

พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการระบาดของโควิด-19

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

- ◆ ชุติพร นันตา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ อังคณา ชีวินจรัสเรือง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ ศศิวิมล จันทร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ ต่อศักดิ์ แซ่สั่ว นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ ธนกร เสมานุสรณ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ ขวัญฤทัย ครองยุติ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

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

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

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ดอยแม่สลอง

Abstract

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

Keywords : Factors Affecting, Thai tourists, Doi Mae Salong

บทนำ

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

ดอยแม่สลองตั้งอยู่ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านสันติคีรี บนถนนทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1130 เป็นชุมชนผู้อพยพจากกองพล 93 จากเมียนมาเข้ามาในประเทศไทย พื้นที่บนดอยแม่สลองมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่สูงจาก

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

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวดอยแม่สลองหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

H₀: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักแตกต่างกัน

H₁: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

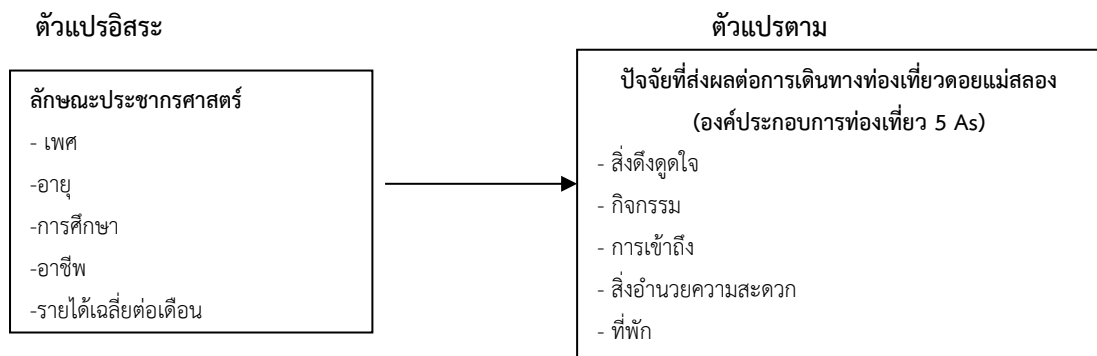
ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ขอบเขตประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตระยะเวลา ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 6 เดือน คือระหว่าง เดือนตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าหมายถึงการประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยว การแสดงออกในขณะที่ท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร การถ่ายรูป ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานส่วนบุคคลที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่างหรือประสบการณ์ที่ได้รับ ในขณะที่ ปริญา ลาปะ (2558) ให้คำจำกัดความพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าหมายถึงการแสดงออกหรือการกระทำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ วลัยพร รุ่งตระกูลไพบูลย์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่าหากไม่ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มตลาดเป้าหมายย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาและความเสี่ยงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ บริศุทธิ์ แสนคำ (2564) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังโควิด - 19 จะเปลี่ยนไปจากเดิม โดยจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นในระยะที่ไม่ไกลจากถิ่นพักนักและสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวไปในสถานที่ที่ไม่เคยมีคนไปและไม่พลุกพล่าน ซึ่งสอดคล้องกับ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2563) กล่าวว่านักท่องเที่ยวหลังจากเกิดการระบาดโควิด - 19 จะให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัย ความสะอาด ความปลอดภัย ระยะห่างทางสังคม สื่อดิจิทัล ความเชื่อถือได้ และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยที่คำถามจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่จะใช้เพื่อให้ทราบลักษณะพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งที่ท่องเที่ยว เหตุผลในการมาท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการช่วยตัดสินใจ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวที่ไหน และท่องเที่ยวอย่างไร (นางลักษณ์ สุตินทวิบูลย์, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

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

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

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

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

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งออกแบบตามหลักทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคล โดยเนื้อหาประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดชนิดตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดชนิดตอบเพียงคำตอบเดียว

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

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย และออกแบบแบบสอบถาม

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

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

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 400 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

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

2) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทาง

สถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

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

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอายุ 31-40 คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.3 และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีรายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาโดยแม่ฮ่องสอนเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 40.0 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือเพื่อดื่มชา คิดเป็นร้อยละ 18.4 และเพื่อใกล้ชิดธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ มักเดินทางในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 35.5 และวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ซึ่งช่วงเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่ไม่เจาะจงเวลา คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือช่วงเช้า (06.00 น.-12.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 25.5 และช่วงบ่าย (13.00 น.-16.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 19.3 และเดินทางโดยรถตู้ คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ เลือกที่พักที่เป็น

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

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในภาพรวม

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

จากตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.19 และเมื่อพิจารณาในรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านกิจกรรมและปัจจัยด้านการเข้าถึงส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนนอกของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามเพศ

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลต่อบรรยากาศที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกอายุ

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อบรรยากาศที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อบรรยากาศที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการศึกษา

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

พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของโควิด-19

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามอาชีพ

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

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยแม่สองของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวดอยแม่สลองของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักแตกต่างกัน

อภิปรายผล

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

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

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคือการถ่ายรูป ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์และสร้างแลนด์มาร์คตามจุดสำคัญต่างๆ หรือจุดแวะพักบนดอยแม่สลองให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว
2. จากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากที่สุดดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรมในดอยแม่สลองควรให้ความสำคัญในการสร้างความโดดเด่นแปลกใหม่และน่าประทับใจภายใต้การยกระดับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานและเป็นไปตามมาตรการทางด้านสาธารณสุขให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต
3. ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นจึงควรมีการเพิ่มความปลอดภัยในการคมนาคมในเส้นทางขึ้น-ลงดอยแม่สลองเพื่อป้องกันอุบัติเหตุรวมทั้งควรคำนึงถึงข้อจำกัดในด้านสถานที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวบนดอยแม่สลองโดยเฉพาะในช่วงที่มีการท่องเที่ยวที่หนาแน่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการและมาตรฐานการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19
2. ควรมีการศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวดอยแม่สลองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง นักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- BLT BANGKOK. (2019). The second city hits the trend of tourism in 2020, pushing income to spread across the country. Retrieved 24 March 2022, from <https://www.bltbangkok.com/news/5294/>.
- Borisuth Saenkam. (2021). The behavior of Thai tourist after COVID 19 situations. Journal of Liberal Arts and Service Industry. 4(1), 160 – 167. [In Thai]
- Chiang Rai Provincial Tourism and Sports Office. (2021). Basic information of Doi Mae Salong. Retrieved 24 March 2022, from <http://www.cots.go.th/travelview/detail.php?id=155>.
- Chiang Rai Provincial Tourism and Sports Office. (2022). Income from visitors to Chiang Rai tourism in the year 2019 - 2021. Retrieved February 10, 22 from https://chiangrai.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=26

- Chuaikrut, C., Phusanam, A., & Dejmanee, O. (2021). Factors Affect to Tourist Behavior of Thai Teenagers after Invasion of Covid-19. 187-201.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.
- Lapa, P. (2015). Tourism Behavior of Nakhon Ratchasima Province of Thai Tourists. *Academic journal Business Administration*, 4(1), 30–44. (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). National Tourism Development Plan, No. 2 (2017 - 2021). Office of Printing Works of the War Veterans Organization. Bangkok.
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). Tourism Statistics 2018. Retrieved 24 March 2022, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=529
- Nuankaew, W., Nuankaew, P., Promthian, N., Panngam, N., & Maungmo, W. (2019). Factors Affecting Tourism Decisions in Northern Thailand. *Journal of Project in Computer Science and Information Technology*. 5(1). 95-103.
- Phiphat Ratchakitprakarn. (2020). Covid-19 and its impact on tourism. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.
- Phiriya Pholpirun. (2020). The economic impact of "Covid-19 virus". Newsletter of the Center for Economic Development Studies, 7(27), 4-7. [In Thai]
- Phuworawan, Y. (2021). COVID-19 Vaccine: Plans to Build ‘Group Immunity’ and ‘Group Concerns’ arising in the 53 days Since the spread of the coronavirus vaccine in Thailand. Retrieved February 28, 22 from <https://www.than-settakij.com/business/484617> [In Thai]
- Riewtrakulphaiboon, W. (2014). *Tourist behavior*. (5th edition). Pathum Thani: University of Bangkok.
- Suphalak Akrangkun (2012). *Tourist behavior*. Bangkok. :Klungnana Vitthaya Press.
- Tangtenglam, S. & Pongpanich, A. (2021). Factors Affecting the Selection of New normal Thai Travel. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*. 4(1). 12-24.
- Thailand Development Research Institute. (2021). Analysis of the impact of COVID-19 on business travel. Retrieved 30 November 2021, from <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>.
- Thammabut, P. (2006). *Principles of ecotourism*. Bangkok: Institute for the Development of Ecotourism Srinakharinwirot University.
- Tourism Authority of Thailand. (2022). Final report of Thai tourism behavior survey project 2021. Tourism Marketing Research Division Tourism Authority of Thailand, Bangkok.
- Tourism Western Australia. (2008). 5A’s of Tourism. Retrieved May 24 March 2022, from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html.

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

	ชุลีพร นันตา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	อังคณา ชีวินจรัสเรือง นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ศศิวิมล จันทร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ต่อศักดิ์ แซ่สั่ว นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ชนกร เสมานุสรณ์ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	ขวัญฤทัย ครองยุดิ วุฒิการศึกษา ประ.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย