

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
(โควิด-19)

Thai Tourist's Attitudes towards the Tourism Components in Pak Chong District,
Nakhon Ratchasima Province during the COVID-19 Pandemic

ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุล¹ และ ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์²

Sirirat Rojanapanitikul¹ and Supasak Ngaoprasertwong²

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}

Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}

E-mail: iamnorthstar@gmail.com¹

Received: November 3, 2021

Revised: April 27, 2022

Accepted: April 28, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารข่าวสารในปัจจุบัน ประกอบกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 7 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการประชุมสัมมนา กลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการในพื้นที่อีก 3 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง ประกอบด้วย 1) ด้านดึงดูดใจ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและบรรยากาศที่สวยงาม 2) ด้านกิจกรรม มีกิจกรรมมากมาย แต่ในสถานการณ์นี้นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว 3) ด้านการเข้าถึง ใกล้กรุงเทพฯ ถนนหนทางสะดวก นักท่องเที่ยวขับรถส่วนตัวมาเอง 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีให้พร้อม 5) ด้านที่พัก มีให้เลือกหลายระดับหลายราคา 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย มีมาตรการป้องกันโรคระบาด ทำให้มั่นใจในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: องค์ประกอบการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, โควิด-19

Abstract

The objective of this study was to study Thai Tourist's attitudes towards the tourism components in Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province during the COVID-19 Pandemic. This study is qualitative research, and the data were obtained from News and secondary data, in-depth interview with 7 Thai visitors, and focus group discussions with three local entrepreneurs. The obtained data analyze content analysis.

The results showed that: The attitude towards the Tourism Components in Pak Chong District; 1) Attraction: many natural attractions with beautiful atmosphere 2) Activities: many activities but in this situation tourists want to relax and private 3) Access: near Bangkok, convenient roads and most tourists drive their own car 4) Amenities: the facilities are enough and available 5) Accommodation: available in many levels and many prices 6) Assurance: safety and sure to travel.

Keywords: Tourism Components, Thai Visitors, COVID-19

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศไทย ซึ่งด้วยการเป็นจุดหมายท่องเที่ยวของโลก ดังจะเห็นได้ ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่นักเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ด้วยจำนวนถึง 22.78 ล้านคนในปี พ.ศ. 2562 (Mastercard, 2020) ทำให้สร้างเม็ดเงินรายได้จำนวนมหาศาลเข้าเป็นประเทศ โดยในปีพ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 2.7 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อมูลค่าเศรษฐกิจไทย (GDP) ถึงร้อยละ 16.5 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญยิ่งของอุตสาหกรรมไทย เนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น บริการขนส่ง ซึ่งช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ และนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นไทย

ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับ การเข้ามาของนักท่องเที่ยว หากเมื่อใดที่จุดหมายท่องเที่ยวขึ้นนั้นเกิดสถานการณ์วิกฤติ จะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่มีการพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยวระดับสูง ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ในช่วงปลายปีพ.ศ. 2562 และแพร่ระบาดกระจายไปทั่วโลก จนในที่สุดองค์การอนามัยโลกต้องประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลทุกประเทศต่างมีมาตรการตอบสนองทางสาธารณสุข ทั้งเช่น การจำกัดการท่องเที่ยว การปิดด่านระหว่างประเทศ การห้ามออกจากเคหสถานเวลาค่าคืน การยกเลิกการจัดงานรื่นเริง

การปิดสถานศึกษา รวมไปถึงการกักกันพื้นที่ (Lock down) ในช่วงมีนาคมจนถึงมิถุนายน พ.ศ. 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของไม่ให้แพร่ไปในวงกว้าง (ณัฐพัชร กมลพลพัตร, 2563)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างรุนแรง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแต่เดิมจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเฉลี่ยเดือนละประมาณ 3 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) แต่หลังจากการระบาดและรัฐบาลไทยประกาศควบคุมการเดินทางเข้าประเทศทุกช่องทาง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็หดหายไปทันที เหลือแต่เพียงการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น

