

ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวใน  
ประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติภายหลังการแพร่  
ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Risk Factors and Travel Intentions of Foreign Tourists  
to Visit Thailand After the Covid-19 Pandemic

พัทธรียา หลักเพชร<sup>1\*</sup>

Patthareeya Lakpetch<sup>1\*</sup>



<sup>1</sup> คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ 10240

<sup>1</sup> Hospitality Administration, Graduate School of Tourism Management, Bangkok, 10240, Thailand

\* Corresponding author: E-mail address: dr.patthareeya@yahoo.com

(Received: February 13, 2022; Revised: January 24, 2023; Accepted: February 8, 2023)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบการดำเนินชีวิต และปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยสามารถจัดได้ 4 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มรักการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า 2) กลุ่มชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา 3) กลุ่มศึกษาสนใจศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้ และ 4) กลุ่มรักผจญภัยค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยว ตามลำดับ ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างขึ้นอยู่กับรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง ทักษะคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การลดความเสี่ยงที่เป็นตัวแปรกำกับ โดยแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีเอกลักษณ์เฉพาะต่างกัน

**คำสำคัญ:** การเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

## Abstract

This research aimed to 1) categorize foreign tourists visiting Thailand into groups based on their lifestyles and pull factors of tourist attractions and 2) examine risk factors and travel intentions of tourists to visit Thailand after the COVID-19 Pandemic. The findings concluded that the foreign tourists visiting Thailand could be classified into four groups: 1) nature and budget-oriented travelers 2) luxury travelers 3) cultural immersers, and 4) idealized experience seekers. Concerning the risk factors and the travel intentions of tourists to visit Thailand after the COVID-19 Pandemic, it can be concluded that their intentions depended upon travel risk perceptions, opinions on travel risks, degrees of travel risk tolerance, and risk reduction strategies which were considered to be a moderator variable. Also, each group of foreign tourists was found to have its own identity.

**Keywords:** Travel Tourism, Inbound Foreign Tourists, COVID-19 Pandemic

## บทนำ

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากการศึกษาที่กิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกหยุดชะงักลงซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความวิตกกังวล และความกลัวเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (Travel Risk Attitudes) ทำให้ระดับความตั้งใจที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว [1] ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยวัตถุประสงค์เพื่อทำงานพักผ่อนหรือท่องเที่ยวในวันหยุดหรือตามเทศกาลลดลงอย่างมาก [2] อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยว ภาครัฐบาลมีการกำหนดกลยุทธ์การลดความเสี่ยง (Risk Reduction Strategies) โดยสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) เช่น การสวมหน้ากากออกจากเคหสถาน การหมั่นล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายเมื่อไปตามสถานที่ต่าง ๆ การตรวจเชื้อโควิดโดยวิธี Rapid Antigen Test ด้วย Polymerase chain reaction (RT-PCR) หรือ Antigen Test Kit (ATK) รวมถึงการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) ตลอดจนเตรียมความพร้อม ภาคการท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 โดยอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในระยะแรกมีการกำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวต้นแบบ เช่น ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) การมีมาตรการป้องกันการติดเชื้อและดูแลด้านสุขอนามัยให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเดินทางโดยเฉพาะทางเครื่องบินแบบไม่ต้องกักตัวแต่ต้องได้รับวัคซีนครบ 2 เข็มและต้องเป็นประชาชนจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำ เป็นต้น [3] แต่ถึงกระนั้นแม้ว่าทางภาคการท่องเที่ยวจะได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐจากมาตรการป้องกันดังกล่าว ความหวาดกลัวต่อการติดเชื้อ COVID-19 และความกังวลในภาวะสุขภาพของนักท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ สิ่งนี้ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Risk Perception) ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยว ณ ประเทศและเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทาง ระดับความรุนแรงและความอ่อนไหวต่อความเสี่ยงจากการเดินทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ (Degree of Risk Tolerance: DRT) อาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกลัวในการเดินทาง ซึ่งนำไปสู่แรงจูงใจในการลดทอนความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (Travel Intention) แม้ว่าสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าวจะอยู่ในสภาวะที่เริ่มคลี่คลายลงแล้วก็ตาม [4]

ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีใหม่ การเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง และการปรับตัวทางด้านธุรกิจและบริการให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เนื่องจากความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจึงมีความจำเป็นที่จะศึกษา ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยอาศัยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุต่าง ๆ เช่น การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง ทักษะคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว กลยุทธ์การลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand) ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวตามแนววิถีปกติใหม่ (New Normal) และฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง อันส่งผลต่อภาวะทางเศรษฐกิจของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของประเทศในทิศทางที่ดีขึ้นต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Pull factors)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

## การทบทวนวรรณกรรม

**ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Travel Motivation Theories)** ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ตามหลักการทางทฤษฎีแรงผลัก (Push factors) และทฤษฎีแรงดึง (Pull factors) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากสิ่งจูงใจ 4 ประการ ได้แก่ สิ่งจูงใจทางกายภาพ สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล และสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้จะกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หรือ แรงผลัก (push factors) เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพักผ่อน การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด การพบสิ่งใหม่ ๆ ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ ๆ และโอกาสในการเข้าสังคมและติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ ในขณะที่ แรงดึง (Pull factors) ยังประกอบด้วยปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว นั้น และตัดสินใจย้ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง [5]

นอกจากนี้ ทฤษฎีของ Plog ที่ว่าด้วยจิตวิทยาของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (psychographic of Tourism Destinations) มีการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มโดยกำหนดจากบุคลิกภาพ และความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยได้ทำการวิจัยโดยแบ่งนักท่องเที่ยว เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันออกเป็นคือ 1) กลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบ Allocentric คือ มีความนิยมในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่แปลกใหม่ไม่ต้องกังวลเรื่องเชื้อชาติภาษา หรือวัฒนธรรม เพราะมีความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เสมอ อีกด้านหนึ่งคือ 2) กลุ่มที่มีบุคลิกภาพแตกต่างจากกลุ่มแรกอย่างสิ้นเชิงกล่าวคือ psychocentric มักนิยมท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่ปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยงโดยจะเลือกไปในสถานที่ที่คุ้นเคยหรืออย่างน้อย ต้องมีภาษาและวัฒนธรรมที่คล้ายกัน [6]

นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตถือว่า มีบทบาทอย่างมากในการดำเนินการตลาดในปัจจุบัน นอกเหนือจากตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ควรศึกษาปัจจัยภายใน เช่นแรงจูงใจ ความต้องการ ความสนใจ ทักษะคิด ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีผลการพฤติกรรมกรบริโภค ซึ่งในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะศึกษาลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ธรรมเนียมปฏิบัติ ค่านิยม ความสนใจ ทักษะคิด และรูปแบบการใช้ชีวิตเพื่อสร้างแรงดึงดูดของจุดหมายปลายทางที่ตรงตามความต้องการ [7]

**การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Perception: TRP)** ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสมดุลระหว่างการให้และการได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยว [8] เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อลูกค้ามักจะสัมผัสถึงความกังวลเมื่อได้รับข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการในอนาคตของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยว โดยการรับรู้ความเสี่ยงมักจะเกิดจากความคาดหวังเกี่ยวกับโอกาสการสูญเสีย [9] โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากความสูญเสียมีโอกาสเกิดขึ้นสูง การรับรู้ความเสี่ยงจะเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

**ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Attitudes: TRA)** ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง เกิดขึ้นจากความรู้สึกวิตกกังวล โดยการตอบสนองทางอารมณ์ต่อความเครียดและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น หรือความเสี่ยงที่ได้เกิดขึ้นจริง ความรู้สึกดังกล่าวยังรวมถึงความรู้สึกประหม่า วิตก เครียด เพราะบาง หวาดกลัว ตื่นตระหนก ความคับข้องใจและความอึดอัดใจที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางที่มีความเสี่ยงและไม่แน่นอน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีการประเมินผลกระทบที่แตกต่างกันตามอัตวิสัย ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจคิดว่าจุดหมายปลายทางที่ท่องเที่ยวอาจน่ากลัวและอันตราย ในขณะที่นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจมองว่าสถานที่เดียวกันนั้นน่าดึงดูดใจสนุกและตื่นเต้น เป็นต้น [10]

**ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว (Degree of Risk Tolerance: DRT)** เป็นระดับความเสี่ยงของเหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาดความเสียหาย ความสูญเสียเปล่า หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ภายใต้สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอน โดยสามารถวัดจากผลกระทบ (Impact) ที่จะได้รับและโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์ ซึ่งความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวทั้งในระดับเหตุการณ์ และในระดับปฏิบัติการ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเงิน และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านความปลอดภัยจากอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น [11]

**กลยุทธ์การลดความเสี่ยง (Risk Reduction Strategies: RRS)** เป็นวิธีกระบวนการวางแผนการบริหารและการจัดการลดความเสี่ยง เพื่อช่วยในการตัดสินใจของบุคคลหรือธุรกิจในการหาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด ทั้งการลดความเสี่ยง ด้วยวิธีการป้องกัน เพื่อมิให้มีความเสียหายเกิดขึ้น ลดจำนวนครั้งของความเสียหาย ที่เรียกว่า (Mitigation Plan) หรือการที่บุคคลหรือองค์กรนั้นยินยอมที่จะรับภาระความเสี่ยงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นไว้เอง เนื่องจากเล็งเห็นว่า มีโอกาส หรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดความเสียหายอยู่ในวิสัยที่การกระทำของบุคคลหรือธุรกิจนั้นยอมรับได้ [1]

**ความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand: TIV)** ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว สังเกตจากการกระทำและความต้องการในการตอบสนองความตั้งใจนั้น โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น 1) เป้าหมาย 2) ความพร้อม เวลาที่เพียงพอ และการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว 3) สถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง และไม่มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว หรือสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย ความปลอดภัย มาตรการจัดการ หรือเงื่อนไข ณ จุดหมายปลายทางนั้น 4) การตอบสนอง เป็นการตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตั้งใจไว้แล้วของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด การวางแผน การเดินทาง หรือการจองที่พัก การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า [5] โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความทรงจำที่ดีคือ คุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว (Travel Intention to visit Thailand) ได้อีกด้วย

จากทฤษฎีข้างต้นผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวทางการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างในพฤติกรรมความสนใจและความคิดเห็น รวมทั้งปัจจัยโครงสร้างเชิงสาเหตุ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel

Risk Perception) ทศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Degree of Risk Tolerance) ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว (Degree of Risk Tolerance) กลยุทธ์การลดความเสี่ยง (Risk Reduction Strategies) ความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand) (H1-H5) เพื่อเตรียมการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยอาศัยวิธีทฤษฎีทางสถิติขั้นสูงด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ PLS Path Modeling สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

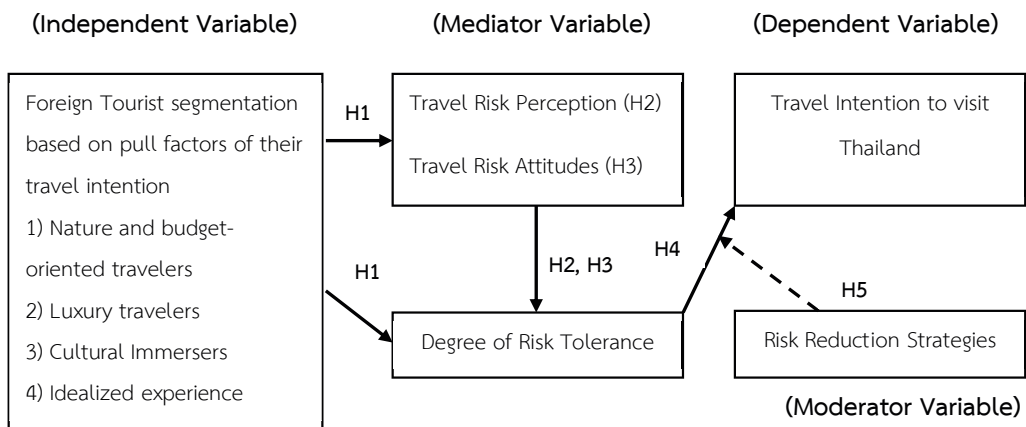


Figure 1. Conceptual Model

Source: Adapted from Chansawat, N. (1978); Sakolart, P. (2020); Loureiro (2014); Luo et al. (2020); Peterson & Wilson (1983)

