ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

Factors Affecting the Selection of New normal Thai Travel

[1]ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช

[1]Susaraporn Tangtenglam and Ariya Pongpanich

โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Department of Services Industry and Langue

Innovation, Faculty of Liberal Arts and Science Kasetsart University, Thailand

E-mail: susaraporn.t@ku.th

Received July 14, 2020; **Revised** August 6, 2020; **Accepted** March 10, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.65, S.D.=0.43) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.91,S.D. = 0.90) ราคา ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.57) ที่พัก ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. =0.47) สถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.47, S.D.= 0.49) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด

คำสำคัญ: ปัจจัย; ท่องเที่ยวไทย; แบบปรกติใหม่

Abstract

This Article aimed at study factors affecting the selection of new normal Thai travel. The study was a quantitative research. The population and sample groups in this research were 400

Thai tourists by using purposive sampling. The research instruments consisted of questionnaires. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that factors affecting the selection of new normal Thai travel Overall was at the highest level ($\overline{X}$=4.65, S.D.=0.43) when classified in each aspect by sorting the average from highest to lowest, namely Safety ($\overline{X}$ = 4.91,S.D. = 0.90), Price ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.57), Accommodation ($\overline{X}$ = 4.48, S.D. =0.47), Travel time ($\overline{X}$ = 4.41, S.D.= 0.49), Attraction ($\overline{X}$ = 4.37, S.D.= 0.32). Factors affecting choosing a new normal Thai travel and the decision to travel both within the country and outside the country. Safety and hygiene were the most important considerations.

Keywords: Factors; Thai travel; New normal

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และเกี่ยวพันกับธุรกิจอื่น ๆ อีกมากมาย ในปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสูงที่นารายได้เข้าสู่ประเทศในหลาย ๆ ประเทศด้วยกัน เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน หรือแม้แต่ในประเทศไทยเอง ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการพัฒนาประเทศ จากการที่ภาครัฐออกนโยบายกระตุ้น นักท่องเที่ยวชาวไทยให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดนเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มีมาตรการหักลดหย่อนภาษีเข้ามาสนับสนุนสำหรับค่าใช้จ่ายในด้านบริการ เช่น ค่าแพ็กเกจทัวร์ ค่าที่พักโรงแรมหรือโฮมสเตย์ ในเมืองท่องเที่ยวรอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยตัวเลขนักท่องเที่ยวไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปีนี้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 114.82 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 3.93% ก่อให้เกิดรายได้กว่า 7.87 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.55% จำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวเมืองรองกว่า 60.10 ล้านคนครั้ง ขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.72% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนและก่อให้เกิดรายได้ในเมืองท่องเที่ยวรองรวม 1.65 แสนล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้น 8.88% จากปีก่อน บริษัท แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช ได้สำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่ 39.2% ของคนไทยที่ตัดสินใจหลักในการท่องเที่ยว คือ ตนเอง รองลงมา 31.8% เป็นคู่สมรส คู่รัก และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนล่วงหน้าเพื่อการท่องเที่ยวเฉลี่ยที่ 24.6 วัน และส่วนใหญ่ 53.1% จะระบุเฉพาะชื่อสถานที่ที่จะไป แต่ไม่ระบุช่วงเวลาที่จะไปในระหว่างทริป จากนั้นพฤติกรรมการหาข้อมูลท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวไทยจะหาข้อมูลมากที่สุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว อาหารเครื่องดื่ม โดยจะหาข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์เป็นหลัก ส่วนหัวข้อที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูลก่อนการเดินทางน้อยที่สุด คือ ตั๋วเดินทางต่าง ๆ คิดเป็น 17.2% โดยจะหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของสาย

การบิน รถโดยสาร รถไฟ คิดเป็น 53.1% รองลงมาคือ ทราเวลโลก้า 41.6% เรียกได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ขยายตัวมากขึ้นตามแรงกระตุ้นภาครัฐ ซึ่งปีนี้อาจเห็นสัญญาณขยายตัวมากกว่าปีที่ผ่านมา โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ช่วงไตรมาสสุดท้ายปี 2561 การท่องเที่ยวในประเทศจะเกิด รายได้กว่า 58,025 ล้านบาท เติบโต 7.2% โดยมูลค่าที่เพิ่มขึ้นมาจากจำนวนทริปที่เพิ่มและค่าใช้จ่ายเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกประเภท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ขณะเดียวกัน สถานการณ์ท่องเที่ยวเดือนกุมภาพันธ์ 2563 พบว่าสถานการณ์ระบาด COVID-19 ภายนอกจีน ส่งผลกระทบต่อการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากยุโรปและประเทศอื่น ผลกระทบจากโควิด-19 ยังสะเทือนไทยรุนแรงต่อเนื่อง ทั้งสุขภาพของคน หน้าที่การงาน การบิน การท่องเที่ยว ธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางอ้อม ภาคการผลิต และพนักงานที่ทำงานสายนี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาคการผลิตที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว (Indirect Impact) มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 8 แสนล้านบาท โดยธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด 3 อันดับ ประกอบด้วย ธุรกิจอุตสาหกรรมเหมืองแร่ การผลิตภาคเกษตร ธุรกิจค้าปลีก/ส่ง ทำให้ผลกระทบที่เกิดขึ้นมีผลทำให้มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลงไม่ต่ำกว่า 1.3 ล้านล้านบาท อาจทำให้เกิดการเลิกจ้าง/ การขาดรายได้ของแรงงานภาคการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน และภาคส่วนที่เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวอีกกว่า 1.3 ล้านคน โดยรวม ผลกระทบที่ทำให้แรงงานถูกเลิกจ้าง/ ขาดรายได้ไม่ต่ำกว่า 2.3 ล้านคน ทั้งนี้ รัฐมีมาตรการรองรับผลกระทบการระบาดของ COVID-19 ได้แก่ มาตรการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว ยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรการเยียวยาจากสภาวะวิกฤต มาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยว มาตรการที่ช่วยเหลือเยียวยาธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของกรมสรรพากร มาตรการผ่อนปรนเงื่อนไขการชำระเงินกู้ของธนาคารออมสิน สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

อย่างไรก็ตาม แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยหลังวิกฤตโควิด-19 การเตรียมพร้อมสำหรับปกติใหม่ (New Normal) สามารถทำได้โดยการระบุถึงกลุ่มลูกค้าที่มีอัตราการเติบโตที่สูง การพิจารณาถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับ New Normal เช่น การตัดสินใจโดยเฉียบพลันในการเดินทาง การคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัย การสร้างพันธมิตรระหว่างแบรนด์ที่เป็นที่ไว้ใจ และการเตรียมความพร้อมว่าคนเดินทางรุ่นใหม่มักจะใช้ Digital platform ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการใช้ Online Shopping

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบเพื่อให้เกิดเข้าใจความสามารถในการขายสินค้าการบริการทางด้านการท่องเที่ยวในแบบปรกติใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) อธิบายเรื่องการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำขึ้นเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางไปที่ยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะไกลหรือใกล้และการเดินทางนั้นจะค้างแรมหรือไม่ โดยจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรืออยู่ประจำแต่เป็นเพื่อไปวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ๆ คือ พักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและการบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษเพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อประชุมหรือสัมมนา

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยการบริการ

ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในมุมของของลูกค้าในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการ ที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและ ส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่องตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป

การบริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้นเราสามารถแบ่งระดับความความสำคัญของการบริการได้อยู่ 2 ระดับ ดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ คือ จะทำให้ลูกค้าการได้รับบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความปิติยินดี และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สอง ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถการรักษาลูกค้าเดิมการให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

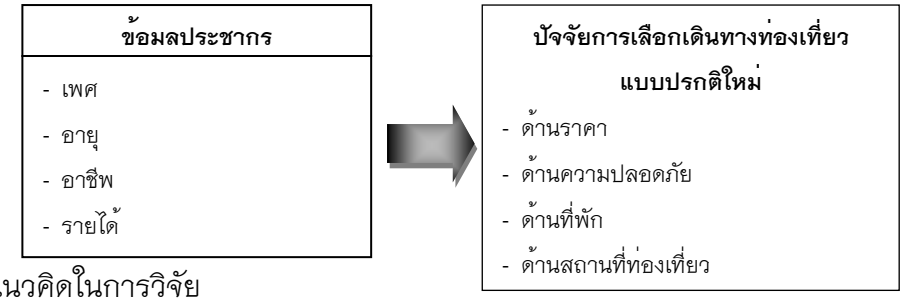
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักแบบปรกติใหม่

กุลวดี ราชภักดี (2545) กล่าวถึงความตระหนักว่า หมายถึงภาวการณ์ที่บุคคลเกิดความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นหรือประสบการณ์จากเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เป็นภาวะที่บุคคลเข้าใจและ

ประเมินสถานการณ์ที่เกี่ยวกับตนเองได้ โดยเกิดจากสภาวะจิตที่ยอมรับถึงภาวการณ์หรือความโน้มเอียงที่จะเลือกพฤติกรรมและปฏิบัติตนเพื่อแสดงต่อปัญหาหรือเหตุการณ์หนึ่งที่ได้ประสบ เกษม จันทร์แก้ว (2547) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งได้ฉุกคิด หรือเกิดความรู้สึกว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่ง ภายใต้สภาวะจิตใจที่สามารถแสดงออก ด้วยการพูด การเขียน การอ่านหรืออื่น ๆ โดยอาศัยระยะเวลา ประสบการณ์หรือสภาพแวดล้อมทางสังคม หรือสิ่งเร้าจากภายนอกให้เกิดความรู้สึกจากการสัมผัส การรับรู้ ความคิดรวบยอด การเรียนรู้หรือความรู้ ส่งผลให้เกิดความตระหนักและนำไปสู่พฤติกรรมที่แสดงออกในสิ่งนั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี โดยปัจจัยที่การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกกระทาสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักต้องตัดสินใจในการเลือกสินค้าและบริการต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ (ขวัญชนก เจริญสุข และณกมล จันทร์สม, 2555) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จึงมีการกำหนดขนาดตัวอย่าง ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{E^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่น

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากระทำการสุ่ม

E = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้นได้

ปริมาณแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาประมวลผลต้องอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ต้องมีจำนวนเท่ากับหรือมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ขึ้นไป จึงจะเป็นจำนวนที่สามารถนำมาประมวลผลเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรได้

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ออกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non–Probability Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล เพื่อทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเนื้อหาประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ดำเนินการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยในลักษณะการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non–Probability Sampling)

2) เก็บรวบรวมแบบสอบถาม ทั้งหมด 400 คน คิดเป็น 100% เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลต่อไป

3) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากโปรแกรม SPSS แปรผลเพื่ออธิบายให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่วิเคราะห์ข้อมูลโดย ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเพศชาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 พนักงานบริษัท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และเกษตรกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และไม่มีรายได้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยรวม

ปัจจัยการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านราคา	4.50	0.57	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัย	4.91	0.90	มากที่สุด
ด้านที่พัก	4.48	0.47	มาก
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.47	0.49	มาก
ภาพรวม	**4.65**	**0.43**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.43) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.91, S.D. = 0.90) ราคา ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.57) ที่พัก ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.47) สถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.49)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านราคา

ด้านราคา	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีราคาลดแลกแจกแถม	4.54	0.70	มากที่สุด
มีการจัดโปรโมชั่นครึ่งราคา	4.71	0.77	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ	3.63	0.77	มาก
ค่าบริการต่าง ๆ สามารถจองล่วงหน้าทั้งปี	3.68	0.75	มาก
ภาพรวมด้านราคา	**4.50**	**0.57**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.57) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ มีการจัดโปรโมชั่นครึ่งราคา ($\overline{X}$ = 4.71, S.D. = 0.77) ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีราคาลดแลกแจกแถม ($\overline{X}$ = 4.54, S.D. = 0.70) ค่าบริการต่างๆ สามารถจองล่วงหน้าทั้งปี ($\overline{X}$ = 3.68, S.D. = 0.75) ราคาเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ($\overline{X}$ = 3.63, S.D.= 0.77)

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
มีการใช้เทคโนโลยีลงทะเบียนการเข้า–ออกของนักท่องเที่ยว เพื่อติดตามภาวการณ์แพร่เชื่อโรค	4.89	0.87	มากที่สุด
ห้องน้ำ–ห้องสุขา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อตลอดเวลา	4.28	0.73	มากที่สุด
พนักงานมีการแต่งตัวมิดชิด ใส่หน้ากาก และมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนและหลังปฏิบัติงาน	4.98	0.95	มากที่สุด
มีการจัดเตรียมหน้ากาก เจลล้างมือ รวมทั้งตู้ฆ่าเชื้อโรคสำหรับนักท่องเที่ยว	4.83	0.81	มากที่สุด
ภาพรวมด้านความปลอดภัย	**4.91**	**0.90**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านความปลอดภัย โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.91, S.D.=0.90) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ พนักงานมีการแต่งตัวมิดชิด ใส่หน้ากาก และมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนและหลังปฏิบัติงาน ($\overline{X}$ = 4.98,S.D. = 0.95) มีการใช้เทคโนโลยีลงทะเบียนการเข้า–ออกของนักท่องเที่ยว เพื่อติดตามภาวการณ์แพร่เชื่อโรค ($\overline{X}$ = 4.89, S.D. = 0.87) มีการจัดเตรียมหน้ากาก เจลล้างมือ รวมทั้งตู้ฆ่าเชื้อโรคสำหรับนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.83, S.D. =0.81) ห้องน้ำ–ห้องสุขา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อตลอดเวลา ($\overline{X}$ = 4.28, S.D.= 0.73)

