกทั้งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทั้งด้านกายภาพหรือภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้ง หรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายออกไปสู่ภายนอก

มนัส สุวรรณ (2545) ให้คำจำกัดความ เกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้น มีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจ ได้แก่ ความต้องการของผู้ที่มาท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น ความสามารถในการให้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่นั้น ๆ ประกอบกับความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคม และความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศ

ปรัชญา บุญเดช (2561) สรุปแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้นจะต้องประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการของนักท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยว และการเข้าถึงง่ายของแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมของพื้นที่ที่จะสามารถรับได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึง การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักวิชาการไว้ว่า ไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสภาพดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม จึงมีความจำเป็นที่จะมีขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

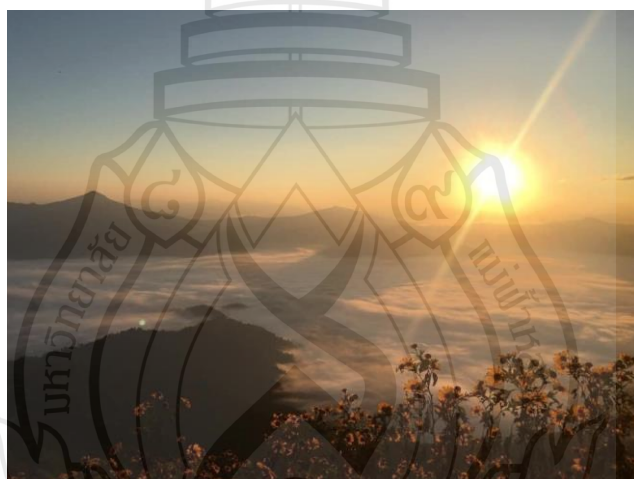
1. ขั้นตอนการจัดแบ่งเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ในทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
 2. ขั้นตอนการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยว
 3. ขั้นตอนการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม
 4. ขั้นตอนการประเมินขีดความสามารถในการรองรับของนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว
 5. ขั้นตอนการให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการ และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
 6. ขั้นตอนการจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้
- แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นไม่เพียงแค่นำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมแต่ยังจะต้องเน้นไปที่การพัฒนาการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านให้ดีขึ้นไปพร้อมกัน

2.6 ลักษณะทั่วไปดอยผาตั้ง

ดอยผาตั้งตั้งอยู่บ้านผาตั้ง หมู่ที่ 14 ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย หมู่บ้านผาตั้ง สูงจากระดับน้ำทะเล 1,635 เมตร ห่างจากหมู่บ้าน 2 กิโลเมตร มีจุดชมวิวตามแนวชายชายแดน ไทย-ลาว เรียกว่า “ผาป้องประตูสยาม” หรือ “ผาป้องประตูรักแห่งขุนเขา” เป็นถิ่นฐานเดิมของผู้อพยพ อพยพหนีภัยจากจีนคนชาติกองพลที่ 93 ภายใต้การบังคับบัญชาของ นายพลหลีเหวิน ฟาน ความสวยงาม ที่เป็นลักษณะเฉพาะของหมู่บ้านผาตั้ง ไม่ว่าจะเป็นสภาพทะเลหมอกยามเช้า แม่น้ำโขงที่มองเห็นจาก ยอดดอยคดเคี้ยวเข้าสู่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวไกลสุดสายตา กลิ่นอายธรรมชาติ อากาศเย็นสบายบริสุทธิ์ทุกฤดูกาล รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีการต้อนรับและอาหารจีนยูนานที่ ถูกรสนิยมของคนไทย ระยะทางจากตัวเมืองเชียงราย 157 กิโลเมตร ระยะทางจากตัวอำเภอเวียงแก่น 30 กิโลเมตร



ภาพที่ 2.2 ทิวทัศน์ดอยผาตั้ง



ภาพที่ 2.3 ทะเลหมอกดอยผาตั้ง



ภาพที่ 2.4 จุดชมวิวดอยผาตั้ง

จุดชมวิวดอยผาตั้งหรือผาตั้งหรือผาตั้งแห่งขุนเขาเป็นหน้าผาหินขนาดใหญ่ตรงกลางเป็นเนินช่องเขาขนาดใหญ่เหมือนประตู ในอดีตเป็นช่องทางผ่านไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นจุดชมวิวที่สามารถชมทะเลหมอกได้เกือบตลอดทั้งปี ในฤดูหนาวจะมีดอกพญาเสือโคร่ง (ซากุระเมืองไทย) ตลอดทางขึ้นลงที่สวยงามมาก มีจุดกางเต็นท์ที่องค์การบริหารส่วนตำบลปอ จัดตั้งให้มีไว้บริการตลอดปี

ป่าหินยูนาน มีลักษณะเป็นกลุ่มของก้อนหินทั้งเล็กและใหญ่ รวมกันเป็นที่มาของชื่อเนื่องจากมีลักษณะคล้ายกับป่าหินที่มณฑลยูนานประเทศจีน



ภาพที่ 2.5 ป่าหินยูนาน

จุดชมวิวช่องผาขาด เป็นจุดชมวิวที่อยู่ใกล้จุดชมวิวผาบ่องประตูสยามลักษณะเป็นหน้าผาหินที่ขาดออกจากกัน สามารถชมวิวทิวทัศน์ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้และสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอกตลอดทั้งปี

จุดชมวิวเนิน 102 จากจุดช่องผาขาดเดินขึ้นดอยต่อไปยังเนิน 102 ระยะทางประมาณ 300 เมตร จะเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกดินทางฝั่งประเทศไทย และจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอกที่สวยงามกว้างไกลสุดสายตาทางฝั่งประเทศลาว ซึ่งตามจริงไม่เพียงชมทะเลหมอกทางฝั่งลาวได้ทางเดียว เท่านั้นทางฝั่งไทยก็สามารถชมได้ และทะเลหมอกตลอดทั้งปี

จุดชมวิวเนิน 103 จากเนิน 102 ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ราว 500 เมตร ก็เป็นจุดชมทะเลหมอก ที่กล่าวได้ว่าสวยงามที่สุดกว่าทุกยอดบนดอยผาตั้ง เรียกว่า เนิน 103 เพราะจะชมทะเลหมอกได้กว้างไกล (องค์การบริหารส่วนตำบลปอ, 2559)



ภาพที่ 2.6 จุดชมวิวเนิน 103

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริญญา บรรจงมณี และสุเมธ ธูวธราตระกุล (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย (3) เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่สนใจการ

ท่องเที่ยวด้านมืดจากสื่อออนไลน์ ต้องการทราบความรู้ทางประวัติศาสตร์ สนใจท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟสายมรณะท่องเที่ยวแบบเดินทางไปกลับ ท่องเที่ยวเพราะความใคร่รู้ เพื่อนและคนรู้ใจมีส่วนร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยว และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง (2) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมืดในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก ส่วนด้านกิจกรรมมาเป็นอันดับสุดท้าย (3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ต่างกันมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวด้านมืดในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 (4) ความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมืดในประเทศส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ 0.05

อรรทวิท ศิลาน้อย (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพระบรมธาตุนาถูน สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางท่องเที่ยวที่พระบรมธาตุนาถูน 2-3 ครั้ง/ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้พระ/ทำบุญ และเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 1,500 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลโดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ป้ายและสัญลักษณ์นักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพต่างกันมีความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับแนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปรับปรุงสถานที่ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานกฎกระทรวงฯ พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2555 และสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป้าย และสัญลักษณ์ ทางลาด ทางเชื่อมอาคาร ทางข้ามถนน ที่จอดรถ และห้องน้ำ

ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($X=4.65$, $S.D.=0.43$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย ($X=4.91$, $S.D.=0.90$) ราคา ($X=4.50$,

S.D.=0.57) ที่พัก ($X=4.48$, S.D.=0.47) สถานที่ท่องเที่ยว ($X=4.47$, S.D.=0.49) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

ธนพล อินประเสริฐกุล และรัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ความตระหนักรู้ ความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อภัยเสี่ยง และมาตรการความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ด้วยศึกษาความตระหนักรู้ถึงภัยเสี่ยง ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อมาตรการความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างปัจจัยด้านความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก 7 ภูมิภาค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 492 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความตระหนักรู้และการรับรู้ต่อภัยเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและต่ำตามลำดับโดยปัจจัยที่ควรเน้นความสำคัญคือด้านการคิดเงินเกินราคาของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อมาตรการความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและสูงตามลำดับ ผลการวิจัยอาจช่วยให้ภาครัฐ องค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวสามารถพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อเพิ่มความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่งผลให้เกิดการเพิ่มระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ปรัชญา บุญเดช (2561) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้าเลขาขอบ อำเภอยายอด จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทความพร้อมของการพัฒนาการท่องเที่ยว ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวและเพื่อประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้าเลขาขอบ อำเภอยายอด จังหวัดตรัง การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ เชิงคุณภาพ ได้แก่ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มตัวแทนชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวถ้าเลขาขอบ อำเภอยายอด จังหวัดตรัง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยศึกษา และสร้างเครื่องมือการวิจัยตามแนวทฤษฎี 5A คือ ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านที่พักสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ T-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่ม

ตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน สถิติ F-test one way Anova สถิติ Paired Sample T-test สำหรับค่าความแตกต่างในช่องว่างระหว่างความต้องการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 กล่าวคือมีความต้องการในระดับมากที่สุดและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 จากการทดสอบสมมติฐานเมื่อคำนวณหาความต่างหรือช่องว่างขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวมากกว่าศักยภาพการท่องเที่ยว ถ้าเลขาธิการ อำเภอยะยง จันทบุรี ทุกด้านโดยช่องว่างที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนามากที่สุดได้แก่ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

พระครูธรรมภาณสุนทร (อิทธิกร อนันตกุล) (2560) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะปัญหาและแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กับกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีภูมิลำเนาในตำบลคูขุด ตำบลดีหลวง และตำบลชุมพล ในเขตอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา จำนวน 350 คน เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบ T-test ค่าสถิติทดสอบ F-test ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ประชาชนที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกันในส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า ประชาชนได้เสนอปัญหาด้านเศรษฐกิจมีค่าความถี่มากที่สุด โดยได้เสนอว่าการส่งเสริมการลงทุนพาณิชย์กรรมและการท่องเที่ยวจากภาครัฐไม่เพียงพอกับความต้องการของชุมชน ขาดการพัฒนาและประยุกต์สินค้าพื้นเมืองให้สัมพันธ์กับยุคดิจิทัล ส่วนแนวทางส่งเสริมประชาชนได้เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวว่า ภาครัฐต้องให้การส่งเสริมเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่คนในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างจริงจัง รัฐต้องจัดสรรเพิ่มงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

อรุณพล ศิริเวชพันธุ์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะ อำเภอยะยง จันทบุรี เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ศึกษาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความต้องการปรับตัวของชุมชน

และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้นำชุมชน ผู้นำจากสถาบันศาสนา และผู้นำจากสถาบันการศึกษา เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการประชุมระดมความคิด ผลการศึกษาพบว่า (1) ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปรากฏอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวที่มุ่งเสนอการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นวิถีชีวิต (2) กรณีผลกระทบด้านการท่องเที่ยวพบว่า ตั้งแต่เดือนมีนาคม-เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ คนในชุมชนต้องการหารายได้ทดแทนโดยการผลิตสินค้าอัตลักษณ์ชุมชนจำหน่าย และ (3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน คนในชุมชนเห็นว่ามาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) นั้นมีความเหมาะสม มีการจัดโครงสร้าง 3 ด้าน คือ ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่ใน 3 ระยะ ได้แก่ (1) การต้อนรับนักท่องเที่ยว กำหนดจุดคัดกรอง เช็กอิน โดยมี อสม. เข้ามามีส่วนร่วม (2) การให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการอาหารเครื่องดื่มและที่พักเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การแยกภาชนะ และการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ และ (3) การส่งนักท่องเที่ยว มีการเช็กเอาท์ ประเมินการให้บริการ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเป็นการท่องเที่ยวชุมชนมาตรฐานความปกติใหม่ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้แก่ชุมชนอื่นในจังหวัดศรีสะเกษได้อีกด้วย

เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียวสมพงษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลก ภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ศักยภาพการตลาดแนวทางการพัฒนาการตลาด และพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทยภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเจาะจงและลูกโซ่ กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 27 คน จากผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการสนทนาแบบไม่เป็นทางการและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัย พบว่า (1) ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่รอบบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย โดยมี 12 ชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก (2) ชุมชนมีความโดดเด่น ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจากมีมรดกวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน ได้แก่ ชามสังคโลก ข้าวตอกพระร่วง ผ้าพื้นเมืองลาวพวน บายศรี เป็นต้น โดยมีแนวทางพัฒนา เช่น พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและเป็นรูปแบบตามความสนใจพิเศษ สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความ เป็นเมืองเก่าสุโขทัย ยกกระดับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชนให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รองรับฐานวิถีชีวิตใหม่ เป็นต้น (3) สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยว “ยมรตคพระร่วง” 3 วัน 2 คืน จากส่วนประสมทางการตลาดของชุมชน

โดยผู้วิจัยได้สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย/ปี/หัวข้องานวิจัย	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	ประเภทงานวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	ผลของงานวิจัย
1. ปริญญญา บรรจงมณี และ สุเมธ ชูदारาตระกูล (2561) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกใน ประเทศไทย	1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านมรดก ในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2. ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดก ในประเทศไทย 3. เปรียบเทียบความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความ คาดหวังและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย	1. การวิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยที่มี การท่องเที่ยวในตลาดมรดก จำนวน 400 คน	นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่สนใจการท่องเที่ยวด้านมรดกจากสื่อ ออนไลน์ต้องการทราบ ความรู้ทางประวัติศาสตร์สนใจท่องเที่ยว เส้นทางรถไฟสายมรดก ท่องเที่ยวแบบเดินทางไปกลับ ท่องเที่ยว เพราะความใคร่รู้เพื่อนและคนรู้ใจมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ท่องเที่ยว และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก ส่วนด้านกิจกรรมมาเป็น อันดับสุดท้าย โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ต่างกัน มีความคาดหวังต่อ การท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศ ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่าง มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปี/หัวข้องานวิจัย	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	ประเภทงานวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	ผลของงานวิจัย
2. อรรถวิท ศิลาน้อย (2562) ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกของนัก ท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่อง เที่ยวในพระบรมราชานุสาวรีย์ สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อคน ทั้งมวล	1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 2. สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว 3. เสนอแนวทางการพัฒนาและปรับปรุง สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ในพื้นที่บริเวณพระบรมราชานุสาวรีย์	1. การวิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่าง 305 คน การสุ่ม ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)	นักท่องเที่ยวมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการ ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพต่างกันมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปรับปรุง สถานที่ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานกฎกระทรวงฯ พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2555
3. ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกการเดินทาง ท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่	เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการ เดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ (New Normal)	1. การวิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียง ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย ราคา ที่พัก สถานที่ ท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบ ปกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและ สุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปี/หัวข้องานวิจัย	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	ประเภทงานวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	ผลของงานวิจัย
4. ธนพล อินประเสริฐกุล และ รักษพงษ์ วงศาโรจน์ (2563) ศึกษาเรื่อง ความตระหนัก ความคาดหวัง และการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ต่อภัยเสี่ยง และมาตรการ ความปลอดภัยแหล่ง ท่องเที่ยว	1. ค้นหาปัจจัยด้านความปลอดภัยของ แหล่งเที่ยวที่สำคัญ 2. ศึกษาความตระหนักและการรับรู้ถึง ภัยเสี่ยง 3. ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ที่มี ต่อมาตรการความปลอดภัยของแหล่ง ท่องเที่ยว	1. การวิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ต่างชาติจาก 7 ภูมิภาค จำนวน 492 คน	ระดับความตระหนักและการรับรู้ต่อภัยเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ ในระดับค่อนข้างต่ำและต่ำ ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ควรเน้น ความสำคัญคือ ด้านการคิดเงินเกินราคาของผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยว ในขณะที่ระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อ มาตรการความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และสูงตามลำดับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนากลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่ เพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว
5. ปรัชญา บุญเดช (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง	1. ศึกษาบริบทความพร้อมของการพัฒนา การท่องเที่ยว 2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว 3. เพื่อประเมินศักยภาพของการจัดการ ท่องเที่ยว 4. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ	1. การวิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการ สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก	นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด และมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวมากกว่าศักยภาพ การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เป็นอยู่ในทุกด้าน โดยช่องว่างที่ควร ได้รับการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนามากที่สุดได้แก่ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว

ชื่อผู้วิจัย/ปี/หัวข้องานวิจัย	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	ประเภทงานวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	ผลของงานวิจัย
6. พระครูธรรมกถาสุนทร (อิทธิกร อนันตกุล) (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา	1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัด สงขลา 2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวฯ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	1. วิจัยเชิงปริมาณ 2. กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มี ภูมิลำเนาในตำบลคูซุด ตำบล ดีหลวง และตำบลชุมพล อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา จำนวน 350 คน	กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมี ความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาการฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัญหาด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญ มากที่สุด โดยการส่งเสริมการลงทุนพาณิชย์กรรมและการ ท่องเที่ยวจากภาครัฐไม่เพียงพอกับความต้องการของชุมชนขาด การพัฒนาและประยุกต์สินค้าพื้นเมืองให้สัมพันธ์กับยุคดิจิทัล
7. อรรถพล ศิริเวชพันธุ์ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการ ท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐาน ความปกติใหม่ เพื่อรองรับ สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะ อำเภ ห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ	1. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 2. ศึกษาผลกระทบด้านการท่องเที่ยว จากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 และความต้องการ ปรับตัวของชุมชน 3. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติ ใหม่	1. การวิจัยเชิงคุณภาพ 2. กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นำชุมชน ผู้นำ จากสถาบันศาสนา และผู้นำจาก สถาบันการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการประชุมระดมความคิด	ศักยภาพการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม สถานการณ์โควิดทำให้ตั้งแต่ มี.ค-ส.ค. พ.ศ. 2563 ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐาน ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) สามารถนำประยุกต์ใช้ได้ โดยมีการจัดโครงสร้าง 3 ด้าน ได้แก่ (1) กำหนดจุดคัดกรอง เช็คอิน โดย อสม. มีส่วนร่วม (2) การให้บริการนักท่องเที่ยวตาม มาตรฐานความปลอดภัย และ (3) มีการประเมินการให้บริการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปี/หัวข้องานวิจัย	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	ประเภทงานวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	ผลของงานวิจัย
8. เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียวมพงษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการ พัฒนาศักยภาพการตลาด และโปรแกรมการท่องเที่ยว ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยใน ฐานะเมืองสร้างสรรค์โลก ภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่	1. ศึกษาบริบทชุมชน 2. ศักยภาพการตลาด แนวทางการ พัฒนาการตลาด 3. โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมือง เก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์ โลกประเทศไทยภายใต้ฐานวิถีชีวิต ใหม่	1. การวิจัยเชิงคุณภาพ 2. เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ เจาะจงและลูกโซ่ จากผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว จังหวัดสุโขทัย จำนวน 27 คน ใช้วิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึก	ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่รอบบริเวณ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ชุมชนมีความโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีมรดกวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน โดยมีแนวทาง พัฒนา ได้แก่ พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมและความสนใจพิเศษ สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าการ ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเป็นเมืองเก่าสุโขทัย ยกย่อง ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้าน สุขอนามัย (SHA) รองรับฐานวิถีชีวิตใหม่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ และนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติเชิงพรรณนา แล้วทำการสรุปข้อมูลและอภิปรายผล โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่มีความชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยว เคยได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวดอยผาตั้ง แต่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวดอยผาตั้งที่ชัดเจน จึงได้ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตาราง Yamane (1967 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชยปัญญา และจิตา วาณิชยปัญญา, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีเครื่องมือในการรวบรวมคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close-end Questions) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้เครื่องมือเป็น Google Form แทนแบบสอบถามฉบับจริงและนำ URL หรือลิงค์ในการกรอกข้อมูลไปใส่ไว้ในกลุ่ม Facebook เกี่ยวกับการการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนได้ครบจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น

3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้

1. ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีการศึกษาค้นคว้าในอดีตที่ผ่านมา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างขอบเขตและกรอบแนวคิดการวิจัย และได้แนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้น
2. ทำการสร้างข้อคำถามโดยให้ครอบคลุมกับกรอบแนวความคิดและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้
3. นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วตามข้อ 3 ไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับลักษณะของตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ที่ได้กำหนดขึ้นจำนวน 30 ราย เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของแบบสอบถามว่า สามารถสอบถามในสถานการณ์จริงได้หรือไม่และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร โดยมีผลการทดสอบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	กลุ่มทดลอง (30)		กลุ่มตัวอย่าง (400)	
	จำนวนข้อ	ค่าแอลฟา	จำนวนข้อ	ค่าแอลฟา
ความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว				
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	6	0.781	6	0.789
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	6	0.771	6	0.704
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	10	0.909	10	0.707
ด้านที่พัก (Accommodation)	5	0.742	5	0.701
ด้านกิจกรรม (Activity)	6	0.851	6	0.769
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่				
ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4	0.880	4	0.751
ด้านความปลอดภัย (Safety)	9	0.939	9	0.744
ด้านดิจิทัล (Digital)	4	0.791	4	0.714
ความเชื่อมั่นรวม	50	0.970	50	0.805

ผลจากการวัดค่าความเชื่อมั่น พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.970 โดยคำถาม แต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.771-0.939 และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.805 โดยคำถามแต่ละด้านมีความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง 0.701-0.789 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม มีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงมาปรับปรุงแก้ไขให้มีคุณภาพแล้วนำไปเก็บรวบรวมกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 400 ราย ตามขั้นตอนต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ปลายปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 5A ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question)

สำหรับแบบสอบถามตามส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนตามค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ตามการประเมินค่าลิเคิร์ทสเกล (Likert scale) ดังนี้

ค่าคะแนน	5	หมายถึง มีระดับความคาดหวังมากที่สุด
ค่าคะแนน	4	หมายถึง มีระดับความคาดหวังมาก
ค่าคะแนน	3	หมายถึง มีระดับความคาดหวังปานกลาง
ค่าคะแนน	2	หมายถึง มีระดับความคาดหวังน้อย
ค่าคะแนน	1	หมายถึง มีระดับความคาดหวังน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คำนวณได้ค่าอันตรภาคชั้นดังต่อไปนี้ (วิชิต อุ๋อัน, 2550)

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

การแปลผล	ค่าเฉลี่ย
มีระดับความคาดหวังมากที่สุด	4.21 – 5.00
มีระดับความคาดหวังมาก	3.41 – 4.20
มีระดับความคาดหวังปานกลาง	2.61 – 3.40

มีระดับความคาดหวังน้อย 1.81 – 2.60

มีระดับความคาดหวังน้อยที่สุด 1.00 – 1.80

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความเห็นและให้ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำแนกการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) หรือข้อมูลจากการเก็บรวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้วจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อนำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) หรือข้อมูลที่ไม่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง แต่เก็บรวบรวมจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎี สถิติ บทความ วารสารวิชาการต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ ข้อมูลจากส่วนราชการ และข้อมูลที่ถูกเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วนั้น ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าสถิติ ด้วยโปรแกรม SPSS และใช้ผลที่ได้จากโปรแกรมมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลเป็นการแจกแจงด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 5A วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยจำแนกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

2) ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

4) ด้านที่พัก (Accommodation)

5) ด้านกิจกรรม (Activity)