### ระเบียบวิธีการวิจัย

สำหรับวิธีทฤษฎีทางสถิติขั้นสูงที่ใช้คือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุด (Partial Least Squares Path Modeling: PLS Path Modeling)

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัย** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากขนาดประชากรใหญ่และมีการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้ไม่ทราบตัวเลขสถิติที่แน่นอน จึงได้ใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างวิจัย ด้วยสูตร [12] ดังนี้

$$SS = \frac{Z^2(p) * (1-p)}{c^2}$$

สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม (p) = 50% หรือ 0.50, ความเชื่อมั่น (Z) 95% = 1.96 และยอมให้คลาดเคลื่อน (c) = 5% หรือ 0.05 คำนวณขนาดตัวอย่าง (SS) = 384.16 ≈ 384 คน ทั้งนี้เพื่อให้สัดส่วนในการคำนวณลงตัว จึงได้ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 400 คน ในการคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) [4] ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่ง

ออกเป็น (1) ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ (2) ทำอากาศยานดอนเมือง ทำอากาศยานแห่งละ 200 คน ในเที่ยวบิน กรุงเทพฯ-ภูเก็ต สำหรับกลุ่มประชากรศึกษานักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามแผนการผ่อนคลาตามมาตรการป้องกันไวรัสโคโรนา โควิด-19 ระยะที่สอง ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2564-30 กันยายน 2564 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้รับการฉีดวัคซีนครบตามที่กำหนดและมีหลักฐานรับรองการฉีดวัคซีนโดยไม่จำเป็นต้องกักตัวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตเท่านั้น (Phuket sandbox policy) ส่วนในพื้นที่อื่น ต้องดำเนินการกักตัว 7 วัน [13] หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยแต่ละทำอากาศยานจะสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยและสมัครใจบริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก เที่ยวบิน กรุงเทพฯ- ภูเก็ต ให้ข้อมูลเพื่อให้ขนาดตัวอย่างตามที่คำนวณได้คือ 400 คน ซึ่งสอดคล้องกับขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในลักษณะ Variance-based SEM: VBSEM หรืออาจเรียกว่า Component-Based SEM ด้วยวิธี Ordinary Least Squares (OLS) ครอบคลุมอย่างน้อย 30 ตัวอย่าง [14]

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) ประกอบด้วย ส่วนแรก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) ส่วนที่สอง รูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์การจัดกลุ่มความเหมือน (Homogeneous Cluster Analysis) และส่วนที่สาม ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง ทศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว กลยุทธ์การลดความเสี่ยง และความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ (5=มากที่สุด, 4=มาก, 3=ปานกลาง, 2=น้อย และ 1=น้อยที่สุด)

**การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ** การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นั้นใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence Index) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งสิ้น 3 คน [15] ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่า แบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาเนื่องจากค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อคำถาม [25] รวมถึงมีความเชื่อมั่น (Reliability) เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค อยู่ระหว่าง 0.7352-0.9223 ผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป [16]

**การวิเคราะห์ข้อมูล** โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS version 14.0 เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การสกัดปัจจัยใช้วิธีตัวประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) โดยหมุนปัจจัยแบบ Varimax เพื่อจำแนกกลุ่มตัวแปรหรือปัจจัยจากรูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) เป็นการจัดกลุ่มของตัวอย่างเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มรูปแบบดำเนินชีวิต จะใช้หลักเกณฑ์โดยการพิจารณาค่าคะแนนองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร เพื่อหาลักษณะเด่นของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์แบบ K-Mean Cluster Analysis [17] ตลอดจนการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ WarpPLS version 3.0 เพื่อวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM)

## สรุปผล

### วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Pull factors)

ผลจากการวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (pull factors) จำนวน 34 ตัวแปร จากการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การสกัดปัจจัยใช้วิธีตัวประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) โดยหมุนปัจจัยแบบ Varimax ประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 ด้านจิตพิสัยภายในของบุคคล กลุ่มที่ 2 ด้านกลุ่มอ้างอิงสังคมและกิจกรรมนันทนาการ กลุ่มที่ 3 ด้านความเป็นแก่นแท้และความคุ้มค่า กลุ่มที่ 4 ด้านกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มที่ 5 ด้านลักษณะธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มที่ 6 ด้านความสะดวกและความสะอาด กลุ่มที่ 7 ด้านการหลีกเลี่ยงความจำเจ และกลุ่มที่ 8 ด้านผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**Table 1** Factors of lifestyle and Pull Factors of Tourist attraction from Exploratory Factor Analysis (EFA)

Lifestyles and Pull Factors of Tourist Attractions	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
L1.2 I have little self confidence in travelling.	0.831	-0.021	-0.058	-0.006	-0.018	-0.066	-0.018	0.133
L1.3 I have low social interests when travelling.	0.760	-0.041	0.069	-0.019	-0.052	-0.032	0.056	0.083
L2.4 To me, much of the authenticity is derived from stories and ideas about the destination's local people, things and phenomena.	0.729	-0.086	-0.163	-0.073	-0.053	0.077	0.163	0.122
L1.1 I like travelling in tours.	0.719	0.080	0.015	-0.006	0.052	-0.128	0.024	0.006
L2.3 I have no interest in the destination's local people and culture when I travel.	0.705	0.010	-0.031	-0.098	-0.113	0.091	0.111	0.261
L3.1 I usually use travel organizations to arrange trip itineraries and travel as program.	0.678	0.047	-0.211	0.004	0.053	0.054	0.294	-0.119

**Table 1** Factors of lifestyle and Pull Factors of Tourist attraction from Exploratory Factor Analysis (EFA) (continued)

Lifestyles and Pull Factors of Tourist Attractions	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
L3.2 When I travel, I know quite well what to expect and am not usually for surprises.	0.554	0.028	-0.096	-0.061	0.035	0.091	0.424	-0.076
S13 Interaction with other tourists	0.052	0.747	0.019	0.052	0.136	0.069	0.043	-0.088
S15 Sports activities	-0.001	0.671	0.130	0.102	0.125	0.144	-0.016	0.109
S14 Nightlife	-0.036	0.669	0.207	0.072	0.057	0.011	-0.015	0.197
S17 Prior visit to destination	0.007	0.576	0.101	0.341	0.170	0.230	-0.051	-0.107
S12 Presence of friends and family	-0.082	0.545	0.164	0.141	0.209	0.074	0.093	-0.294
S16 Tourist attractions	0.065	0.517	0.289	0.470	0.162	0.030	0.036	0.055
S23 Feasible price in terms of budget	-0.063	0.121	0.779	0.156	0.198	0.121	-0.045	-0.006
S24 Most inexpensive destination	-0.004	0.286	0.725	-0.011	0.088	0.072	-0.039	-0.046
S21 Local cuisine	-0.175	0.090	0.691	0.239	0.184	0.175	-0.047	0.036
S22 Local lifestyle	-0.088	0.156	0.690	0.262	0.144	0.263	0.019	-0.019
S9 Cultural activities	-0.067	0.223	0.160	0.793	0.169	0.179	-0.040	-0.117
S8 Historic sites or places	-0.094	0.128	0.152	0.786	0.154	0.162	0.046	-0.162
S10 Interesting town or cities	-0.047	0.177	0.171	0.744	0.107	0.188	-0.076	0.061
S1 Beaches	-0.036	0.177	0.138	0.127	0.744	0.070	-0.064	0.060
S2 Climate	-0.039	0.155	0.119	0.028	0.743	0.180	-0.037	0.105
S4 Landscape	-0.064	0.128	0.268	0.307	0.658	0.150	-0.026	0.046
S11 Contact with nature	-0.084	0.229	0.314	0.343	0.512	0.056	-0.095	-0.167
S19 Facilities for children and/or the elderly	0.035	0.453	0.139	0.128	-0.097	0.605	-0.156	-0.065
S3 Cleanliness and hygiene	0.156	0.136	-0.056	0.040	0.495	0.561	0.036	-0.040
S5 Peace and quiet	0.048	0.100	0.190	0.082	0.439	0.503	0.071	-0.063
S18 Easy access	0.006	0.399	0.164	0.252	0.061	0.503	-0.179	0.141

**Table 1** Factors of lifestyle and Pull Factors of Tourist attraction from Exploratory Factor Analysis (EFA) (continued)

Lifestyles and Pull Factors of Tourist Attractions	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
L3.3 When I travel, comfort is very important.	-0.003	-0.052	0.013	-0.006	0.060	0.003	0.683	0.356
L3.4 When I travel, I usually use infrastructure (e.g., hotels, tourist attractions) developed for tourists.	0.304	-0.045	-0.114	0.026	-0.027	0.097	0.601	0.222
L1.4 I prefer a familiar tourism destination with virtually no element of adventure or risk-taking.	0.360	-0.086	0.122	-0.089	-0.084	-0.138	0.544	-0.131
L1.5 I prefer typical tourist sites.	0.272	0.223	-0.093	0.004	-0.172	-0.115	0.528	-0.124
L2.2 I have no interest in clean transport when I travel.	0.121	0.019	-0.013	-0.067	0.113	-0.066	-0.009	0.757
L2.1 I have little interest in ecological matters when I travel.	0.230	0.025	-0.010	-0.076	-0.024	0.024	0.279	0.624

หมายเหตุ: ค่า KMO (Kaiser-Meyse-Olkin)=0.883; >0.50), Bartlett's Test of Sphericity= 7739.600\*  
 นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (P=0.000) เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากนั้นวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) แบบ K-Means Clustering ได้รูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมจำนวน 4 กลุ่มด้วยกัน ดังตารางที่ 2

**Table 2** Lifestyle and Pull Factors of Tourist Attraction Derived from Cluster Analysis

Factor Analysis	Cluster			
	1	2	3	4
Group 1: Personal Intrinsic Psychographics	-0.468	-0.480	-0.397	1.235
Group 2: Social reference groups and recreation	-0.488	0.465	-0.117	-0.134
Group 3: Value-based Concerns and Authenticity	0.946	0.186	-0.184	-0.472
Group 4: Activities and Cultural Attractions	-1.023	0.148	0.582	-0.325
Group 5: Nature-based Attributes of Tourist Attractions	0.471	-0.361	0.190	-0.059

**Table 2** Lifestyle and Pull Factors of Tourist Attraction Derived from Cluster Analysis (continued)

Factor Analysis	Cluster			
	1	2	3	4
Group 6: Convenience and Cleanliness-oriented	-0.069	0.702	-0.522	-0.138
Group 7: Escape Boredom	-0.039	-0.430	0.549	-0.142
Group 8 Environmental Impact-Oriented	0.083	0.102	-0.266	0.155

Remarks: Factor Score > 0.50 (Dominant Factors)

Factor Score between 0.25-0.49 (Minor Factors)

Factor Score < 0.25-0.49 (General Factors)

การนำผลที่ได้ศึกษาจากการจัดกลุ่มไปหาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางลักษณะประชากรศาสตร์ของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรป อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด และมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย สามารถสรุปโดยสังเขปดังนี้

### กลุ่มที่ 1 “กลุ่มรักการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า”

นักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มรักการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า มีลักษณะเด่นคือ ไม่สนใจกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนลักษณะรองได้แก่ ไม่เป็นกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงสังคมและกิจกรรมนันทนาการ ให้ความสำคัญกับลักษณะธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว และไม่เป็นกลุ่มที่เดินทางตามลักษณะจิตพิสัยภายในของบุคคล (psychographic) เช่น เจตคติ ความเชื่อ ทศนคติ และ ค่านิยม โดยมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์คือ เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรป 26-35 ปี อายุโดยเฉลี่ย 33.16 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อปีโดยรวมมากกว่า 48,000 USD และมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

### กลุ่มที่ 2 “กลุ่มชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา”

นักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา มีลักษณะเด่นคือชื่นชอบความสะดวก การบริการครบวงจรและความสะอาด ส่วนลักษณะรองได้แก่ ไม่เน้นการเดินทางท่องเที่ยวตามจิตพิสัยภายในของบุคคล อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ และ ไม่เป็นกลุ่มที่สนใจการอ้างอิงสังคมและกิจกรรมนันทนาการ ไม่มีจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์คือ เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรป 26-35 ปี อายุโดยเฉลี่ย 33.26 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อปีโดยรวมน้อยกว่า 12,000 USD และมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