รัฐบาลไทยมิได้นิ่งนอนใจ ได้ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบทุกภาคส่วน ทั้งเร่งออกมาตรการช่วยเหลือทั้งให้เงินเยียวยาแก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เช่น เงินช่วยเหลือพิเศษ มาตรการลดค่าครองชีพ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินกู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น มาตรการพักชำระหนี้ เงินกู้ดอกเบี้ยพิเศษ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่เป็นนโยบายระยะสั้นและเฉพาะหน้า เพื่อเร่งให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ ให้อยู่สามารถประคับประคองธุรกิจไปก่อนเพื่อรอโอกาสที่จะฟื้นตัว หลังจากนั้นรัฐบาลได้ออกมาตรการ “เราเที่ยวด้วยกัน” ในช่วงครึ่งปีหลังของปีพ.ศ. 2563 โดยต้องการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างดี ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางภายในประเทศฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ทำได้ไม่นานก็เกิดเหตุการณ์ระบาดขึ้นในระลอกที่สองช่วงสิ้นปีพ.ศ. 2563 และระลอกที่สามในช่วงกลางปีพ.ศ. 2564 และไม่มีทีท่าว่าการระบาดของโควิด-19 จะหมดไป คาดว่าการท่องเที่ยวไทยจะยังอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไปอีกนานหลายปี

ดังนั้นในมุมมองของนายยุทธศักดิ์ สุภสร ในฐานะผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้วิเคราะห์สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกว่าที่จะฟื้นตัวกลับมาสู่ระดับก่อนเกิดโควิด-19 อาจจะใช้เวลาถึง 2 ปี ดังนั้นในสถานการณ์เช่นนี้ควรจะไปกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพหรือนักท่องเที่ยวกระเปาะหนัก เน้นการเพิ่มศักยภาพด้านรายได้มากกว่าจะพึ่งพิงกับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ประกอบการต่างก็ได้รับผลกระทบอย่างมากเช่นกัน โดยพันชนะ วัฒนเสถียร (2564) ได้เปิดเผยถึงสถานการณ์ของการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้สภาวะการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่องซบเซาอย่างหนัก จนร้านค้ารวมถึงผู้ประกอบการต้องปิดกิจการมากมาย แต่บางส่วนที่ยังดำเนินกิจการ ก็พยายามปรับปรุงหาแนวทางท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์โดยชูจุดขายอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และพยายามนำเสนอประเด็นเขาใหญ่มีความปลอดภัยอาหาร เป็นแหล่งเกษตรชั้นเยี่ยม เกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศน์ ด้วยความที่ไม่แออัด และระบบสาธารณสุขปลอดภัยเรามีความพร้อม อย่างโรงพยาบาลรัฐ คลินิก หรือของเอกชน เรื่องของที่พักเขาใหญ่ยังถือว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีห้องพักให้เลือกหลากหลายตามแต่กำลังกระเป๋าและตามรสนิยมอีกด้วย และเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ และสามารถขับรถมาเองได้ ซึ่งก็ตอบโจทย์ในยุคท่องเที่ยวแนวใหม่ (New Normal) ด้วย

อย่างที่ใดกล่าวไป การท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมคงไม่สามารถเป็นไปได้อีกแล้ว จำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบไปให้สอดคล้องกับข้อจำกัดในการเดินทางต่างๆ รวมถึงมาตรการทางสาธารณสุขที่ประกาศโดยรัฐบาล เพราะ