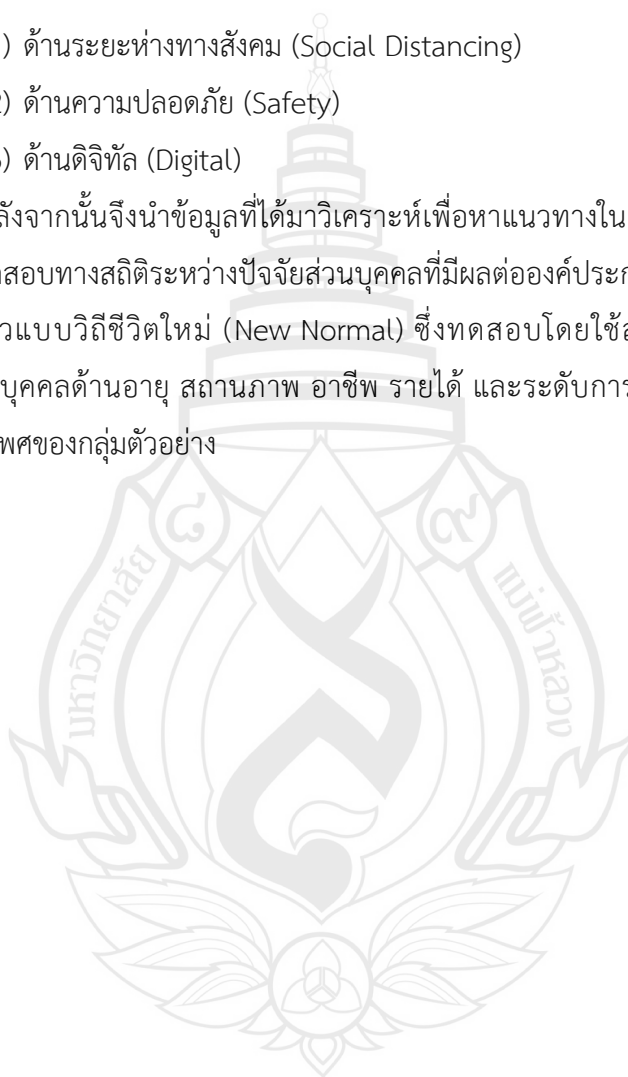
3. การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยจำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1) ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)

2) ด้านความปลอดภัย (Safety)

3) ด้านดิจิทัล (Digital)

4. หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลมาทดสอบทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งทดสอบโดยใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และสถิติ T-test สำหรับปัจจัยด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) (2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ผลการศึกษาจะนำไปสู่วัตถุประสงค์ข้อ (3) ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	171	42.75
หญิง	229	57.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 และเป็นเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	31	7.75
20-30 ปี	87	21.75
31-40 ปี	139	34.75
41-50 ปี	132	33.00
51 ปีขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.2 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 อายุ 20-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	278	69.50
สมรส	107	26.75
หย่าร้าง	15	3.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.3 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และหย่าร้าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	40	10.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	18.25
พนักงานบริษัทเอกชน	195	48.70
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	32	8.00
ธุรกิจส่วนตัว	60	15.0
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.4 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.250 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	11	2.75
5,000-10,000 บาท	25	6.25
10,001-20,000 บาท	46	11.50
20,001-30,000 บาท	146	36.50
30,001-40,000 บาท	117	29.25
40,001 บาทขึ้นไป	55	13.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.5 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รายได้ 40,001

บาทขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6	1.50
มัธยมศึกษา	54	13.50
ปริญญาตรี	193	48.25
ปริญญาโท	147	36.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.6 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 มัธยมศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

4.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.7 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นรายด้าน

ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.14	.3372	มาก
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.10	.3512	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.09	.3230	มาก
ด้านที่พัก (Accommodation)	4.14	.3477	มาก
ด้านกิจกรรม (Activity)	4.14	.3261	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.12	.2307	มาก

ตารางที่ 4.7 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว จำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.2307 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดมี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3372 0.3477 และ 0.3261 รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3512 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3230 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

ตารางที่ 4.8 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พื้นที่ดอยผาตั้งที่มีลักษณะเป็นภูเขาสูง เป็นหน้าผาที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	3.97	.8054	มาก
2. ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดมสมบูรณ์	4.27	.6108	มากที่สุด
3. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น ๆ	4.16	.7827	มาก
4. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมชนเผ่าที่น่าสนใจแก่การศึกษา	4.12	.8049	มาก
5. มีการจัดการ ดูแลรักษาและตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวให้น่าสนใจ สวยงามและเหมาะสม	4.17	.7827	มาก
6. ผู้คนในท้องถิ่นพื้นที่ดอยผาตั้งแสดงความมีน้ำใจและมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	4.16	.7433	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.14	.3372	มาก

ตารางที่ 4.8 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3372 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6108 รองลงมาคือ มีการจัดการ ดูแลรักษา และตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สวยงามและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7827 แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น ๆ และผู้คนในท้องถิ่น พื้นที่ดอยผาตั้งแสดงความมีน้ำใจและมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7827 และ 0.7433 แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมชนเผ่าที่น่าสนใจแก่การศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8049 พื้นที่ดอยผาตั้งที่มีลักษณะเป็นภูเขาสูง เป็นหน้าผาที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8054 ตามลำดับ

2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

ตารางที่ 4.9 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง

ด้านการเข้าถึง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สามารถเดินทางไปยังดอยผาตั้งได้หลากหลาย ช่องทาง เช่น รถส่วนตัว รถโดยสารส่วนบุคคลและ รถโดยสารสาธารณะ	4.07	.7635	มาก
2. ถนนหนทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มีมาตรฐาน และความปลอดภัย	4.11	.7650	มาก
3. มีสถานีขนส่งและรถโดยสารที่เพียงพอต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยว	4.11	.7844	มาก
4. รถโดยสารมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและมี หลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ	4.05	.8071	มาก
5. การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สังเกตง่ายและชัดเจน	4.17	.7319	มาก
6. มีช่องทางการติดต่อ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์	4.10	.7632	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.10	.3512	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3512 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สังกะต่ง่ายและชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7319 รองลงมาคือ ถนนหนทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มีมาตรฐานและความปลอดภัย และมีสถานีขนส่งและรถโดยสารที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7650 และ 0.7844 มีช่องทางการติดต่อ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7632 สามารถเดินทางไปยังดอยผาตั้งได้หลากหลายช่องทาง เช่น รถส่วนตัว รถโดยสารส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7635 และรถโดยสารมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและมีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8071 ตามลำดับ

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

ตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง	4.08	.7787	มาก
2. การให้บริการร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและราคา	4.11	.7357	มาก
3. มีร้านจำหน่ายของฝากหรือของที่ระลึกพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายรูปแบบและราคา	4.10	.7794	มาก
4. มีระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเพียงพอต่อความต้องการ	4.12	.8099	มาก
5. พื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีลานจอดรถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.13	.7492	มาก
6. มีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียงที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วย	4.07	.7290	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเงิน เช่น ตู้ ATM หรือมีผู้ให้บริการที่รับชำระค่าสินค้าบริการ หลากหลาย เช่น บัตรเครดิต เงินโอน เป็นต้น	4.02	.8267	มาก
8. มีทางเดินลาด ห้องน้ำ ราวจับ ไม้สำหรับบุคคลพิการ และผู้สูงอายุ	4.06	.7903	มาก
9. มีบริการ WIFI หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	4.07	.8240	มาก
10. มีบริการมัคคุเทศก์ หรือบริการไกด์นำเที่ยวให้ความรู้ และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	4.11	.7280	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.09	.3230	มาก

ตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3230 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ พื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีลานจอดรถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7492 รองลงมาคือ มีระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8099 การให้บริการร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและราคา และมีบริการมัคคุเทศก์ หรือบริการไกด์นำเที่ยวให้ความรู้ และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7357 และ 0.7280 มีร้านจำหน่ายของฝาก หรือของที่ระลึกพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายรูปแบบและราคา มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7794 การมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7787 มีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียงที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วย และมีบริการ WIFI หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7290 และ 0.8240 มีทางเดินลาด ห้องน้ำ ราวจับ ไม้สำหรับบุคคลพิการและผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7903 และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเงิน เช่น ตู้ ATM หรือมีผู้ให้บริการที่รับชำระค่าสินค้าบริการหลากหลาย เช่น บัตรเครดิตเงินโอน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8267 ตามลำดับ

4. ด้านที่พัก (Accommodation)

ตารางที่ 4.11 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก

ด้านที่พัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น บ้านพัก โฮมสเตย์ เต็นท์หรือลานกางเต็นท์ เป็นต้น	4.10	.7364	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายระดับราคาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.12	.7285	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.15	.7308	มาก
4. ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.18	.7772	มาก
5. สถานที่พักมีการจัดลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกลมกลืนไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.15	.7533	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.14	.3477	มาก

ตารางที่ 4.11 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3477 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7772 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสถานที่พักมีการจัดลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกลมกลืนไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7308 และ 0.7533 แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายระดับราคาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7285 แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น บ้านพัก โฮมสเตย์ เต็นท์หรือลานกางเต็นท์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7364

5. ด้านกิจกรรม (Activity)

ตารางที่ 4.12 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบเหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายช่วงวัย เช่น กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อผจญภัย เป็นต้น	4.05	.7524	มาก
2. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักต่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การสำรวจพืชพรรณไม้ การเดินป่า เป็นต้น	4.15	.7133	มาก
3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้สู่ชุมชน	4.12	.7796	มาก
4. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมประสบการณ์และการเรียนรู้วิถีชีวิตและชุมชนในท้องถิ่น เช่น เยี่ยมชมสวนเกษตร เรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าต่าง ๆ เป็นต้น	4.17	.7533	มาก
5. มีจุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ	4.18	.7273	มาก
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านกิจกรรม ราคาและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย	4.17	.7146	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.14	.3261	มาก

ตารางที่ 4.12 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3261 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ มีจุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7273 รองลงมาคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมประสบการณ์

และการเรียนรู้วิถีชีวิตและชุมชนในท้องถิ่น เช่น เยี่ยมชมสวนเกษตร เรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าต่าง ๆ เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านกิจกรรม ราคาและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7533 และ 0.7146 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักต่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การสำรวจพืชพรรณไม้ การเดินป่า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7133 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7796 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบเหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายช่วงวัย เช่น กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อผจญภัย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7524 ตามลำดับ

4.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ตารางที่ 4.13 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ จำแนกเป็นรายด้าน

ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.09	.4365	มาก
ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.12	.3509	มาก
ด้านดิจิทัล (Digital)	4.16	.3881	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.12	.3067	มาก

ตารางที่ 4.13 ผลวิเคราะห์ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ จำแนกเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3067 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ด้านดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3881 รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3508 และด้านระยะห่างทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.4365 ตามลำดับ

1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)

ตารางที่ 4.14 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านระยะห่างทางสังคม

ด้านระยะห่างทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ต้องจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ (ตามเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 4 ตารางเมตรต่อคน)	4.02	.8536	มาก
2. มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	4.19	.6743	มาก
3. มีฉากกั้นอย่างเป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค	4.15	.8120	มาก
4. จำนวนโต๊ะหรือจุดบริการของสถานประกอบการมีจำนวนที่เหมาะสม และมีการเว้นระยะห่าง ไม่ชิดกันเกินไป	3.98	.7945	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.09	.4365	มาก

ตารางที่ 4.14 ผลวิเคราะห์ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านระยะห่างทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.4365 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6743 รองลงมาคือ มีฉากกั้นอย่างเป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8120 ต้องจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ (ตามเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 4 ตารางเมตรต่อคน) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8536 และจำนวนโต๊ะหรือจุดบริการของสถานประกอบการมีจำนวนที่เหมาะสม และมีการเว้นระยะห่าง ไม่ชิดกันเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7945 ตามลำดับ

2. ด้านความปลอดภัย (Safety)

ตารางที่ 4.15 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. จัดให้จุดเช่าออกที่ชัดเจน มีการลงทะเบียนเพื่อคัดกรอง อุณหภูมิ	4.07	.7407	มาก
2. จัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและ เพียงพอ	4.18	.7477	มาก
3. จัดให้มีจุดบริการล้างมือไว้ในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและ เพียงพอ	4.15	.7543	มาก
4. มีป้ายแจ้งเตือนหรือห้ามนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สวม หน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ	4.10	.7884	มาก
5. สถานที่ให้บริการประเภทที่พักที่ต้องรับเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่แสดงผลการตรวจหาเชื้อและหลักฐาน การได้รับฉีดยาแล้วเท่านั้น	4.07	.7733	มาก
6. ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรฐานความ ปลอดภัยด้านอนามัยระดับ SHA PLUS ของกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	4.13	.7505	มาก
7. ผู้ให้บริการต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความ สะอาดปลอดภัยป้องกัน Covid-19 รองรับสุขภาพวิถี ใหม่ของกรมอนามัย	4.13	.7613	มาก
8. ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรการปลอดภัย สำหรับองค์กรที่ยื่นขอต่อศูนย์ปฏิบัติการโรค อำเภหรือ เทศบาล	4.12	.7727	มาก
9. จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการตาม จุดต่าง ๆ เป็นประจำ	4.14	.7143	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.12	.3509	มาก

ตารางที่ 4.15 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3509 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ มีจัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือ ในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7477 รองลงมาคือ จัดให้มีจุดบริการล้างมือไว้ในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7543 จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการตามจุดต่าง ๆ เป็นประจำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7143 ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมิน มาตรฐานความปลอดภัยด้านอนามัยระดับ SHA PLUS ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ ผู้ให้บริการต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยป้องกัน Covid-19 รองรับสุขภาพดีวิถีใหม่ของกรมอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7505 และ 0.7613 ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรการความปลอดภัยสำหรับองค์กรที่ยื่นขอต่อศูนย์ปฏิบัติการโรค อำเภอรือหรือเทศบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7727 มีป้ายแจ้งเตือนหรือห้าม นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สวมหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7884 จัดให้จุดเข้าออกที่ชัดเจน มีการลงทะเบียนเพื่อคัดกรองอุณหภูมิ และสถานให้บริการประเภท ที่พักที่ต้องรับเฉพาะนักท่องเที่ยวที่แสดงผลการตรวจหาเชื้อและหลักฐานการได้รับฉีดวัคซีนแล้ว เท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7407 และ 0.7733 ตามลำดับ

3. ด้านดิจิทัล (Digital)

ตารางที่ 4.16 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล

ด้านดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการตรวจสอบการได้รับวัคซีนของผู้ใช้บริการผ่าน แอปพลิเคชันหมอพร้อม	4.11	.7617	มาก
2. มีจุดลงชื่อ Check-in ติดตามผู้ให้บริการผ่าน แอปพลิเคชันไทยชนะ ก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยว	4.13	.7735	มาก
3. มีช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น การโอนจ่ายหรือการสแกน QR-Code เป็นต้น	4.18	.7329	มาก
4. มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น	4.22	.6994	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.16	.3881	มาก

ตารางที่ 4.16 ผลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3881 โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6994 รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น การโอนจ่ายหรือการสแกน QR-Code เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7329 มีจุดลงชื่อ Check-in ติดตามผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะ ก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7735 มีการตรวจสอบการได้รับวัคซีนของผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันหมอพร้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7617 ตามลำดับ

4.4 การทดสอบทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

เพื่อให้ผลการศึกษานำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงได้นำข้อมูลมาทดสอบทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งทดสอบโดยใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และสถิติ T-test สำหรับปัจจัยด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการ ท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)						
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.08	.311	4.20	.348	-3.483	.001*
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.08	.322	4.13	.370	-1.621	.106
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.06	.325	4.11	.320	-1.578	.115
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.11	.329	4.17	.359	-1.983	.048*
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.11	.359	4.17	.298	-1.623	.105
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)						
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.03	.405	4.14	.454	-2.606	.010*
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.11	.306	4.14	.381	-.918	.359
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.12	.381	4.20	.391	-1.951	.052

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านที่พัก ($p = 0.001$ และ 0.048 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านระยะห่างทางสังคม ($p = 0.010$) ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)												
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.25	.357	4.21	.323	4.12	.292	4.09	.377	4.26	.282	3.108	.015*
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.10	.461	4.19	.362	4.08	.321	4.08	.350	4.15	.204	1.723	.144
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก (Amenities)	4.24	.245	4.11	.419	4.10	.226	4.05	.343	3.99	.345	2.679	.031*
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.21	.341	4.20	.373	4.15	.328	4.10	.342	4.05	.430	1.663	.158
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.31	.345	4.16	.367	4.14	.265	4.09	.340	4.11	.344	2.896	.022*
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)												
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.15	.482	4.07	.587	4.12	.349	4.06	.388	4.18	.501	.638	.636
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.25	.269	4.13	.469	4.14	.271	4.07	.357	4.11	.172	1.818	.125
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.24	.319	4.23	.453	4.16	.310	4.13	.408	3.95	.557	2.096	.081

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ($p = 0.015, 0.031$ และ 0.022 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือหมายถึงทุกกลุ่มมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอายุ

อายุ (I)	อายุ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	.04004	.566
	31-40 ปี	.12919	.052
	41-50 ปี	.16430	.014*
	50 ปีขึ้นไป	-.00489	.967
20-30 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.04004	.566
	31-40 ปี	.08914	.051
	41-50 ปี	.12426	.007*
	50 ปีขึ้นไป	-.04493	.674
31-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.12919	.052
	20-30 ปี	-.08914	.051
	41-50 ปี	.03512	.387
	50 ปีขึ้นไป	-.13407	.200
41-50 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.16430	.014*
	20-30 ปี	-.12426	.007*
	31-40 ปี	-.03512	.387
	50 ปีขึ้นไป	-.16919	.107
50 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 20 ปี	.00489	.967
	20-30 ปี	.04493	.674
	31-40 ปี	.13407	.200
	41-50 ปี	.16919	.107

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่
ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 41-50 ปี และ (2) 20-30 ปี กับ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ

อายุ (I)	อายุ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	.13181	.050*
	31-40 ปี	.13655	.032*
	41-50 ปี	.19326	.003*
	50 ปีขึ้นไป	.24780	.028*
20-30 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.13181	.050*
	31-40 ปี	.00474	.914
	41-50 ปี	.06144	.166
	50 ปีขึ้นไป	.11599	.258
31-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.13655	.032*
	20-30 ปี	-.00474	.914
	41-50 ปี	.05670	.146
	50 ปีขึ้นไป	.11125	.268
41-50 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.19326	.003*
	20-30 ปี	-.06144	.166
	31-40 ปี	-.05670	.146
	50 ปีขึ้นไป	.05455	.588
50 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 20 ปี	-.24780	.028*
	20-30 ปี	-.11599	.258
	31-40 ปี	-.11125	.268
	41-50 ปี	-.05455	.588

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 20-30 ปี (2) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 31-40 ปี (3) ต่ำกว่า 20 ปี
กับ 41-50 ปี และ (4) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุ

อายุ (I)	อายุ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	.14170	.037*
	31-40 ปี	.16496	.011*
	41-50 ปี	.21302	.001*
	50 ปีขึ้นไป	.20039	.078
20-30 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.14170	.037*
	31-40 ปี	.02326	.599
	41-50 ปี	.07132	.111
	50 ปีขึ้นไป	.05869	.571
31-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.16496	.011*
	20-30 ปี	-.02326	.599
	41-50 ปี	.04805	.222
	50 ปีขึ้นไป	.03543	.726
41-50 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.21302	.001*
	20-30 ปี	-.07132	.111
	31-40 ปี	-.04805	.222
	50 ปีขึ้นไป	-.01263	.901
50 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 20 ปี	-.20039	.078
	20-30 ปี	-.05869	.571
	31-40 ปี	-.03543	.726
	41-50 ปี	.01263	.901

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่
ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 20-30 ปี (2) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 31-40 ปี และ (3) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.22 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการ ท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	โสด		สมรส		หย่าร้าง		F	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)								
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.11	.335	4.24	.336	4.18	.271	5.656	.004*
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.08	.330	4.19	.390	4.10	.377	4.087	.017*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.07	.308	4.15	.356	4.11	.318	2.799	.062
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.12	.349	4.23	.342	4.07	.279	4.202	.016*
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.11	.318	4.23	.343	4.17	.218	6.103	.002*
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)								
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.08	.372	4.11	.574	4.20	.425	.625	.536
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.10	.320	4.19	.424	4.15	.247	3.086	.047*
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.13	.373	4.25	.393	4.13	.533	3.956	.020*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม ($p = 0.004, 0.017, 0.016$ และ 0.002 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีความคาดหวังแตกต่างจากกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านความปลอดภัย และด้านดิจิทัล ($p = 0.047$ และ 0.020 ตามลำดับ) ด้านระยะห่างทางสังคมมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.12669	.001*
	หย่าร้าง	-.06926	.434
สมรส	โสด	.12669	.001*
	หย่าร้าง	.05742	.532
หย่าร้าง	โสด	.06926	.434
	สมรส	-.05742	.532

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านการเข้าถึง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.11329	.004*
	หย่าร้าง	-.02326	.801
สมรส	โสด	.11329	.004*
	หย่าร้าง	-.09003	.349
หย่าร้าง	โสด	.02326	.801
	สมรส	-.09003	.349

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านการเข้าถึง จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านที่พัก จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.10818	.006*
	หย่าร้าง	.05132	.575
สมรส	โสด	.10818	.006*
	หย่าร้าง	.15950	.094
หย่าร้าง	โสด	-.05132	.575
	สมรส	-.15950	.094

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านที่พัก จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกิจกรรม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.12753	.001*
	หย่าร้าง	-.06055	.479
สมรส	โสด	.12753	.001*
	หย่าร้าง	.06698	.451
หย่าร้าง	โสด	.06055	.479
	สมรส	-.06698	.451

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านการเข้าถึง จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.09802	.014*
	หย่าร้าง	-.05302	.567
สมรส	โสด	.09802	.014*
	หย่าร้าง	.04500	.640
หย่าร้าง	โสด	.05302	.567
	สมรส	-.04500	.640

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ (I)	สถานภาพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
โสด	สมรส	-.12248	.005*
	หย่าร้าง	-.00114	.991
สมรส	โสด	.12248	.005*
	หย่าร้าง	.12134	.254
หย่าร้าง	โสด	.00114	.991
	สมรส	-.12134	.254

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ด้านดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส

ตารางที่ 4.29 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบ วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		ธุรกิจ ส่วนตัว		F	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)												
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.25	0.389	4.23	0.359	4.11	0.310	4.02	0.316	4.17	0.336	3.905	.004*
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.17	0.452	4.16	0.371	4.10	0.324	4.03	0.332	4.06	0.340	1.425	.225
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.23	0.384	4.11	0.395	4.09	0.265	3.93	0.358	4.05	0.303	4.160	.003*
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.22	0.407	4.21	0.355	4.13	0.312	4.08	0.431	4.11	0.350	1.615	.170
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.30	0.435	4.12	0.375	4.13	0.276	4.07	0.305	4.15	0.316	3.171	.014*
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)												
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.20	0.538	4.11	0.505	4.06	0.409	4.00	0.386	4.16	0.368	1.667	.157
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.32	0.416	4.13	0.367	4.10	0.330	4.03	0.264	4.09	0.356	3.943	.004*
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.30	0.446	4.17	0.454	4.17	0.350	4.05	0.363	4.10	0.375	2.274	.061

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ($p = 0.004, 0.003$ และ 0.014 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านการเข้าถึงและด้านที่พักมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านความปลอดภัย ($p = 0.004$) ในขณะที่ด้านระยะห่างทางสังคม และด้านดิจิทัลมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.02397	.714
	พนักงานบริษัท	.14316	.014*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.22917	.004*
	ธุรกิจส่วนตัว	.08333	.220
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.02397	.714
	พนักงานบริษัท	.11919	.009*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.20519	.004*
	ธุรกิจส่วนตัว	.05936	.306
พนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา	-.14316	.014*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.11919	.009*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.08600	.176
	ธุรกิจส่วนตัว	-.05983	.223
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	-.22917	.004*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.20519	.004*
	พนักงานบริษัท	-.08600	.176
	ธุรกิจส่วนตัว	-.14583	.046*
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.08333	.220
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.05936	.306
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.05983	.223
	พนักงานบริษัท	.14583	.046*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งดึงดูด จำแนกตามอาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 6 คู่
ได้แก่ (1) นักเรียน/นักศึกษากับพนักงานบริษัท (2) นักเรียน/นักศึกษากับพ่อบ้าน/แม่บ้าน
(3) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับพนักงานบริษัท (4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับพ่อบ้าน/แม่บ้าน (5)
พ่อบ้าน/แม่บ้านกับธุรกิจส่วนตัว และ (6) ธุรกิจส่วนตัวกับพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.11904	.058
	พนักงานบริษัท	.13513	.015*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.29562	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	.17833	.006*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.11904	.058
	พนักงานบริษัท	.01609	.713
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.17658	.009*
	ธุรกิจส่วนตัว	.05929	.285
พนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา	-.13513	.015*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.01609	.713
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.16050	.008*
	ธุรกิจส่วนตัว	.04321	.358
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	-.29562	.000*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.17658	.009*
	พนักงานบริษัท	-.16050	.008*
	ธุรกิจส่วนตัว	-.11729	.093
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.17833	.006*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.05929	.285
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-.04321	.358
	พนักงานบริษัท	.11729	.093