### กลุ่มที่ 3 “กลุ่มสนใจศึกษาวีถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้”

นักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มสนใจศึกษาวีถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้ มีลักษณะเด่นได้แก่ เน้นการเดินทางที่มีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หลีกเลี่ยงความจำเจ ไม่เน้นความสะดวกหรือการบริการแบบครบวงจรและความสะอาด ส่วนลักษณะรองได้แก่ ไม่เน้นการเดินทางท่องเที่ยวตามลักษณะจิตพิสัยภายในของบุคคล มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์คือ เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรป 26-35 ปี อายุโดยเฉลี่ย 33.16 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อปีโดยรวมน้อยกว่า 12,000 USD และมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

#### กลุ่มที่ 4 “กลุ่มรักผจญภัยค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยว”

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มรักผจญภัยค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยว มีลักษณะเด่นคือการเดินทางท่องเที่ยวตามลักษณะจิตพิสัยภายในของบุคคล(psychographic) เช่น ความสนใจ ทักษะคิด เจตคติ ค่านิยม บุคลิกภาพ และความเชื่อ ส่วนลักษณะรองได้แก่ ความไม่เป็นกันแท้และความคุ้มค่า ไม่เน้นกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์คือเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปยุโรป 26-35 ปี อายุโดยเฉลี่ย 32.72 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อปีโดยรวมน้อยกว่า 12,000 USD และมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

#### วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์โมเดลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ WarpPLS version 3.0 ได้ดังภาพที่ 2

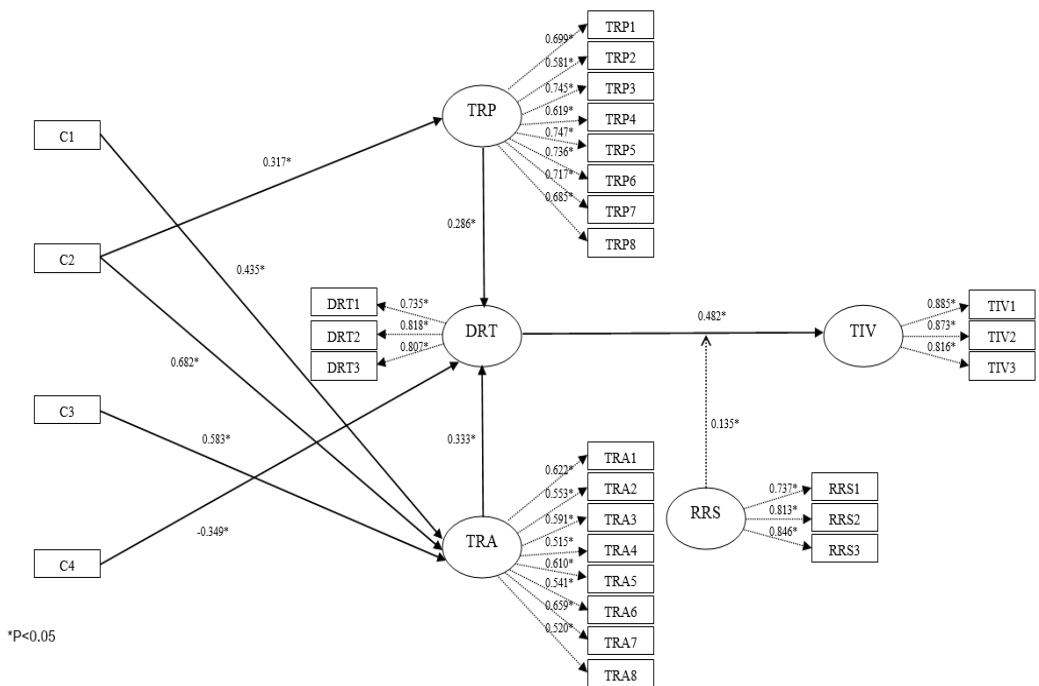


Figure 2 Risk and Travel Intention Factors to Thailand among Foreign Tourists after the COVID-19 Pandemic

ในแต่ละองค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต่างมีทั้งความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability:  $\rho_c$ ) อยู่ระหว่าง 0.800 ถึง 0.894 ซึ่งผ่านเกณฑ์คือมากกว่า 0.60 [18] ถึงแม้ว่าค่าความผันแปรของค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้ (Average Variance Extracted:  $\rho_v$ ) มีบางค่า

เท่ากับ 0.335 และ 0.481 ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์มากกว่า .50 ก็ตาม แต่กระนั้นให้พิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.515 ถึง 0.885 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (ค่าสัมบูรณ์) แทน [19] บ่อยครั้งที่ค่าความผันแปรของ ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้จะมีค่าต่ำกว่า 0.50 เมื่อเป็นเช่นนี้ให้พิจารณาที่ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability:  $\rho_c$ ) ซึ่งควรมากกว่า 0.60 รวมกับค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ซึ่งควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (ค่าสัมบูรณ์) [20] แทน ดังตารางที่ 3

**Table 3** Convergent Validity Analysis

Variables		$\lambda$	R <sup>2</sup>	$\rho_c$	$\rho_v$
<b>TRP</b>	<b>Travel Risk Perception</b>			<b>0.880</b>	<b>0.481</b>
TRP1	TRP of Health	0.699*	0.489		
TRP2	TRP of Political Instability and legal regulation	0.581*	0.338		
TRP3	TRP of Terrorism	0.745*	0.555		
TRP4	TRP of Strange Foods	0.619*	0.383		
TRP5	TRP of Cultural Barriers	0.747	0.558		
TRP6	TRP of Political & Religion Dogma	0.736*	0.542		
TRP7	TRP of Crime risks	0.717*	0.514		
TRP8	TRP of Satisfaction and service performance risk	0.685*	0.469		
<b>TRA</b>	<b>Travel Risk Attitudes</b>			<b>0.800</b>	<b>0.335</b>
TRA1	TRA of Health	0.622*	0.387		
TRA2	TRA of Political Instability and legal regulation	0.553*	0.306		
TRA3	TRA of Terrorism	0.591*	0.349		
TRA4	TRA of Strange Foods	0.515*	0.265		
TRA5	TRA of Cultural Barriers	0.610*	0.372		
TRA6	TRA of Political & Religion Dogma	0.541*	0.293		
TRA7	TRA of Crime risks	0.659*	0.434		
TRA8	TRA of Satisfaction and service performance risk	0.520*	0.270		
<b>DRT</b>	<b>Degree of Risk Tolerance</b>			<b>0.830</b>	<b>0.620</b>
DRT1	DRT of Perceived Behavioral Control	0.735*	0.540		
DRT2	DRT of Subjective norms	0.818*	0.669		
DRT3	DRT of Anticipated Emotion	0.807*	0.651		
<b>RRS</b>	<b>Risk Reduction Strategies</b>			<b>0.842</b>	<b>0.640</b>
RRS1	References from relatives and friends	0.735*	0.540		
RRS2	Gathering any information	0.818*	0.669		
RRS3	Consult with people who had previously visited	0.807*	0.651		