สถานการณ์การระบาดยังไม่จบสิ้น และแนวโน้มวัคซีนป้องกันโควิด-19 รวมถึงการรักษาโรคโดยตรงยังมีจำนวนจำกัด และไม่อาจยับยั้งไวรัสโควิด-19 ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นสำหรับงานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบการการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่กำลังเปลี่ยนไปสู่การท่องเที่ยวแนวใหม่ (New Normal) อันจะกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาโดยตรง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินการกิจการได้ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีองค์ประกอบการการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเลือกไปยังจุดหมายการท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจให้สมกับที่นักท่องเที่ยวมาพัก ดังนั้นหากจะมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จึงต้องการศึกษาถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของในพื้นที่ ว่าเป็นอย่างไร จำเป็นต้องปรับปรุงองค์ประกอบใดหรือไม่ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พยอม ธรรมบุตร (2549) Pike Steven (2008) และ Tourism Western Australia (2008) ได้ระบุว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว โดยสรุปประกอบด้วย 1. สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันประกอบไปด้วยป่าเขาหรืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวนิยมไปกัน รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ชุมชน 2. กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวนิยมในช่วงที่ไปท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมนันทนาการ การถ่ายรูป เป็นต้น 3. การคมนาคมและการเข้าถึง ซึ่งรวมถึงการเดินทางจากภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายท่องเที่ยว สภาพถนนหนทาง รวมทั้งรูปแบบยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถส่วนตัว หรือรถโดยสาร 4. สิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ร้านอาหาร สถานบันเทิง รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสาร โรงพยาบาล เป็นต้น 5. สถานที่พักแรม ทั้งในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ รวมถึงที่พักแรมชั่วคราว เช่น เต็นท์ และองค์ประกอบอื่นที่ไม่มีในการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา คือ มาตรการด้านความปลอดภัยจากการระบาดของโควิด-19 เนื่องจากจะมีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในสถานการณ์ที่ยังมีการระบาดของโควิด-19 อยู่ ซึ่งมาตรการต่าง ๆ ถูกกำหนดทั้งโดยรัฐบาล และเป็นความต้องการและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คุณณัฐพัชร์ กมลพลพัตร (2563) เสนอว่า จากวิกฤติโควิด-19 ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ (New Normal) ต่อด้านมาตรฐานสุขอนามัยในอุตสาหกรรมโรงแรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญกับความสะอาดของโรงแรมที่จะเข้าพักมากขึ้น ใส่ใจในความสะอาดของอาหารและการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกส่วนกลางของโรงแรมมากขึ้น เช่นเดียวกับคุณณฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ที่เสนอว่า ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวของไทยต้องปรับตัวใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลา เชื่อถือได้ 3) ใช้หลักการ 9Ps เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน 4) การปรับตัวเข้าสู่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ เช่น การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น 5) การรับมือและสื่อสารภาวะวิกฤติ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 คน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากจำเนียร จวงตระกูล (2563) และประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) โดยมีเงื่อนไขในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความกระจายตัว โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนมิถุนายนจนถึงธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยมีการพักอาศัยอย่างน้อย 1 คืนในพื้นที่อำเภอปากช่อง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลาย คือ ใช้บริการที่พักอาศัยทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท บ้านพักให้เช่า นอกจากนี้ยังกระจายกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและหญิง รวมทั้งอายุที่มีตั้งแต่วันกลางคนและวัยเกษียณ และกระจายกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาคนเดียว มากับกลุ่มเพื่อน และมากับครอบครัว

ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุม 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ส่วนที่ 2 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน (Tourism Western Australia, 2008) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และที่พัก (Accommodation) นอกจากนี้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะเพิ่มอีก 1 องค์ประกอบได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) เพื่อให้สอดคล้องเนื้อหาการวิจัยในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอในการปรับปรุงการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลหลากหลายแง่มุม และได้นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) แล้ว จากนั้นรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างกัน เพื่อความมั่นใจในข้อมูลที่ได้ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปข้อเท็จจริงที่ได้จากการเก็บข้อมูล และนำมาสรุปเป็นผลการศึกษาสำหรับการวิจัยนี้

จากนั้นนำผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว นำไปประกอบการการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็น

ผู้ประกอบการ SME โดยเป็นผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่า ที่มีการดำเนินธุรกิจในพื้นที่มาอย่างน้อย 3 ปี เพื่อวิพากษ์ผลการศึกษาและนำเสนอแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีทัศนคติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยสรุปดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า ในอำเภอปากช่องมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจจำนวนมากในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้อำเภอปากช่องยังมีพื้นที่กว้างใหญ่ มีสถานที่ท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วอำเภอ และมีจุดให้ถ่ายรูป เช็กอินที่สวยงาม งามมาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่แออัดที่จุดใดจุดหนึ่งมากนัก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่ว่า ในช่วงฤดูหนาวจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาเพื่อต้องการมาชื่นชมบรรยากาศหนาว นอกจากนี้ยังนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าองค์กรสนใจมาจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่อำเภอปากช่องด้วย แต่อย่างไรก็ตามที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยว เพราะในปีพ.ศ. 2563 ที่อำเภอปากช่องไม่มีข่าวการระบาดของโควิด-19 ทำให้ลูกค้ามั่นใจและยืนยันที่จะมาเที่ยวกัน

ด้านกิจกรรม (Activities) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า สนใจทำกิจกรรมท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เช่น กิจกรรมเดินป่า ชมสัตว์ป่า ชมน้ำตก เป็นต้น รวมทั้งบางคนสนใจการไปเช็กอินที่ตามร้านกาแฟ ร้านอาหาร ซึ่งมีการจัดสวยงาม เหมาะสมแก่การถ่ายรูปและนำลงโซเชียล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ก็มีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งที่มาเพื่อกิจกรรมพักผ่อนเท่านั้น โดยอาจจะอยู่แต่ในที่พัก แล้วทำกิจกรรมสังสรรค์กันในเฉพาะกลุ่มที่มาด้วยกัน เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิดจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ด้านการเข้าถึง (Access) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการระบุคล้ายคลึงกันว่า ทุกคนขับรถส่วนตัวหรือจ้างเหมารถตุ่มมาเอง ไม่ได้ใช้รถโดยสารระหว่างทาง เนื่องจากอำเภอปากช่องอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ถนนหนทางจากกรุงเทพฯจนถึงปากช่องก็เป็นถนนหนทางสะดวก ใช้ระยะเวลาในการขับรถเพียง 2-3 ชั่วโมง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยรถสาธารณะเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปากช่องอาจไม่สะดวกเนื่องจากระบบขนส่งสาธารณะอาจจะไม่สอดคล้องกับการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนัก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการระบุคล้ายคลึงกันว่า ในอำเภอปากช่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่มีจำนวนมากและหลากหลายทุกระดับไม่ว่าจะระดับถูกจนถึงระดับแพงก็มี นอกจากนี้ยังมีซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ และยังมีโรงพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชน ดังนั้นหากเกิดเหตุฉุกเฉินก็มีสถานพยาบาลรองรับ ซึ่งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกลุ่มตัวอย่างระบุว่า ในอำเภอเขาใหญ่มีความพร้อมมาก ทำให้ตัดสินใจมาเที่ยวปากช่องในสถานการณ์เช่นนี้

ด้านที่พัก (Accommodation) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวระบุว่า ในอำเภอปากช่องมีสถานที่พักแรมมากมาย และมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท บ้านเป็นหลังให้เช่า แต่ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจะเลือกที่พักที่มีความเป็นส่วนตัว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เพื่อที่จะได้ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์และรักษาระยะห่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ และยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ระบุว่า จะเลือกที่พักที่ได้มาตรฐาน SHA ที่เป็นมาตรฐานความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ลูกค้ามีความพิถีพิถันในการเลือกที่พักมากขึ้น และต้องการความเป็นส่วนตัวอย่างยิ่ง และบางส่วนยังเลือกที่พักที่เข้าร่วมโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลจะมีส่วนลดในราคาที่พัก ทำให้ค่าใช้จ่ายที่พักที่ถูกลง

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว มีมาตรการส่วนตัวดูแลเพื่อป้องกันการติดเชื้อ ไม่ว่าจะเป็นการใส่หน้ากากอนามัย การพกแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการล้างมือเป็นประจำ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจะหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด เพื่อรักษาระยะห่างตามมาตรการ Social Distancing ตามที่รัฐบาลแนะนำ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า ผู้ประกอบการมีมาตรการป้องกันโควิด-19 เพื่อเสริมความมั่นใจของลูกค้าให้มาใช้บริการ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่องอื่น เช่น อยากให้อำเภอปากช่องคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ไม่ควรมีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่หรือตึกสูง รวมถึงอยากให้มีตลาดขายของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และอยากให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักแรมในอุทยาน ให้กระจายจุดบริการไม่กระจุกอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเท่านั้น ส่วนในมุมมองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการเสนอว่า ควรใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงซ่อมแซมใหญ่ เช่น โครงสร้างอาคารระบบน้ำ เป็นต้น ซึ่งไม่สามารถทำได้ในสถานการณ์ปกติ เพราะจะเป็นการรบกวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ควรหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม และพยายามลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้กิจการยังอยู่รอดต่อไป และข้อเสนอสุดท้ายที่ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ต่างมีข้อเสนอสำหรับภาครัฐ คือ ควรริบจัดสรรวัคซีนป้องกันโควิด-19 กระจายให้ประชาชนและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยไว เพื่อให้สถานการณ์การท่องเที่ยวเข้าสู่ภาวะปกติโดยไว

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ทศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งทิวทัศน์ ธรรมชาติ ก็จะมีถึงจุดหมายจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปริณา ลาปะ (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เขาใหญ่จะเลือกชมธรรมชาติทิวทัศน์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Krungthai Compass (2563) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกไปเที่ยวในที่ Unseen มากขึ้น และชื่นชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรม (Activities) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในอำเภอปากช่อง โดยมีจุดประสงค์เพื่อมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามข้อข้างต้นนั้น นักท่องเที่ยวจึงทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น กิจกรรมเดินป่า ชมสัตว์ป่า ชมน้ำตก เป็นต้น และสอดคล้องกับปริณา ลาปะ (2558) และกาญจนาวดี พวงชื่น (2563) ที่พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมประกอบกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่ไม่ใช่พละกำลังมาก และยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม มาเที่ยวอำเภอปากช่อง จะชอบไปเช็คอินตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ ซึ่งมีการจัดสวยงาม เหมาะสมแก่การถ่ายรูป และนำลงโซเชียล

ด้านการเข้าถึง (Access) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปากช่อง มักจะขับรถส่วนตัวมาเอง เพราะขับรถไปได้ในระยะเพียง 2-3 ชั่วโมง เนื่องจากถนนหนทางดีตลอดเส้นทางจากกรุงเทพถึงปากช่อง ทำให้สะดวกกับการเดินทาง และในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวจึงคำนึงถึงความปลอดภัย จึงพยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไกลที่ต้องใช้การขนส่งสาธารณะ สอดคล้องกับ ปริณา ลาปะ (2558) และกาญจนาวดี พวงชื่น (2563) และ Krungthai Compass (2563) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกเที่ยวสถานที่ใกล้บ้าน ขับรถไปได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกมาเที่ยวอำเภอปากช่องนั้น เนื่องจากในพื้นที่นี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต สถานบริการต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยากนักที่จะมาเที่ยวปากช่อง ซึ่งปัจจัยด้านความสะดวกเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยังมีความเสี่ยงอาจจะเกิดการระบาด หากเกิดเหตุฉุกเฉิน นักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจได้ว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม สอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ของ Tourism Western Australia (2008) และนิตยา ชัชกุล (2557) ที่ระบุว่า เมืองที่เป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวจะเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมากมาย ทำให้จุดหมายท่องเที่ยวนั้นมีความเจริญ

ด้านที่พัก (Accommodation) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างมากกับการเลือกใช้บริการที่พัก โดยเฉพาะที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวสูง เพราะในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ลูกค้าบางกลุ่มจะมีความต้องการบ้านพักเป็นหลัก หรือรักษาระยะห่างจากคนอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของพยอม ธรรมบุตร (2549) และทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า ที่พักเป็นองค์ประกอบการสำคัญในการท่องเที่ยว ซึ่งที่พักที่ดีควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย (Assurance) ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเองเป็นหลัก โดยจะมีมาตรการป้องกันตัวเองจากโรคระบาด ทั้งการสวมหน้ากากอนามัยและใช้แอลกอฮอล์ล้างมือเป็นประจำ เพราะการป้องกันการระบาดต้องเริ่มจากการดูแลตัวเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Krungthai Compass (2563) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประกอบกับผู้ประกอบการในแต่ละแห่งมีมาตรการดูแลความปลอดภัยและอนามัยในการป้องกันการระบาดของโควิด-19 เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการ การเว้นพื้นที่ห่างตามมาตรการ Social distancing รวมไปถึงมีการทำความสะอาดสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ดังนี้