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก จำแนกตามอาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) นักเรียน/นักศึกษากับพนักงานบริษัท (2) นักเรียน/นักศึกษากับพ่อบ้าน/
แม่บ้าน (3) นักเรียน/นักศึกษากับธุรกิจส่วนตัว (4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับพ่อบ้าน/แม่บ้าน และ
(5) พนักงานบริษัทกับพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกิจกรรม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.18773	.003*
	พนักงานบริษัท	.17596	.002*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.23646	.002*
	ธุรกิจส่วนตัว	.15139	.022*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.18773	.003*
	พนักงานบริษัท	-.01177	.791
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.04873	.477
	ธุรกิจส่วนตัว	-.03634	.518
พนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา	-.17596	.002*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.01177	.791
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.06050	.326
	ธุรกิจส่วนตัว	-.02457	.606
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	-.23646	.002*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.04873	.477
	พนักงานบริษัท	-.06050	.326
	ธุรกิจส่วนตัว	-.08507	.229
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.15139	.022*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.03634	.518
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.02457	.606
	พนักงานบริษัท	.08507	.229

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกิจกรรม จำแนกตามอาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่
ได้แก่ (1) นักเรียน/นักศึกษากับข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2) นักเรียน/นักศึกษากับพนักงานบริษัท
(3) นักเรียน/นักศึกษากับพ่อบ้าน/แม่บ้าน และ (4) นักเรียน/นักศึกษากับธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.18272	.008*
	พนักงานบริษัท	.21296	.000*
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.28194	.001*
	ธุรกิจส่วนตัว	.22407	.002*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.18272	.008*
	พนักงานบริษัท	.03024	.524
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.09922	.177
	ธุรกิจส่วนตัว	.04135	.493
พนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา	-.21296	.000*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.03024	.524
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.06898	.296
	ธุรกิจส่วนตัว	.01111	.828
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	-.28194	.001*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.09922	.177
	พนักงานบริษัท	-.06898	.296
	ธุรกิจส่วนตัว	-.05787	.445
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.22407	.002*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.04135	.493
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-.01111	.828
	พนักงานบริษัท	.05787	.445

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) นักเรียน/นักศึกษากับข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2) นักเรียน/นักศึกษากับ
พนักงานบริษัท (3) นักเรียน/นักศึกษากับพ่อบ้าน/แม่บ้าน และ (4) นักเรียน/นักศึกษากับธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 4.34 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป		F	Sig.
	□	S.D.	□	S.D.	□	S.D.	□	S.D.	□	S.D.	□	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)														
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.41	0.319	4.15	0.403	4.17	0.312	4.12	0.323	4.12	0.330	4.20	0.364	1.987	.080
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.17	0.601	4.17	0.417	4.17	0.412	4.08	0.326	4.09	0.320	4.13	0.333	.805	.546
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.44	0.280	4.09	0.450	4.09	0.493	4.07	0.247	4.09	0.310	4.09	0.263	2.674	.022*
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.47	0.361	4.07	0.465	4.20	0.418	4.12	0.329	4.16	0.283	4.13	0.368	2.693	.021*
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.48	0.361	4.29	0.436	4.11	0.465	4.11	0.279	4.11	0.263	4.18	0.310	4.461	.001*
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)														
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.25	0.716	4.11	0.550	4.14	0.502	4.04	0.392	4.09	0.423	4.17	0.388	1.214	.302
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.48	0.345	4.17	0.458	4.11	0.447	4.08	0.310	4.12	0.327	4.17	0.323	3.210	.007*
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.45	0.332	4.12	0.506	4.16	0.522	4.15	0.341	4.16	0.351	4.19	0.394	1.389	.227

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม ($p = 0.022, 0.021$ และ 0.001 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึงมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านความปลอดภัย ($p = 0.007$) ในขณะที่ด้านระยะห่างทางสังคม และด้านดิจิทัลมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	.34436	.003*
	10,001-20,000 บาท	.34289	.002*
	20,001-30,000 บาท	.36376	.000*
	30,001-40,000 บาท	.35089	.001*
	40,001 บาทขึ้นไป	.34909	.001*
5,000-10,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.34436	.003*
	10,001-20,000 บาท	-.00148	.985
	20,001-30,000 บาท	.01940	.779
	30,001-40,000 บาท	.00653	.926
	40,001 บาทขึ้นไป	.00473	.951
10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.34289	.002*
	5,000-10,000 บาท	.00148	.985
	20,001-30,000 บาท	.02088	.699
	30,001-40,000 บาท	.00801	.886
	40,001 บาทขึ้นไป	.00621	.923
20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.36376	.000*
	5,000-10,000 บาท	-.01940	.779
	10,001-20,000 บาท	-.02088	.699
	30,001-40,000 บาท	-.01287	.746
	40,001 บาทขึ้นไป	-.01467	.772
30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.35089	.001*
	5,000-10,000 บาท	-.00653	.926
	10,001-20,000 บาท	-.00801	.886
	20,001-30,000 บาท	.01287	.746
	40,001 บาทขึ้นไป	-.00180	.972
40,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.34909	.001*
	5,000-10,000 บาท	-.00473	.951
	10,001-20,000 บาท	-.00621	.923
	20,001-30,000 บาท	.01467	.772
	30,001-40,000 บาท	.00180	.972

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 5,000-10,000 บาท (2) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท (3) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท (4) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,000-40,000 บาท และ (5) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก จำแนกตามรายได้

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	.40073	.001*
	10,001-20,000 บาท	.27708	.017*
	20,001-30,000 บาท	.35766	.001*
	30,001-40,000 บาท	.31717	.004*
	40,001 บาทขึ้นไป	.34545	.003*
5,000-10,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.40073	.001*
	10,001-20,000 บาท	-.12365	.149
	20,001-30,000 บาท	-.04307	.563
	30,001-40,000 บาท	-.08356	.271
	40,001 บาทขึ้นไป	-.05527	.506
10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.27708	.017*
	5,000-10,000 บาท	.12365	.149
	20,001-30,000 บาท	.08058	.167
	30,001-40,000 บาท	.04010	.503
	40,001 บาทขึ้นไป	.06838	.320
20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.35766	.001*
	5,000-10,000 บาท	.04307	.563
	10,001-20,000 บาท	-.08058	.167
	30,001-40,000 บาท	-.04049	.344
	40,001 บาทขึ้นไป	-.01220	.823
30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.31717	.004*
	5,000-10,000 บาท	.08356	.271
	10,001-20,000 บาท	-.04010	.503
	20,001-30,000 บาท	.04049	.344
	40,001 บาทขึ้นไป	.02828	.615

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
40,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.34545	.003*
	5,000-10,000 บาท	.05527	.506
	10,001-20,000 บาท	-.06838	.320
	20,001-30,000 บาท	.01220	.823
	30,001-40,000 บาท	-.02828	.615

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก จำแนกตามรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 5,000-10,000 บาท (2) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท (3) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท (4) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-40,000 บาท และ (5) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามรายได้

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	.19152	.098
	10,001-20,000 บาท	.37978	.000*
	20,001-30,000 บาท	.37412	.000*
	30,001-40,000 บาท	.37231	.000*
	40,001 บาทขึ้นไป	.30000	.005*
5,000-10,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.19152	.098
	10,001-20,000 บาท	.18826	.018*
	20,001-30,000 บาท	.18260	.009*
	30,001-40,000 บาท	.18080	.011*
	40,001 บาทขึ้นไป	.10848	.160

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.37978	.000*
	5,000-10,000 บาท	-.18826	.018*
	20,001-30,000 บาท	-.00566	.917
	30,001-40,000 บาท	-.00746	.893
	40,001 บาทขึ้นไป	-.07978	.212
20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.37412	.000*
	5,000-10,000 บาท	-.18260	.009*
	10,001-20,000 บาท	.00566	.917
	30,001-40,000 บาท	-.00181	.964
	40,001 บาทขึ้นไป	-.07412	.143
30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.37231	.000*
	5,000-10,000 บาท	-.18080	.011*
	10,001-20,000 บาท	.00746	.893
	20,001-30,000 บาท	.00181	.964
	40,001 บาทขึ้นไป	-.07231	.167
40,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.30000	.005*
	5,000-10,000 บาท	-.10848	.160
	10,001-20,000 บาท	.07978	.212
	20,001-30,000 บาท	.07412	.143
	30,001-40,000 บาท	.07231	.167

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม จำแนกตามรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 7 คู่ ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท (2) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท (3) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-40,000 บาท (4) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 40,001 บาทขึ้นไป (5) 5,001-10,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท (6) 5,001-10,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท (7) 5,001-10,000 บาท กับ 30,001-40,000 บาท

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้

รายได้ (I)	รายได้ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	.31152	.013*
	10,001-20,000 บาท	.37132	.002*
	20,001-30,000 บาท	.40646	.000*
	30,001-40,000 บาท	.36804	.001*
	40,001 บาทขึ้นไป	.31515	.006*
5,000-10,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.31152	.013*
	10,001-20,000 บาท	.05981	.487
	20,001-30,000 บาท	.09495	.206
	30,001-40,000 บาท	.05652	.459
	40,001 บาทขึ้นไป	.00364	.965
10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.37132	.002*
	5,000-10,000 บาท	-.05981	.487
	20,001-30,000 บาท	.03514	.549
	30,001-40,000 บาท	-.00328	.957
	40,001 บาทขึ้นไป	-.05617	.417
20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.40646	.000*
	5,000-10,000 บาท	-.09495	.206
	10,001-20,000 บาท	-.03514	.549
	30,001-40,000 บาท	-.03842	.372
	40,001 บาทขึ้นไป	-.09131	.096
30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.36804	.001*
	5,000-10,000 บาท	-.05652	.459
	10,001-20,000 บาท	.00328	.957
	20,001-30,000 บาท	.03842	.372
	40,001 บาทขึ้นไป	-.05289	.351
40,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 5,000 บาท	-.31515	.006*
	5,000-10,000 บาท	-.00364	.965
	10,001-20,000 บาท	.05617	.417
	20,001-30,000 บาท	.09131	.096
	30,001-40,000 บาท	.05289	.351

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 5,000-10,000 บาท (2) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท (3) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท (4) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,000-40,000 บาท และ (5) ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.39 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีต่อ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบ วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		F	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)										
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.22	0.251	4.19	0.274	4.15	0.360	4.12	0.331	.703	.551
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	3.72	0.574	4.09	0.318	4.13	0.371	4.11	0.319	2.654	.048*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.25	0.187	4.06	0.329	4.09	0.369	4.10	0.253	.682	.563
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.07	0.273	4.16	0.355	4.14	0.356	4.15	0.339	.180	.910
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.25	0.329	4.10	0.343	4.17	0.354	4.12	0.278	1.058	.367
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)										
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	4.04	0.749	4.12	0.378	4.09	0.487	4.09	0.370	.090	.965
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.17	0.241	4.16	0.255	4.11	0.410	4.12	0.299	.285	.837
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	4.29	0.246	4.13	0.359	4.15	0.426	4.19	0.348	.724	.538

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีต่อ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการเข้าถึง ($p = 0.048$) ในขณะที่ด้านอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว

แบบวิถีชีวิตใหม่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือหมายถึงระดับการศึกษาทุกกลุ่มมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	-.37037	.014*
	ปริญญาตรี	-.40386	.006*
	ปริญญาโท	-.38322	.009*
มัธยมศึกษา	ประถมศึกษา	.37037	.014*
	ปริญญาตรี	-.03349	.533
	ปริญญาโท	-.01285	.817
ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	.40386	.006*
	มัธยมศึกษา	.03349	.533
	ปริญญาโท	.02064	.589
ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	.38322	.009*
	ปริญญาตรี	.01285	.817
	ประถมศึกษา	-.02064	.589

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง จำแนกตามระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) ประถมศึกษากับมัธยมศึกษา (2) ประถมศึกษากับปริญญาตรี และ (3) ประถมศึกษากับปริญญาโท

ตารางที่ 4.41 สรุปผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ปัจจัย	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)					ระดับการศึกษา
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้	
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)						
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	.001*	.015*	.004*	.004*	.080	.551
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	.106	.144	.017*	.225	.546	.048*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	.115	.031*	.062	.003*	.022*	.563
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	.048*	.158	.016*	.170	.021*	.910
5. ด้านกิจกรรม (Activity)	.105	.022*	.002*	.014*	.001*	.367
การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)						
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)	.010*	.636	.536	.157	.302	.965
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)	.359	.125	.047*	.004*	.007*	.837
3. ด้านดิจิทัล (Digital)	.052	.081	.020*	.061	.227	.538

หมายเหตุ *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 สรุปผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า ความคาดหวังต่อด้านสิ่งดึงดูดใจมีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ

ความคาดหวังต่อการเข้าถึง มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และระดับการศึกษา

ความคาดหวังต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และรายได้

ความคาดหวังต่อด้านที่พัก มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพสมรส และรายได้

ความคาดหวังต่อด้านกิจกรรม มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ส่วนความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า ความคาดหวังด้านระยะห่างทางสังคม มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

ความคาดหวังต่อด้านความปลอดภัย มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ และ

ความคาดหวังต่อด้านดิจิทัล มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยด้านสถานภาพสมรสตามลำดับ



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) และศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนี้ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายและมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

5.1.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด มี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

5.1.2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดม รองลงมาคือ

มีการจัดการ ดูแลรักษาและตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวให้น่าสนใจ สวยงามและเหมาะสม แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น ๆ และผู้คนในท้องถิ่นพื้นที่ดอยผาตั้งแสดงความมีน้ำใจและมีความเป็นมิตรกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมชนเผ่าที่น่าสนใจ แก่การศึกษา พื้นที่ดอยผาตั้งที่มีลักษณะเป็นภูเขาสูง เป็นหน้าผาที่มีความโดดเด่นเป็น ตามลำดับ

5.1.2.2 ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สิ่งกีดขวางและชัดเจน รองลงมาคือ ถนนหนทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มีมาตรฐานและความปลอดภัย และมีสถานีขนส่งและรถโดยสารที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีช่องทางการติดต่อ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถเดินทางไปยังดอยผาตั้งได้หลากหลายช่องทาง เช่น รถส่วนตัว รถโดยสารส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ และสามารถเดินทางไปยังดอยผาตั้งได้หลากหลายช่องทาง เช่น รถส่วนตัว รถโดยสารส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ ตามลำดับ

5.1.2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ พื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีลานจอดรถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และเพียงพอต่อความต้องการ การให้บริการร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและราคา และมีบริการมัคคุเทศก์ หรือบริการไกด์นำเที่ยวให้ความรู้ และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ มีร้านจำหน่ายของฝาก หรือของที่ระลึกพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายรูปแบบและราคา การมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการมีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียงที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วย และมีบริการ WIFI หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร มีทางเดินลาด ห่องน้ำ ราวจับ ไว้สำหรับบุคคลพิการและผู้สูงอายุ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเงิน เช่น ตู้ ATM หรือมีผู้ให้บริการที่รับชำระค่าสินค้าบริการหลากหลาย เช่น บัตรเครดิต เงินโอน เป็นต้น ตามลำดับ

5.1.2.4 ด้านที่พัก (Accommodation)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสถานที่พัก

มีการจัดลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสม กลมกลืนไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายระดับราคาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น บ้านพัก โฮมสเตย์ เต็นท์หรือลานกางเต็นท์ เป็นต้น ตามลำดับ

5.1.2.5 ด้านกิจกรรม (Activity)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ที่มีจุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ รองลงมาคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมประสบการณ์ และการเรียนรู้วิถีชีวิตและชุมชนในท้องถิ่น เช่น เยี่ยมชมสวนเกษตร เรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าต่าง ๆ เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านกิจกรรม ราคาและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักต่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การสำรวจพืชพรรณไม้ การเดินป่า เป็นต้น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบเหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว หลากหลายช่วงวัย เช่น กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อผจญภัย เป็นต้น ตามลำดับ

5.1.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ผลวิเคราะห์ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่โดยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำแนกเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้านดิจิทัล รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย และด้านระยะห่างทางสังคม ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

5.1.3.1 ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)

กลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ มีฉากกั้นอย่างเป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค ต้องจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ (ตามเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 4 ตารางเมตรต่อคน) และจำนวนโต๊ะหรือจุดบริการของสถานประกอบการมีจำนวนที่เหมาะสม และมีการเว้นระยะห่าง ไม่ชิดกันเกินไป ตามลำดับ

5.1.3.2 ด้านความปลอดภัย (Safety)

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ จัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ รองลงมาคือ จัดให้มีจุด

บริการล้างมือไว้ในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการตามจุดต่าง ๆ เป็นประจำ ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านอนามัยระดับ SHA PLUS ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และผู้ให้บริการต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยป้องกัน Covid-19 รองรับสภาพวิถีใหม่ของกรมอนามัยผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรการความปลอดภัยสำหรับองค์กรที่ยื่นขอต่อศูนย์ปฏิบัติการโรค อำเภอรือเทสบาล มีป้ายแจ้งเตือนหรือห้ามนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สวมหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ จัดให้จุดเข้าออกที่ชัดเจน มีการลงทะเบียนเพื่อคัดกรองอุณหภูมิ และสถานให้บริการประเภทที่พักที่ต้องรับเฉพาะนักท่องเที่ยวที่แสดงผลการตรวจหาเชื้อและหลักฐานการได้รับฉีดยาแล้วเท่านั้น ตามลำดับ

5.1.3.3 ด้านดิจิทัล (Digital)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น การโอนจ่ายหรือการสแกน QR-Code เป็นต้น มีจุดลงชื่อ Check-in ติดตามผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยว มีการตรวจสอบการได้รับวัคซีนของผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันหมอพร้อม ตามลำดับ

5.1.4 การทดสอบทางสถิติ

สรุปผลวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) พบว่า

ความคาดหวังต่อด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ

ความคาดหวังต่อการเข้าถึง มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา

ความคาดหวังต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้

ความคาดหวังต่อด้านที่พัก มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และรายได้

ความคาดหวังต่อด้านกิจกรรม มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ส่วนความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) พบว่า ความคาดหวังด้านระยะห่างทางสังคม มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านเพศ

ความคาดหวังต่อด้านความปลอดภัย มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ตามลำดับ

ความคาดหวังต่อด้านดิจิทัล มีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด มี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวดอยผาตั้งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดม ภูเขาสูง หน้าผา จุดชมวิวยะลอมหมอก รวมทั้งวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่หลากหลายเป็นเอกลักษณ์น่าสนใจเป็นที่ยอมรับ (องค์การบริหารส่วนตำบลปอ, 2559) จนทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปเกิดความคาดหวังว่าจะได้ไปเยือนยังสถานที่ดังกล่าวตามที่เคยได้ยินมา นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างอาจเห็นว่าสถานที่ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นของจังหวัดมาอย่างยาวนาน น่าจะมีที่พักที่เหมาะสม มีให้เลือกหลากหลาย และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความคาดหวังเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้โดยง่าย ทำให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวอยู่เสมอ จึงทำให้มีความตระหนักถึงภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นและมีความคาดหวังว่าผู้ให้บริการด้านที่พักในสถานที่ท่องเที่ยว จะให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยดังกล่าว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนพล อินประเสริฐกุล และรักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2563) ที่ศึกษาความตระหนัก ความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อภัยเสี่ยง และมาตรการความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า ระดับความคาดหวังต่อมาตรการความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องสามารถพัฒนากลยุทธ์โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาระดับความคาดหวังด้านกิจกรรม (Activity) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ที่มีจุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมถ่ายรูปสถานที่ต่าง ๆ ที่ตนเองได้ไปเยือนแล้วทำการแบ่งปันลงในสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งนอกจากทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดดึงดูดใจแล้ว ผู้ให้บริการอื่น ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นหากมีการจัดตกแต่งให้สวยงาม น่าสนใจมีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใครก็สามารถเป็นแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังที่ Collier and Harraway (1997) ระบุไว้ว่า สิ่งดึงดูดใจที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอาจเกิดจากธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างก็ได้ ผลการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ มีลานจอดรถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการมาท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบนี้ นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการเข้าถึง (Accessibility) ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สังกะยง่ายและชัดเจน เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวถึงเป้าหมายโดยไม่หลงทาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถวิท ศิลาโนย (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพระบรมราชานุสาวรีย์ ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ

5.2.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่โดยรอบที่ตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้านดิจิทัล รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยและด้านระยะห่างทางสังคมตามลำดับ โดยในด้านดิจิทัลนั้นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวังมากที่สุดคือ มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการต่าง ๆ นิยมนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประกอบการให้บริการเป็นจำนวนมากเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและลดการสัมผัสสิ่งของร่วมกัน เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ การทำธุรกรรมและการสื่อสาร (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงาน

พัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) ซึ่งถือว่าตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผลการศึกษาด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความหนาแน่นและการรอคิวยาวนานของนักท่องเที่ยว ส่วนด้านความปลอดภัย (Safety) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเฉพาะด้านการมีจัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากที่ผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการร้านค้าหรือที่พักต่าง ๆ จะช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรคจากการสัมผัสจุดต่าง ๆ ได้ดี (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565)

5.2.3 แนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาสามารถค้นพบแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

5.2.3.1 แนวทางการพัฒนาด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดม นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพที่แตกต่างกันนั้น มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอีกด้วย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความคาดหวังมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังแตกต่างจากกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 20-30 ปี โดยจะเห็นได้ว่า กลุ่มอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำกว่ากลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 20-30 ปี ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่ามีความต้องการที่จะมาสัมผัสกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่เป็นภูเขา และทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนที่หาได้ยากในพื้นที่ในเมือง อาจเนื่องมาจากกลุ่มอายุ 41-50 ปี มีประสบการณ์ท่องเที่ยวมาหลากหลายแห่งในขณะเดียวกันยังพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ซึ่งอาจเนื่องจากคู่สมรสต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพิ่มความสัมพันธ์ในครอบครัว ส่วนด้านอาชีพพบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท และพ่อบ้าน/แม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญ จากข้อมูลสามารถกล่าวได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ควรให้ความสำคัญเนื่องจากมีความคาดหวังแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ นักท่องเที่ยวเพศหญิง ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสถานภาพสมรส และมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ดังนั้น แนวทางด้านการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจ สามารถกำหนดได้ดังนี้

1) เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อความเป็นธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีวิถีชีวิตของชุมชนโดยรอบ ดังนั้น ในด้านของสถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชน ควรร่วมมือกันรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่ให้สมบูรณ์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นมาตรการในการพัฒนาพื้นที่ด้านการค้า ควรมีการจัดทำข้อตกลงระหว่างคนในชุมชนในการจัดระเบียบธุรกิจสืบเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่พัก บริการการเดินทาง และร้านจำหน่ายของที่ระลึก ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันไม่ให้เกิดการขัดแย้ง ไม่รบกวนพื้นที่ป่าหรือพื้นที่สาธารณะมากเกินไป โดยทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ มาตรการในการป้องกันความเสียหายอันเกิดจากการท่องเที่ยวก็ต้องพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นการจัดการขยะ หรือการป้องกันไฟป่าอย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติที่สมบูรณ์ และกลับมาเที่ยวอีก

2) สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวในชุมชนบริเวณโดยรอบที่ตั้ง เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น อนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมและวัฒนธรรมชนเผ่าที่อยู่บริเวณโดยรอบที่ตั้ง เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละชนเผ่า รวมถึงอาจพิจารณาสำรวจเส้นทางเดินป่าของชุมชน เพื่อชื่นชมความอุดมสมบูรณ์และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ถือเป็นการเพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการมาชมวิวทะเลหมอก การชมธรรมชาติ และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายจากการเดินทางมายังโดยรอบที่ตั้ง

2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สังกัดง่ายและชัดเจน และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มยังพบว่า โดยกลุ่มผู้มีสถานภาพสมรส มีความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญ โดยความคาดหวังที่แตกต่างกันในกลุ่มสถานภาพสมรส อาจเป็นผลมาจากผู้มีสถานภาพสมรสมีความคาดหวังหรือเป็นห่วงถึงความยากลำบากในการเข้าถึง และอาจรวมถึงความปลอดภัยในการเดินทาง ในขณะที่กลุ่มสถานภาพโสดยังอยู่ในสถานะที่พร้อมรับสถานการณ์มากกว่า จึงมีความคาดหวังด้านนี้น้อยกว่า จากข้อมูลดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ควรให้ความสำคัญในการเข้าถึงเนื่องจากมีความคาดหวังแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญได้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีสถานภาพสมรส นอกจากนี้ ปัจจัยภายในแต่ละกลุ่มด้านระดับการศึกษายังมีความแตกต่างกันทุกกลุ่ม โดยกลุ่มระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความคาดหวังสูงสุด

ดังนั้น แนวทางด้านการพัฒนาด้านการเข้าถึง สามารถกำหนดได้ดังนี้

1) จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยละเอียด ซึ่งระบุรายละเอียดข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวโดยละเอียด มีภาพประกอบที่สวยงาม เพิ่มความสนใจให้นักท่องเที่ยว มีข้อมูลเส้นทางการเดินทางและรูปแบบการเดินทาง เช่น เส้นทางรถโดยสารประจำทาง เวลาในการเดินทางมายังดอยผาตั้ง และระบุช่องทางการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับการประชาสัมพันธ์ให้นั้นประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ และ Social Media ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของจังหวัด เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศไทย เพจ Facebook การท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลได้ตลอดเวลา เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางมาเที่ยวยังพื้นที่จริง และนักท่องเที่ยวจะได้เตรียมตัวในการเดินทางได้อย่างเหมาะสม

2) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อยู่บนภูเขาสูง เส้นทางมีความคดเคี้ยวและลาดชัน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการสำรวจป้ายบอกทาง ป้ายบอกระยะทาง ป้ายเตือน ป้ายสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดเส้นทางการเดินทางมายังดอยผาตั้ง ตั้งแต่เดินทางเข้าสู่เขตจังหวัดเชียงราย โดยอาจกำหนดความถี่ของป้ายบอกทางในระยะที่แตกต่างกัน เช่น ระหว่างทางออกจากตัวเมืองเชียงรายควรมีป้ายทุก 30-40 กิโลเมตร และเมื่อเข้าเขตภูเขาสูงชันและเส้นทางที่สลับซับซ้อน ให้เพิ่มความถี่เป็นมีป้ายทุก 3-5 กิโลเมตร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพื้นที่ใกล้เคียงดอยผาตั้งนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย เช่น ภูชี้ฟ้า ดังนั้นการจัดทำป้ายบอกทางอาจพิจารณาดำเนินการร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวภูชี้ฟ้าเพื่อให้การดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยแต่ละป้ายต้องมีความต่อเนื่อง ชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถบอกระยะทางได้แม่นยำ และทางไปสถานที่ได้ถูกต้อง ควรปรับปรุงและซ่อมแซมอยู่ตลอด โดยเฉพาะช่วงฤดูหนาวที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก หากพบจุดที่มีป้ายไม่ชัดเจน เริ่มชำรุดเสียหายให้ดำเนินการซ่อมแซมให้กลับมาใช้งานได้เช่นเดิม

3) แหล่งท่องเที่ยวควรพิจารณาเพิ่มทางเลือกในการเดินทางมายังพื้นที่ ให้กับนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเพื่อลดจำนวนยานพาหนะในพื้นที่ และอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่คุ้นชินเส้นทาง โดยร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่หรือคนในชุมชน บริการจัดรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวจากในตัวเมืองมายังแหล่งท่องเที่ยวในราคาประหยัด โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยวที่จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุด ในประเด็นที่ว่า พื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีลานจอดรถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มอายุอื่นทุกกลุ่มอายุอย่างมีนัยสำคัญ ในด้านอาชีพพบว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่ากลุ่ม

อาชีพอื่นอย่างมีนัยสำคัญ และด้านรายได้พบว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังสูงกว่า กลุ่มรายได้อื่นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่อายุน้อย มีแนวโน้มที่ความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น

ดังนั้น แนวทางด้านการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถกำหนดได้ดังนี้

1) จัดให้สัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วบริเวณ หรือมีบริการ WIFI ฟรี เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลลงบน Social Media ต่าง ๆ ทั้งนี้ การที่นักท่องเที่ยวโพสต์ข้อมูลต่าง ๆ บน Social Media ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอีกด้วย

2) จัดหาร้านอาหาร-เครื่องดื่ม หลากหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของที่ระลึก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ตามความพอใจ และต้องควบคุมราคาของสินค้าที่จำหน่าย จะต้องไม่ราคาไม่สูงเกินไป จนทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเลือกซื้อได้ หากสินค้ามีราคาสูงเกินไป จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ซื้อสินค้า ส่งผลให้ไม่เกิดรายได้ต่อชุมชน

3) ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำ ไฟฟ้า ให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

4) จัดเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว และในช่วงฤดูหนาว ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ให้ขยายพื้นที่จอดรถและจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

4. ด้านที่พัก (Accommodation) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และผลการศึกษา ยังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านสถานภาพสมรส และด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเมื่อพิจารณาภายในกลุ่มยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความคาดหวังต่อด้านที่พักสูงกว่าเพศชาย เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วเพศหญิงจะมีความต้องการที่พักที่มีความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวมากกว่าเพศชายอยู่แล้ว ส่วนด้านสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรส มีความคาดหวังต่อด้านที่พักสูงกว่าสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเช่นเดียวกับปัจจัยด้านเพศ ที่คู่สมรสมีความคาดหวังต่อความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยของที่พักมากกว่าคนโสด ส่วนด้านรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังต่อด้านที่พักสูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท อาจต้องการทางเลือกในการหาที่พักที่มากขึ้น โดยเฉพาะราคาที่เหมาะสมกับระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น แนวทางด้านการพัฒนาด้านที่พัก จึงควรจัดให้มีบริการที่พักที่หลากหลายรูปแบบและหลากหลายราคา เช่น บ้านพัก โฮมสเตย์ เต็นท์หรือลานกางเต็นท์ เพื่รองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม และจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือจัดให้มีกล้องวงจรปิดบริเวณโดยรอบที่พัก เพื่อดูแลความปลอดภัย

ในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ควรพิจารณาการจัดสรรพื้นที่สำหรับให้บริการที่พักที่เหมาะสม โดยไม่ทำลายทัศนียภาพทางธรรมชาติซึ่งเป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

5. ด้านกิจกรรม (Activity) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า จุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเมื่อพิจารณาภายในกลุ่มยังพบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อด้านกิจกรรมสูงกว่ากลุ่มอายุอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจหมายถึง กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังคาดหวังให้แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะเพื่อความบันเทิงหรือการผจญภัยที่สอดคล้องกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว รวมถึงจุดแวะชมหรือจุดถ่ายรูปที่หลากหลาย เป็นต้น ด้านสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรส มีความคาดหวังต่อด้านกิจกรรมสูงกว่าสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งคู่สมรสอาจมีแนวคิดว่า สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีโอกาสนี้อย่างน้อยมาก จึงต้องการกิจกรรมที่เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นความทรงจำที่ดีของคู่สมรส ส่วนด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคาดหวังต่อด้านกิจกรรมมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจมีสาเหตุเช่นเดียวกับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ดังกล่าวมาแล้ว และด้านรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังสูงกว่าผู้มีรายได้กลุ่มอื่น โดยอาจเป็นผลมาจากความคาดหวังต่อความคุ้มค่าของการมาเที่ยวอยู่ที่แห่งนี้ มากกว่ากลุ่มรายได้อื่น

ดังนั้น แนวทางการพัฒนาด้านการพัฒนาด้านกิจกรรม สามารถกำหนดได้ดังนี้

1) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการผจญภัยหรือกิจกรรมที่มีความบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น เช่น การเดินลัดเลาะบนดอยไปยังจุดชมวิวหรือจุดสำคัญต่าง ๆ แล้วถ่ายรูปเช็คอินผู้พิชิตดอยผาตั้ง ณ ความสูง 1,800 เมตร ที่ระดับน้ำทะเลปานกลาง หรือกิจกรรมชิมชา ผลไม้เมืองหนาว เยี่ยมชมวัฒนธรรมของชนเผ่าต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

2) ตกแต่งสถานที่ให้สะอาด สวยงาม มีความน่าสนใจ มีจุดถ่ายรูปที่หลากหลาย เพื่อสร้างเป็นจุดแลนด์มาร์คให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและถ่ายรูปมีกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งแบ่งปันไปยัง Social Media ต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5.2.3.2 แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่

1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า มีการจัดลำดับคิวการใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเพศหญิงมีความคาดหวังมากกว่าเพศชาย เนื่องด้วยความละเอียดถี่ถ้วนในการดูแล

ความสะอาด และการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านระยะห่างทางสังคม ทำให้เพศหญิงมีความคาดหวังสูงกว่าเพศชาย ดังนั้น เพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว หากเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่าจุดอื่น ๆ ควรจัดลำดับคิวหรือกำหนดเวลาในการเข้าชมจุดต่าง ๆ หรือมีการนัดหมายเข้าไปท่องเที่ยวหรือใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดความแออัด หรืออาจจะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media รายงานสถานการณ์และจำนวนนักท่องเที่ยวบริเวณจุดต่าง ๆ

2. ด้านความปลอดภัย (Safety) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุด ในประเด็นที่ว่า มีจัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเมื่อพิจารณาภายในกลุ่มยังพบว่า สถานภาพสมรส มีความคาดหวังด้านความปลอดภัยสูงกว่าสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากกลุ่มนี้มักจะมีคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันมากกว่าสองคน เช่น พ่อ แม่ หรือลูกของตนเอง ในด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่นอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถอธิบายได้ว่า นักเรียน/นักศึกษานั้น เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบในการเรียนของทุกระดับชั้นและเห็นความสำคัญของการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค และในส่วนด้านรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทนี้ คิดเป็นร้อยละ 2.75 จากทั้งหมด 400 คน เพราะฉะนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับกลุ่มอื่นด้วย และตอบสนองต่อความคาดหวังในภาพรวมแทน

ดังนั้น ต้องมีจุดบริการแอลกอฮอล์เพื่อล้างมือให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และต้องมีป้าย หรือมีเจ้าหน้าที่คอยแจ้งเตือนให้นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าใช้บริการ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคจากการสัมผัสสถานที่หรือสิ่งของร่วมกัน นอกจากนี้ จะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการตามจุดต่าง ๆ เป็นประจำ รวมถึงจัดเจ้าหน้าที่คอยสังเกตการณ์และประเมินความปลอดภัยของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจุดด้วย

3. ด้านดิจิทัล (Digital) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น และผลการศึกษายังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเมื่อพิจารณาภายในกลุ่มพบว่า สถานภาพสมรส มีความคาดหวังด้านดิจิทัลสูงกว่าสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสมักให้ความสำคัญกับการใช้บริการทางด้านดิจิทัลแทนการสัมผัสแล้วเกิดความเสี่ยงในการนำพาเชื้อเข้าไปติดคนในบ้านมากกว่าผู้มีสถานภาพโสด

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรอำนวยความสะดวกในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ เช่น การจองที่พักผ่านเว็บไซต์ที่พัก การรับชำระเงินค่าสินค้า ค่าที่พัก และค่าบริการต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันธนาคารหรือรับชำระเงินจากกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ จะช่วยลดการสัมผัสและยังทำให้การให้บริการมีความรวดเร็วและดูมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถให้ข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลรักษาฟื้นฟูสภาพแวดล้อมควรให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาฟื้นฟูหรือหามาตรการป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่โดยผาตั้ง เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เป็นอันดับต้น ๆ โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืชพรรณไม้ที่อุดม การควบคุมดูแลรักษาดังกล่าวเป็นไป เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวยังคงสภาพที่สมบูรณ์ให้มากที่สุดตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยการจัดหาเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจตรารักษาความปลอดภัยหรือการติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง เป็นต้น เนื่องจากผลการศึกษาระดับความคาดหวังเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวพบว่า ด้านที่พัก (Accommodation) เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

3. หน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญหรือพัฒนาการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัสมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความคาดหวังต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านดิจิทัลมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่ว่า มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR-Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดการสัมผัสและยังทำให้การให้บริการมีความรวดเร็วและดูมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวควรจัดให้มีป้ายบอกทางในจุดที่เหมาะสม ชัดเจนและสังเกตง่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไม่เคยมาท่องเที่ยวจึงไม่มีความคุ้นเคยกับการเดินทางในเส้นทางนี้ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าด้านการเข้าถึง (Accessibility) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็นที่ว่า การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสม สังเกตง่ายและชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสำรวจป้ายจราจรตลอดเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวว่าจุดไหนที่ควรมีการติดตั้งป้ายจราจร ป้ายบอกทางหรือป้ายเตือนต่าง ๆ และหากจุดไหนที่มีป้าย ชำรุดเสียหายให้ดำเนินการซ่อมแซมให้กลับมาใช้งานได้เช่นเดิม

2. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมการถ่ายรูปจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือน่าตื่นตาตื่นใจเพื่อแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ผลการศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวยังพบว่า ด้านกิจกรรม (Activity) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในประเด็น จุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ต้องการการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการจัดตกแต่งสถานที่ให้สวยงามและมีความน่าสนใจ น่าตื่นตาตื่นใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ถ่ายรูป รวมทั้งโพสต์ไปยังสื่อโซเชียลมีเดียทั้งหลายในปัจจุบันซึ่งจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

3. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการให้บริการแบบเว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ในประเด็นที่ว่า มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดลำดับคิวหรือมีการนัดหมายเข้าไปท่องเที่ยวหรือใช้บริการ หรืออาจจัดทำรายละเอียดแล้วเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการใช้บริการ เป็นต้น

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมด้วยโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการ เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการนำเสนอแนะในมาตรการต่าง ๆ ไปใช้ นอกจากนี้ควรมีการศึกษาวเคราะห์เชิงปริมาณโดยการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานร่วมด้วย เพื่อให้ผลงานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น



รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2563, 13 พฤศจิกายน). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่*.
<https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564, 13 ธันวาคม). *New normal on new variant*.
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/976889>
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2560). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 30). โรงพิมพ์สามลดา.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2565, 5 มีนาคม). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economic Review)*.
<https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/group2.php>
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติโควิด 19. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 17(2), 1-18.
- จริญญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จูธารณ. (2545). *แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. (เอกสารการสอนชุดวิชาความเบื้องต้น เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่2).*
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. บริษัทไฟว์แอนด์ไฟว์พรินติ้ง จำกัด.
- ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์*. ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*.
สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พงศ์ธวัช ศรีจำนอง. (2553). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พชรพจน์ นันทรามาศ, กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์. (2553). *เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน New Normal: เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน*.
https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน_New_Normal_เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน_31_08_63.pdf
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(1), 160-167.
- ทิพย์นารี แพทย์วงศ์. (2556). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียวสมพงษ์. (2564). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)*. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(1), 174-189.
- ธนพล อินประเสริฐกุล และรัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2563). *ความตระหนัก ความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อภัยเสี่ยง และมาตรการความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว*. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 23(1), 39-53.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัส สุวรรณ. (2545). *คู่มือล่องแก่ง : มาตรฐานเบื้องต้นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ธรรมชาติ*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปรัชญา บุญเดช. (2561). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ปริญญญา บรรจงมณี และสุเมธ ธูวตาราตระกูล. (2561). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น*, 12(1), 126-138.
- พระครูธรรมกถาสุนทร (อิทธิกร อนันตกุล). (2560). *ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วิชิต อ้วน. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 12-24.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุขุม เฉลยทรัพย์. (2552). *ความคาดหวังของคนกรุงเทพฯ ต่อบทบาทของมหาวิทยาลัย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. (2562). *วิเคราะห์และสรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยว*. <http://chiangrai.nso.go.th/>
- อรรถพล ศิริเวชพันธุ์. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่รองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะอำเภอย้ายพันพัน จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 58-75.

- อรรถวิท ศีลน้อย. (2562). ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพระบรมธาตุนาถูน สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 130-143.
- องค์การบริหารส่วนตำบลปอ. (2559). ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยผาตั้ง อ.เวียงแก่น จ.เชียงราย. <http://www.por.go.th/index.php>.
- องค์การสหประชาชาติ. (1963). *การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ*. องค์การ สหประชาชาติ.
- อารี ลีอกลาง. (2555). ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังในการให้บริการของบุคลากรกองประปา องค์การบริหารส่วนตำบลหนองสูงเหนือ อำเภอนครราชสีมา จังหวัด นครราชสีมา (โครงการปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- Barnes, S. J. (2020). Information management research and practice in the post-COVID-19 world. *International Journal of Information Management*, 55, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102175>
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principles of tourism*. Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. Butterworth Heinemann.
- Dickman, C. R. (1996). *Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna*. The Institute of Wildlife Research.
- Hornby, A. F. (2000). *Advance learner's dictionary* (6th ed.). Oxford University.
- McIntosh R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Son.
- Vroom, V. H. (1970). *Work and motivation*. John Wiley & Son.



ภาควิชา

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง “ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานค้นคว้าอิสระ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัแม่ฟ้าหลวง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

รายละเอียด แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้ (โปรดทำทุกส่วน)

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
- ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

คำถามคัดกรอง

1. ท่านเคยไปท่องเที่ยวยังดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย หรือไม่
☐ เคย (ยุติการตอบ) ☐ ไม่เคย
2. ท่านเคยได้ยิน/รู้จักเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย หรือไม่
☐ ไม่เคยได้ยิน/รู้จัก (ยุติการตอบ) ☐ เคยได้ยิน/รู้จัก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ

1 ☐ ต่ำกว่า 20 ปี	2 ☐ 20-30 ปี	3 ☐ 31-40 ปี
4 ☐ 41-50 ปี	5 ☐ 50 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ

1 ☐ โสด	2 ☐ สมรส	3 ☐ หย่าร้าง
--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

4. อาชีพ 1 ☐ นักเรียน/นักศึกษา 2 ☐ ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ
 3 ☐ พนักงานบริษัท 4 ☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 5 ☐ ธุรกิจส่วนตัว 6 ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ย 1 ☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท 2 ☐ 5,000-10,000 บาท
 3 ☐ 10,001-20,000 บาท 4 ☐ 20,001-30,000 บาท
 5 ☐ 30,001-40,000 บาท 6 ☐ 40,000 บาทขึ้นไป
6. ระดับการศึกษา 1 ☐ ประถมศึกษา 2 ☐ มัธยมศึกษา
 3 ☐ ปริญญาตรี/อนุปริญญา 4 ☐ ปริญญาโท
 5 ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับระดับความคาดหวังของท่านมากที่สุด

ท่านมีความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในประเด็นเหล่านี้ระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)					
1. พื้นที่ดอยผาตั้งที่มีลักษณะเป็นภูเขาสูง เป็นหน้าผาที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์					
2. ดอยผาตั้งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ และพืช พรรณไม้ที่อุดมสมบูรณ์					
3. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้งประกอบ ไปด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมที่มี เอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น ๆ					
4. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง ประกอบไปด้วย ชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมชนเผ่าที่ น่าสนใจแก่การศึกษา					
5. มีการจัดการ ดูแลรักษาและตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยว ให้น่าสนใจ สวยงามและเหมาะสม					
6. ผู้คนในท้องถิ่นพื้นที่ดอยผาตั้งแสดงความมีน้ำใจและ มีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว					

ท่านมีความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในประเด็นเหล่านี้ระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)					
1. สามารถเดินทางไปยังดอยผาตั้งได้หลากหลายช่องทาง เช่น รถส่วนตัว รถโดยสารส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ					
2. ถนนหนทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มีมาตรฐานและความปลอดภัย					
3. มีสถานีขนส่งและรถโดยสารที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
4. รถโดยสารมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและมีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ					
5. การมีป้ายจราจรและป้ายบอกทางอย่างเหมาะสมสังเกตง่ายและชัดเจน					
6. มีช่องทางการติดต่อ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)					
1. การมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง					
2. การให้บริการร้านอาหาร-เครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและราคา					
3. มีร้านจำหน่ายของฝากหรือของที่ระลึกพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายรูปแบบและราคา					
4. มีระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเพียงพอต่อความต้องการ					
5. พื้นที่ดอยผาตั้ง อ.เวียงแก่น จ.เชียงราย มีลานจอดรถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
6. มีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียงที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วย					

ท่านมีความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในประเด็นเหล่านี้ระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเงิน เช่น ตู้ ATM หรือมีผู้ให้บริการที่รับชำระค่าสินค้าบริการหลากหลาย เช่น บัตรเครดิต เงินโอน เป็นต้น					
8. มีทางเดินลาด ท้องน้ำ ราวจับ ไว้สำหรับบุคคลพิการ และผู้สูงอายุ					
9. มีบริการ WIFI หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร					
10. มีบริการมัคคุเทศก์ หรือบริการไกด์นำเที่ยวให้ความรู้ และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่					
4. ด้านที่พัก (Accommodation)					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น บ้านพัก โฮมสเตย์ เต็นท์หรือลานกางเต็นท์ เป็นต้น					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักให้เลือกหลากหลายระดับราคาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					
3. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่พักเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว					
4. ที่พักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
5. สถานที่พักมีการจัดลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกลมกลืนไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
5. ด้านกิจกรรม (Activity)					
1. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบเหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายช่วงวัย เช่น กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อผจญภัย เป็นต้น					

ท่านมีความคาดหวังต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ในประเด็นเหล่านี้ระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักต่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การสำรวจพืชพรรณไม้ การเดินป่า เป็นต้น					
3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้สู่ชุมชน					
4. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมประสบการณ์และการเรียนรู้วิถีชีวิตและชุมชนในท้องถิ่น เช่น เยี่ยมชมสวนเกษตร เรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าต่าง ๆ เป็นต้น					
5. มีจุดแวะชมหรือแวะถ่ายรูปที่หลากหลาย เช่น สวนดอกไม้ สวนสาธารณะ สวนเกษตร หรือสถานที่เรียนรู้ต่าง ๆ					
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทั้งด้านกิจกรรม ราคาและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย					

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ช่องว่างที่ตรงกับระดับความคาดหวังของท่านมากที่สุด

ท่านคาดหวังว่าสถานบริการหรือร้านค้าที่ท่านจะใช้บริการ ควรดำเนินการตามมาตรการเหล่านี้ในระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)					
1. ต้องจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ (ตามเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 4 ตารางเมตรต่อคน)					
2. มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม					
3. มีฉากกั้นอย่างเป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค					

ท่านคาดหวังว่าสถานบริการหรือร้านค้าที่ท่านจะใช้ บริการ ควรดำเนินการตามมาตรการเหล่านี้ในระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
4. จำนวนโต๊ะหรือจุดบริการของสถานประกอบการมี จำนวนที่เหมาะสม และมีการเว้นระยะห่าง ไม่ชิดกัน เกินไป					
2. ด้านความปลอดภัย (Safety)					
1. จัดให้จุดเข้าออกที่ชัดเจน มีการลงทะเบียนเพื่อคัด กรองอุณหภูมิ					
2. จัดให้มีแอลกอฮอล์ล้างมือในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวก และเพียงพอ					
3. จัดให้มีจุดบริการล้างมือไว้ในจุดที่ใช้ได้อย่างสะดวก และเพียงพอ					
4. มีป้ายแจ้งเตือนหรือห้ามนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สวม หน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ					
5. สถานที่ให้บริการประเภทที่พักที่ต้องรับเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่แสดงผลการตรวจหาเชื้อและหลักฐาน การได้รับฉีดวัคซีนแล้วเท่านั้น					
6. ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรฐานความ ปลอดภัยด้านอนามัยระดับ SHA PLUS ของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
7. ผู้ให้บริการต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความ สะอาดปลอดภัยป้องกัน Covid-19 รองรับสุขภาพดี วิถีใหม่ของกรมอนามัย					
8. ผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินมาตรการปลอดภัย สำหรับองค์กรที่ยื่นขอต่อศูนย์ปฏิบัติการโรค อำเภอ หรือเทศบาล					
9. จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการ ตามจุดต่าง ๆ เป็นประจำ					
3. ด้านดิจิทัล (Digital)					
1. มีการตรวจสอบการได้รับวัคซีนของผู้ใช้บริการผ่าน แอปพลิเคชันหมอพร้อม					

ท่านคาดหวังว่าสถานบริการหรือร้านค้าที่ท่านจะใช้ บริการ ควรดำเนินการตามมาตรการเหล่านี้ในระดับใด	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
2. มีจุดลงชื่อ Check-in ติดตามผู้ใช้บริการผ่าน แอปพลิเคชันไทยชนะ ก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลด การสัมผัส เช่น การโอนจ่ายหรือการสแกน QR-Code เป็นต้น					
4. มีระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดการ สัมผัส เช่น เมนูอาหารออนไลน์หรือ แสแกน QR- Code เพื่อสั่งอาหาร เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