**Table 3** Convergent Validity Analysis (continued)

Variables		$\lambda$	$R^2$	$\rho_c$	$\rho_v$
TIV	Travel Intention to visit Thailand			0.894	0.737
TIV 1	Definitely visit Thailand	0.885*	0.783		
TIV 2	Certainly, recommend Thailand	0.873*	0.762		
TIV 3	Likely to be Thailand	0.816*	0.666		

\* $P < 0.05$ 

นอกจากนี้ยังมีความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เนื่องจากความตรงของมาตรวัดของแต่ละ construct ที่สามารถแยกวัดได้เฉพาะเรื่องของตน ไม่ปนเปื้อนกับมาตรวัดของ construct อื่น พิจารณาจากค่า  $\sqrt{AVE}$  ในสตรมภ์ที่สนใจมีค่าสูงกว่าค่า cross construct correlation ทุกค่าในสตรมภ์เดียวกัน แสดงว่ามาตรวัดมีความตรงเชิงจำแนกในทุก construct ดังตารางที่ 4

**Table 4** Discriminant Validity Analysis

Construct	$\rho_c$	$\rho_v$	Cross construct correlation					
			TRP	TRA	DRT	RRS	IRT	
TRP	0.880	0.481	0.693					
TRA	0.800	0.335	0.515	0.578				
DRT	0.830	0.620	0.497	0.511	0.788			
RRS	0.842	0.640	0.215	0.167	0.445	0.800		
TIV	0.894	0.737	0.397	0.310	0.474	0.446	0.858	

Source: Hair et al. (2010)

ผลการศึกษา พบว่าโดยแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีเอกลักษณ์เฉพาะดังนี้

1.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวรักการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า จะขึ้นตรงต่อทัศนคติที่เกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง Travel Risk Attitudes ( $DE=0.435^*$ ) ( $P < 0.05$ )

1.2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา จะขึ้นตรงต่อระดับการรับรู้ความเสี่ยง (Travel Risk Perception) และทัศนคติที่เกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Attitudes) ( $DE=0.317^*$  และ  $0.682^*$  ตามลำดับ) ( $P < 0.05$ )

1.3) กลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้ จะขึ้นตรงต่อทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Attitudes) ( $DE=0.583^*$ ) ( $P < 0.05$ )

1.4) กลุ่มนักท่องเที่ยวรักผจญภัยค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยว จะขึ้นตรงต่อระดับการยอมรับความเสี่ยง (Degree of Risk Tolerance) ( $DE=-0.349^*$ ) ( $P < 0.05$ )

โดยผลการทดสอบลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในสมมติฐานที่ 2 และ 3 พบว่า ระดับการรับรู้และระดับทัศนคติต่อความเสี่ยง (Travel Risk Perception and Travel Risk

Attitudes) ต่างมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ( Travel Intention to visit Thailand) โดยผ่านระดับการยอมรับความเสี่ยง( Degree of Risk Tolerance) (IE=0.138\* และ 0.161\* ตามลำดับ) (P<0.05) โดยที่ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ระดับการยอมรับความเสี่ยง (Degree of Risk Tolerance) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand) (DE=0.482\*) (P<0.05) และผลการทดสอบตัวแปรกำกับในสมมติฐานที่ 5 สรุปลงได้ว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การลดความเสี่ยง( Risk Reduction Strategies) กับระดับการยอมรับความเสี่ยง (Degree of Risk Tolerance) ร่วมส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand) (ME=0.135\*) (P<0.05) โดยสรุปความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (Travel Intention to visit Thailand) ต่างขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ความเสี่ยง (Travel Risk Perception) ทักษะคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Attitudes) และระดับการยอมรับความเสี่ยง( Degree of Risk Tolerance) และกลยุทธ์การลดความเสี่ยง (Risk Reduction Strategies) ที่เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)

ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่า โมเดลของปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ได้ดีและยอมรับได้ คิดเป็นร้อยละ 56.1 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไปได้ [20] ดังตารางที่ 5

**Table 5** The Path Coefficients among Variables in terms of Direct and Indirect Effects

ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรเหตุ						R <sup>2</sup>	
		C1	C2	C3	C4	TRP	TRA		DRT
TRP	DE	0.123	0.317*	0.107	0.068				0.050
	IE	-	-	-	-				
	TE	0.123	0.317*	0.107	0.068				
TRA	DE	0.435*	0.682*	0.583*	0.481				0.027
	IE	-	-	-	-				
	TE	0.435*	0.682*	0.583*	0.481				
DRT	DE	-0.116	-0.163	-0.195	-0.349*	0.286*	0.333*		0.368
	IE	0.180	0.318*	0.225	0.180	-	-		
	TE	0.064	0.154*	0.030	-0.169*	0.286*	0.333*		
TIV	DE	-	-	-	-	-	-	0.482*	0.561
	IE	0.031	0.074*	0.014	-0.082*	0.138*	0.161*	-	
	TE	0.031	0.074*	0.014	-0.082*	0.138*	0.161*	0.482*	
ME (RRS)								0.135*	

\*P<0.05

**Table 6** Summary of Direct and Indirect Effects from the Hypothesis Testing

Hypothesis Testing	Hypothesis	
	Direct/Indirect Effects	Accepted/rejected
H1: Patterns of behavior among foreign tourists is positively associated with the intention to travel in Thailand.		
1.1) Tourists love authenticity and value-for-money travel.	IE=0.013	Rejected
1.2) Tourists love luxury tourism.	IE=0.074*	Accepted
1.3) Groups of tourists interested in studying lifestyle, culture, and learning.	IE=0.014	Rejected
1.4) A group of adventurous tourists searching for tourist experiences.	IE=-0.082*	Accepted
H2: The level of risk perception has a causal relationship to the intention to travel in Thailand.	IE=0.138*	Accepted
H3: Attitudes about travel risks is positively associated with the intention to travel in Thailand.	IE=0.161*	Accepted
H4: The level of risk tolerance is positively related to the intention to travel in Thailand.	DE=0.482*	Accepted
H5: Risk mitigation strategies are a moderator variable between the influence of risk tolerance levels on travel intentions in Thailand.	ME=0.135*	Accepted