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านที่พัก

ด้านที่พัก	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันจากโรคระบาดทางเดินหายใจอย่างละเอียด	3.61	0.66	มาก
มีการสถานที่ให้บริการในบริเวณที่พักคำนึงถึงระยะห่าง	3.47	0.83	มาก
มีการผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว	3.49	0.76	มาก
มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาด (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	3.58	0.85	มาก
ภาพรวมด้านที่พัก	**4.48**	**0.47**	**มาก**

จากตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านที่พัก โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.48, S.D.= 0.47) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันจากโรคระบาดทางเดินหายใจอย่างละเอียด ($\overline{X}$ = 3.61, S.D. = 0.66) มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาด (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน ($\overline{X}$ = 3.58, S.D. = 0.85) มีการผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.49, S.D. = 0.76) มีการสถานที่ให้บริการในบริเวณที่พักคำนึงถึงระยะห่าง ($\overline{X}$ = 3.47, S.D. = 0.83)

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต	3.13	0.87	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.50	0.83	มาก
กิจกรรมที่น่าสนใจความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์	3.57	0.73	มาก
ใช้เวลาการเดินทางไม่ไกลมาก	4.06	0.85	มาก
ภาพรวมด้านสถานที่ท่องเที่ยว	**4.47**	**0.49**	**มาก**

จากตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.47, S.D. = 0.49) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ใช้เวลาการเดินทางไม่ไกลมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.85) กิจกรรมที่น่าสนใจความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ ($\overline{X}$ = 3.57, S.D. = 0.73) สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\overline{X}$ = 3.50, S.D. = 0.83) แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต ($\overline{X}$ = 3.13, S.D. = 0.87)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.43) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย อันดับแรก คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.91, S.D. = 0.90) ซึ่งสอดคล้องกับ ไชยวัฒน์ อัศว์ไชยตระกูล (2556) ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ตนไม่คุ้นเคย นักท่องเที่ยวมักจะต้องสร้างความมั่นใจให้กับตนเองว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นปลอดภัย เพราะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นความสมัครใจ การท่องเที่ยวจะหยุดชะงักทันทีถ้าหากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีอันตราย ซึ่งสอดคล้องกับ นรเศรษฐ์ คำสี (2560) การรับรู้เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการก่อการร้าย ปัจจัยด้านปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง ปัจจัยด้านปัญหาสุขอนามัยและโรคติดต่อ ปัจจัยด้านภัยธรรมชาติ ปัจจัยด้านการเกิดอาชญากรรม ปัจจัยด้านการเกิดอุบัติเหตุ และภาพรวม แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สถานการณ์ปัจจุบันในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวและชาวต่างประเทศนั่น จากปัจจัยเรื่องการรับรู้ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้ง 6 ด้าน นั่น ซึ่งจากเดิมที่ผ่านมานั่นความปลอดภัยด้านการก่อการร้ายและปัญหาด้านการเกิดอาชญากรรมมีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการท่องเที่ยวแบบปรกติใหม่ คือ ปัจจัยด้านปัญหาสุขอนามัยและโรคติดต่อมากที่สุดเป็นอันอับแรก ทำให้หน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งรัฐและเอกชน จึงต้องหันมาใส่ใจและวางแผนรับรองอย่างจริงจัง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถคาดคิดมาก่อนรวมทั้งประเมินสถานการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะรุนแรงได้ผลกระทบไปทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับ Kurež and Prevolšek (2015) ได้แบ่งผลกระทบจากการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวไว้ ทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. ผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อเกิดเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว คือ เกิดการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวลดลง ระยะเวลาของการอาศัยในสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยลง เป็นต้น

2. ผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เมื่อเกิดเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวโดยทันที เมื่อเกิดการรับรู้ความเสี่ยงเหล่านี้แล้วจะส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการยกเลิกการจองที่พัก ตั๋วเครื่องบิน และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่เมื่อนักท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดความไม่ปลอดภัยอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวจะมองหาสถานที่ที่ปลอดภัยและย้ายไปยังสถานที่เหล่านั้น

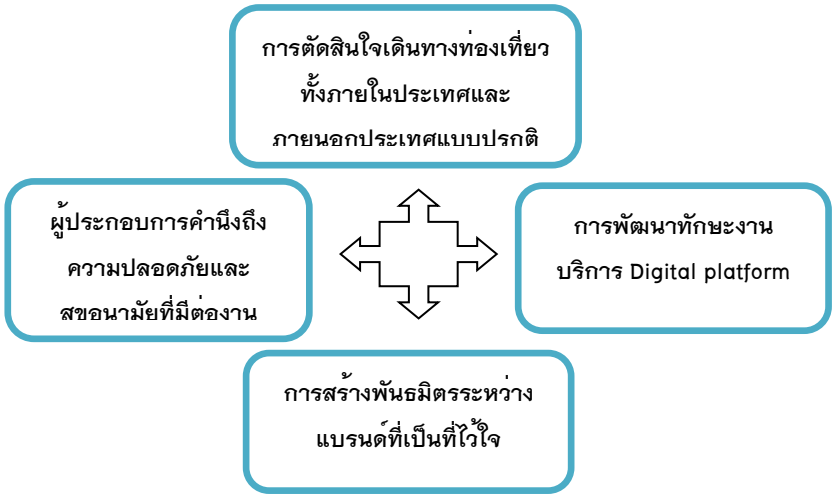
3. ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เหตุการณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมหาศาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจะส่งผลกระทบมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. ผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ สื่อมีความสำคัญมากต่อการเผยแพร่ข่าวในเรื่องเหตุการณ์ความปลอดภัย ซึ่งบางครั้งสื่อก็เสนอข้อมูลที่ไม่เป็นธรรมและเกินกว่าเหตุการณ์จริง ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว

จากผลกระทบ 4 ด้าน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผลกระทบในด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบในลักษณะ 360 องศา ทั่วสารทิศ ไม่ใช่ผลกระทบที่ส่งผลในลักษณะเจาะจงแค่เฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างเดียว ยังส่งผลกระทบในเชิงของระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกรวมทั้งพฤติกรรมในการตัดสินของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการรับรู้ข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วในระบบสื่อออนไลน์ที่ไร้พรมแดน เป็นต้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด การสร้างพันธมิตรระหว่างแบรนด์ที่เป็นที่ไว้ใจ และการเตรียมความพร้อมว่าคนเดินทางรุ่นใหม่มักจะใช้ Digital platform ที่หลากหลาย เพื่อลดการเผชิญหน้าและสัมผัสโดยตรง



ภาพที่ 2 ปัจจัยการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ สิ่งใหม่ที่ยังเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญคือ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนไปสู่ New Normal ที่ทำให้ผู้ประกอบการจำต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจการบริการใหม่ (New Business Norms) เช่นกัน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เช่น การให้บริการทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากโควิด–19 ถึงแม้ว่าจะส่งผลกระทบต่อรายได้ แต่ก็เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ขณะที่ผู้ประกอบการหลายรายเผชิญกับสภาพคล่องที่จำกัด ทำให้ยังต้องระมัดระวังควบคุมรายจ่ายโดยให้มีผลต่อการบริการน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในสต็อกสินค้า การจ้างงาน หรือการจัดกิจกรรมการตลาดที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนกลยุทธ์เพิ่มเติมในส่วนเรื่องความปลอดภัยด้านสุขภาพปละการป้องกันโรคระบาดแบบปรกติใหม่ ซึ่งผลจากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ที่มีความสำคัญอันดับแรกมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย

2. ผู้ประกอบการมีการวางแผนการตลาด เพื่อดึงดูดใจให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นในช่วงสถานการณ์ปกติใหม่ ซึ่งผลจากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ เป็นอันดับที่สอง คือ ด้านราคา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตนในรูปแบบปรกติใหม่สำหรับงานบริการ

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบปรกติใหม่

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *รายงานสรุปการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยว; สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521

กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

กุลวดี ราชภักดี. (2545). *ความตระหนักและการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของนักศึกษาในหอพักสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เกษม จันทร์แก้ว. (2547). *การจัดการสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสาน.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ขวัญชนก เจริญสุข และณกมล จันทร์สม. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ศูนย์การค้าเทอร์มินอล ทเวนตี้วัน. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ,* 2(2), 217–235.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). *การจัดการการท่องเที่ยว.* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นรเศรษฐ์ คำสี. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ไชยวัฒน์ อัศว์ไชยตระกูล. (2556). *การรับรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.

Kurež, B., & Prevolšek, B. (2015). Influence of Security Threats on Tourism Destination Development. *TIMS Acta,* 9(2), 159–168. DOI: 10.5937/timsact9–8126.