อำเภอปากช่อง ยังเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก และด้วยตำแหน่งที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการ จำนวนมาก ที่ให้บริการรองรับนักท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการสามารถนำจุดเด่นดังกล่าวมาเป็นจุดขายที่สำคัญในการชักชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาได้ เช่น “เที่ยวปากช่อง ขับรถแป๊บเดียว มาได้ทุกวัน” โดยสื่อถึงการมาเที่ยวในปากช่องที่สามารถขับรถยนต์ส่วนตัวมาเอง ใช้ระยะเวลาเดินทางก็ไม่นานเพียง 2-3 ชั่วโมง ยิ่งหากมาวันธรรมดาจะได้บรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่สบาย ๆ ไม่มีคนมากนัก และลดความแออัดของคนในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือกันเป็นกลุ่ม เช่น การจับมือของกันระหว่างโรงแรมที่พักกับผู้ประกอบการขนส่งและผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยจัดบริการหลายอย่างให้กับลูกค้าเป็นแพ็คเกจ เช่น การให้บริการรับลูกค้าจากสนามบินมาส่งที่โรงแรม พร้อมกับการเสิร์ฟอาหารอร่อยจากร้านดังในพื้นที่หรือการเสิร์ฟอาหารท้องถิ่นที่ทำโดยชุมชน หรือการมอบของที่ระลึก ซึ่งเป็นผลผลิตจากวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจึงควรเน้นให้นักท่องเที่ยวมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น และพยายามหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนมากแออัด ในการนี้ผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องใช้มาตรการบางอย่างเพื่อจำกัดจำนวนคนที่มาใช้บริการไม่ให้มีจำนวนมากจนเกินไป และเป็นการรักษาระยะห่าง Social Distancing ด้วย ซึ่งมาตรการหนึ่งที่จำเป็นคือต้องจัดระบบให้มีการจองคิวหรือเวลาที่ให้เข้ามาใช้บริการ โดยผู้ประกอบการอาจหามาตรการเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า เช่น การนำกิจการเข้าสู่มาตรฐาน SHA เพราะหากกิจการผ่านมาตรฐานความปลอดภัยนี้ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการ

นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขับรถส่วนตัวมาเอง ผู้ประกอบการควรจัดหาสถานที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมทั้งผู้ประกอบการอาจต้องร่วมมือกันเพื่อจัดการปัญหาการจราจรติดขัด โดยเฉพาะในวันเสาร์อาทิตย์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรถยนต์มาจำนวนมาก และในพื้นที่อำเภอปากช่องยังไม่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่จะอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นอาจจะต้องมีวางแผนเพื่อปรับเปลี่ยนรถโดยสาร เช่น เส้นทางรถโดยสาร หรือความถี่ อย่างไรก็ตามอาจจะเป็นแผนระยะยาว เมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

และในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 นี้ ที่ลูกค้าหายไปจำนวนมาก หากเป็นไปได้ผู้ประกอบการควรใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงกิจการให้พร้อมเมื่อสถานการณ์ท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับปรุงหรือรีโนเวทขนาดใหญ่ เพราะหากในสถานการณ์ปกติคงไม่สามารถปรับปรุงใหญ่ได้ เพราะจะรบกวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายโครงการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงการเข้าร่วมมาตรการกระตุ้นท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรใช้โอกาสนี้เพื่อเข้าร่วมโครงการของรัฐ เพื่อพุงกิจการจนกว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

มาตรการและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วย

1. ผู้ประกอบการในบางพื้นที่อาจพิจารณาหยุดการดำเนินกิจการ รอจนกว่าเมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวกลับมาเป็นปกติ จึงค่อยกลับมาดำเนินกิจการอีกครั้ง โดยเฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว ซึ่งพึงพึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก หรือกิจการนำเที่ยวที่เป็นธุรกิจนำเที่ยวนอกประเทศ อาจพิจารณาพักธุรกิจไปก่อน เพราะยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเข้ามาเที่ยวไทยได้เมื่อใด ซึ่งการหยุดกิจการชั่วคราวอาจเป็นทางเลือกที่ดีกว่าในช่วงสถานการณ์วิกฤตินี้

2. แสวงหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม ถึงแม้ว่า ในสถานการณ์ท่องเที่ยวจะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องหยุดกิจการชั่วคราว แต่ผู้ประกอบการอาจจะเอาทรัพยากรที่มีมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้อื่น ๆ เช่น การนำที่ดินว่างไปใช้ในการทำเกษตรกรรม เป็นต้น และด้วยเทรนด์การค้าออนไลน์ ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายจะไม่ใช่ว่าเฉพาะกลุ่มเฉพาะพื้นที่อีกต่อไป ดังนั้นการค้าขายจะสะดวกและขยายตลาดไปได้อีกมาก และสามารถส่งขายสินค้าที่มีไปได้ทั่วประเทศ

3. พยายามลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสำรวจกิจการ ว่ามีค่าใช้จ่ายใดที่ไม่จำเป็นหรือไม่ เพื่อจะได้หาแนวทางที่จะลดค่าใช้จ่ายนั้น ซึ่งอาจจะใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย แต่สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจบริการโดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าจ้างด้านพนักงาน ดังนั้นจึงต้องประเมินว่าพนักงานที่มีอยู่นั้นมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ ถ้าหากพนักงานขาดทักษะใดไป จะสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นเพิ่มเติมได้หรือไม่

4. ข้อเสนอแนะไปถึงหน่วยงานภาครัฐ คือ อยากให้สถานการณ์การท่องเที่ยวกลับมาปกติโดยเร็วที่สุด ซึ่งแนวทางคือ ขอให้ภาครัฐกระจายวัคซีนให้ทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิคุ้มกันต่อการระบาดของ โควิด-19 ทำให้สามารถเปิดประเทศได้ และการท่องเที่ยวกลับมาเข้าสู่ภาวะปกติ

ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย

1. เตรียมศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่จะกลับมา เมื่อสถานการณ์การระบาดควบคุมได้และเข้าสู่ภาวะปกติ ถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

2. ศึกษาพฤติกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวของชาวไทย เช่น พฤติกรรมการสั่งอาหาร หรือการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งล้วนได้รับผลกระทบจากการระบาดของ โควิด-19

3. ศึกษาผลกระทบจากการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในพื้นที่อื่น ๆ เช่น ในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ ทั้งภูเก็ต หรือเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในสถานการณ์การระบาด ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายหายไปทั้งหมด และส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในพื้นที่นั้นอย่างมาก

สำหรับข้อจำกัดของการวิจัย เนื่องจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอบางช่องในปีพ.ศ. 2563 ซึ่งอยู่ระหว่างสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ระลอกแรก ซึ่งเหตุการณ์ยังไม่รุนแรงเท่ากับการระบาดระลอกที่สองและสามในช่วงปลายปีพ.ศ. 2563 ต่อเนื่องถึงกลางปีพ.ศ. 2564 ซึ่งอาจมีผลทำให้ทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูลจากการกลุ่มตัวอย่าง

บางท่าน จำเป็นต้องใช้การประชุมผ่านระบบออนไลน์ ไม่สามารถเจอหน้ากลุ่มตัวอย่างได้โดยตรง ดังนั้นอาจจะเป็นอุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2563*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563 จาก <https://www.mots.go.th/index.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). 'ททท.' เข้มมาตรการรับมือโควิด สร้างความเชื่อมั่นท่องเที่ยวไทย. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/912701>
- กาญจนาวดี พวงชื่น. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย)*, 15(2), 29-42.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2563). การวิจัยแบบผสม: การนำยุทธศาสตร์การวิจัยแบบผสม ทั้งหกรูปแบบสู่การปฏิบัติ. *วารสารการบริหารปกครอง*, 9(1), 27-53.
- ณัฐพัชร์ กมลพลพัตร. (2563). *New Normal ในอุตสาหกรรมโรงแรมหลัง COVID-19*. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2563 จาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/new-normal-hotel-after-covid-19>
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*, 8(1), 1-26.
- นิตา ชัชกุล. (2547). *การจัดการท่องเที่ยวผจญภัย*. ภูเก็ต: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- ประไพพิมพ์ สุชีวินนทร์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). Sampling Strategies for Qualitative Research. *วารสารปริชาต*, 29(2), 31-48.
- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 4(1), 30-45.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พันชนะ วัฒนเสถียร. (2564). "เขาใหญ่" ยุคการ์ดไม่ตก. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.btripnews.net/?p=63663>
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2563). 'ท่องเที่ยวจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป' คุยเรื่องท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิดกับ ผู้ว่าททท. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563 จาก, <https://workpointtoday.com/tat-interview-tourism-future/>
- Booking.com. (2563). *แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทย หลังโควิด-19*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/909641>

- Krungthai Compass. (2563). *เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน New Normal : เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563, จาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450
- Mastercard. (2020). *Global Destination Cities Index 2019*. Retrieved 1 October 2020, from <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/09/GDCI-Global-Report-FINAL-1.pdf>.
- Steven, P. (2008). *Destination Marketing: an integrated marketing communication approach*. Burlington, MA.: Butterworth-Heinmann.
- Tourism Western Australia. (2008). *5A's of Tourism*. Retrieved 1 October 2020, from https://www.academia.edu/9370582/5_As_of_Tourism_Development_Nov08