\*P&lt;0.05

## การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยสามารถจัดได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) “กลุ่มนักท่องเที่ยวรักการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า” (nature and budget oriented travelers) พบว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยตรง เพราะมีความอ่อนไหวต่อทัศนคติความเสี่ยงในการท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มสนใจในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จริงแท้ และต่อต้านความเสี่ยงสูง โดยให้นำหนักการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจากรูปแบบการบริการที่มีมาตรฐาน รวมทั้งมาตรฐานการให้บริการบุคลากร และรูปแบบการท่องเที่ยวที่คุ้มค่า 2) “กลุ่มนักท่องเที่ยวชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา” มีความอ่อนไหวการรับรู้ความเสี่ยงในการท่องเที่ยว (Travel Risk Perception) และทัศนคติความเสี่ยงในการท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเป็นส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ (mass tourism) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Mice and events industry) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนระยะยาว มุ่งเน้นการบริการแบบครบวงจร การส่งผ่านข้อมูลประชาสัมพันธ์สามารถกระทำได้โดยผ่านตัวแทนจำหน่าย ธุรกิจนำเที่ยว (Travel agencies)

บริษัทจัดการจุดหมายปลายทาง (destination management company (DMC) มีความเปราะบางกับมาตรการที่ช่วยยกระดับความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว 3) “กลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้” จะมีความอ่อนไหวต่อทัศนคติความเสี่ยงในการท่องเที่ยว โดยจะเลือกการเดินทางท่องเที่ยวผ่านกลุ่มอ้างอิงทั้งนี้ความสามารถในการเข้าถึงและความน่าเชื่อถือด้านมาตรการความปลอดภัย และข้อมูลประชาสัมพันธ์ในสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันตามแต่ประเภทและสัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะถูกส่งต่อด้วยวิธีการบอกต่อ (Word of mouth) เพื่อส่งต่อประสบการณ์ (Share) ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เป็นการสร้างการรับรู้ในวงกว้างและ 4) “กลุ่มนักท่องเที่ยวรักผจญภัยค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยว” กลุ่มนี้ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยตรง เพราะมีความอ่อนไหวต่อทัศนคติความเสี่ยงในการท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระดับการยอมรับความเสี่ยงสูง จะขึ้นตรงต่อระดับของการยอมรับความเสี่ยงรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพราะส่วนใหญ่ชอบการผจญภัยและการเปลี่ยนที่ท่องเที่ยวพเนจร ไปเรื่อย ๆ (Dritter) สนใจกิจกรรมการผจญภัย กิจกรรมความสนใจพิเศษ กิจกรรม ปีนเขา เดินป่า มักจะให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ค้นคว้าด้วยตนเองตามลำดับ นอกจากนี้ ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull factors) เพื่อกำหนดรูปแบบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในวันหยุด ลักษณะส่วนบุคคล และความต้องการส่วนบุคคล และปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะสำคัญของจุดหมายปลายทาง ปัจจัยผลักเป็นปัจจัยที่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลจากพฤติกรรมในระดับการยอมรับความเสี่ยงจากลักษณะทางสังคมและประชากรศาสตร์เช่น อายุ รายได้ การศึกษา เพศ และอาชีพ รวมทั้งความหลากหลายของตัวแปรทางจิตวิทยาที่สามารถจัดกลุ่มภายใต้หัวข้อของความต้องการ ค่านิยมส่วนบุคคล และบุคลิกภาพ [22] ในภาพรวมทั่วไปปัจจัยผลักดันยังถูกนำมาเกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในส่วนของความรู้และการค้นหาข้อมูล การตอบสนองการร้องขอทางด้านจิตวิทยาของบุคคลจากประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งมีความแตกต่างกันในนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล [1] และ [3] ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การลดความเสี่ยงกับระดับการยอมรับความเสี่ยงร่วมส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ดังตารางที่ 6 ผลการศึกษาปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปรากฏว่า 1) ระดับการรับรู้ความเสี่ยง และ ทัศนคติที่เกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทางต่างมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยผ่านระดับการยอมรับความเสี่ยง ( $IE=0.138^*$  และ  $0.161^*$  ตามลำดับที่เป็นเช่นนี้เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวต่อวิกฤตการณ์ต่าง ๆ สูง และเกี่ยวเนื่องกับความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่องเพื่อประเมินสถานการณ์ก่อนการตัดสินใจเดินทาง ด้วยเหตุผลทางด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นความตั้งใจที่จะเดินทางได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ความรู้สึก อารมณ์ ความคิดเห็น และระดับการรับรู้กับอัตวิสัยของแต่ละบุคคล และ แหล่งข้อมูลมีความสำคัญค่อนข้างมากในกระบวนการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว [23] 2) ระดับการยอมรับความเสี่ยงมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ( $DE=0.482^*$ ) โดยจะเห็นว่าแต่ละกลุ่มมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ [24] ลักษณะทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะจิตพิสัยมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติภาพลักษณ์ ความอ่อนไหว

ต่อความเสี่ยงและประสบการณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว [25] ทศนคติที่ส่งผลต่อการปรับตัวของพฤติกรรมในระดับสูง ทั้งทางด้านวัตถุประสงค์ รูปแบบการเดินทาง ค่าใช้จ่าย ช่องทางการรับรู้ ประเภทการเดินทาง จำนวนครั้ง บุคคลที่ร่วมเดินทาง และบุคคลที่แนะนำ อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 [26] โดยที่การรับรู้ความเสี่ยงอาจไม่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่มีกลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงและวางแผนการเดินทางมาเป็นอย่างดี [27] ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวรับทราบมาตรการการลดความเสี่ยงจะทำให้ความตั้งใจในการเดินทางเพิ่มขึ้น (ME=0.135\*)

โดยสรุปความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการเดินทาง ระดับการยอมรับความเสี่ยง และกลยุทธ์การลดความเสี่ยงที่เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) โดยแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีเอกลักษณ์เฉพาะโดยลักษณะจิตพิสัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่แตกต่างกันและความสนใจแตกต่างกัน

นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวที่แบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ออกเป็น สองปัจจัยหลัก ๆ คือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน และจากแนวคิดในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นก็จะแบ่งออกเป็นสองปัจจัยเช่นกันที่ส่งผลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวนั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในของตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Perception) [8] ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง (Travel Risk Attitudes) [10] ระดับการยอมรับความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว (Degree of Risk Tolerance) โดยปัจจัยภายนอกคือ กลยุทธ์การลดความเสี่ยง (Risk Reduction Strategies) [1]

จากผลการศึกษาโมเดลของปัจจัยความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ได้ดีและยอมรับได้ คิดเป็นร้อยละ 56.1 ถือได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระดับการรับรู้ความเสี่ยง ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง ระดับการยอมรับความเสี่ยง และกลยุทธ์การลดความเสี่ยง ซึ่งทุกปัจจัยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวได้ดีและยอมรับได้ โดยผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไปได้ [28]

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านกลยุทธ์การลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงและสร้างแรงดึงดูดด้านการท่องเที่ยวในการนำไปปฏิบัติเพื่อรณรงค์และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบเน้นแก่นแท้และความคุ้มค่า (nature and Budget-oriented travelers) ควรตอบสนองพฤติกรรมทางด้านความเสี่ยง สร้างการรับรู้การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า ส่งเสริมการเพิ่มระยะเวลาในการทำ (length of stay) ประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มอ้างอิงเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดประกวดการเขียนสื่อการท่องเที่ยวโดย bloggers เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีและให้ข้อมูลข่าวสารที่สร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว
2. แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มการรับรู้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury travelers) ที่มีความอ่อนไหวต่อความเสี่ยงสูง ควรเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางผ่านนโยบาย

การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Brand Destination) ให้แข็งแกร่ง จะช่วยต่อยอดภาพลักษณ์ความเป็นไทยให้แข็งแรง (Thainess) เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอผ่านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ โดยเน้นการสร้างความจริงรักภักดี การเจาะตลาดใหม่กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ (market penetration) ด้วยการยกระดับความเชื่อมั่นด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และความสามารถในมาตรการการควบคุมโรค โดยการสร้างเครือข่ายระบบการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การบูรณาการการทำงานเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมถึงการให้การบริการข้อมูลสารสนเทศอันเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. นโยบายการเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมากำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจการศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมการเรียนรู้ (Cultural Immersers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการเฉพาะ และมีแนวโน้มที่ยอมรับความเสี่ยงได้ สนใจนวัตกรรมและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวชนบท และการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเชิงจิตวิญญาณ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม การท่องเที่ยววิถีเกษตร ที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ธรรมชาติ กิจกรรมที่ความเร่งพัฒนาเพื่อรองรับ อาทิ การส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเกษตร การเรียนรู้วิถีชีวิต และการเรียนรู้ประสบการณ์ทางการเกษตรแบบดั้งเดิมของประเทศไทย เพื่อเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง

4. แนวทางการสร้างแรงดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักการผจญภัยค้นหาประสบการณ์การท่องเที่ยว (Idealized Experience Seekers) ควรพัฒนาขยายเส้นทาง รูปแบบกิจกรรมที่สามารถทำตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ (Niche Market) และพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดำเนินกิจกรรมทางกีฬา กิจกรรมที่เน้นการผจญภัย และการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น อาทิ การไปพักอาศัยร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น การสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตชุมชน

สำหรับงานวิจัยในอนาคตครั้งต่อไปนั้น อาจทำการศึกษาขยายผลแนวทางการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางของภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Tourism Hub) จากความได้เปรียบในด้านตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังประเทศหรือภูมิภาคอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งทางบกและทางอากาศ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

## References

- [1] Rowell, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal for Educational Research*, 2, 1-37.
- [2] Magnano, P., Boerchi, D., Lodi, E., & Patrizi, P. (2021). Validation and psychometric properties of the Portuguese version of the Coronavirus Anxiety Scale (CAS) and fear of COVID-19 scale (FCV-19S) and associations with travel, tourism, and hospitality. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 427.
- [3] TNN Online. (2021, October 15). The Announcement of 46 Countries Exemption for Confinement: Lift the lockdown. <https://www.tnnthailand.com/news/covid19/94395/> (In Thai)

- [4] Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B. W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping, and resilience against pandemic ‘travel fear’. *Journal of Tourism Management*, 83, 104261.
- [5] Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1-9.
- [6] Plog, S. C. (1987). *Understanding psychographics in tourism research: Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*. USA: John Wiley and Sons, INC.
- [7] Therapy, D. (2003). *Consumer Behavior*. Roongruengsarn (In Thai)
- [8] Peterson, & Wilson, (1983). Peterson, R.A. and Wilson, W.R. (1992) Measuring Customer Satisfaction: Fact and Artefact. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20, 61-71. <https://doi.org/10.1007/BF02723476>
- [9] Stone R. N., & Grønhaug K. (1993). Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline. *European Journal of Marketing*, 3(27). 39-50.
- [10] Luo, Xin, M., Wang, S., Ma, L., Tao, F., Zhang, J., Zhao, J., Li, L., Hu, D., Zhang, G., Gu, J., Lin, D., Wang, H., Cai, Y., Wang, Z., You, H., Lau, J. T.-f. (2020). Negative cognitive and psychological correlates of mandatory quarantine during the initial COVID-19 outbreak in China. *American Psychologist*, 75(5), 607–617. <https://doi.org/10.1037/amp0000692>
- [11] Chansawat, N. (1978). *Risk Management*. Soodpaisarn (In Thai)
- [12] Billingsley, P. (1995). *Probability and measure* (3<sup>rd</sup> ed.). Wiley.
- [13] The Civil Aviation Authority of Thailand (2021, December 1). Statistical Report for Air Transportation, 3rd Quarter (2020). [www.caat.or.th](http://www.caat.or.th) (In Thai)
- [14] Piriyaikul, M. (2019, April 19). Using smart PLS for research with structural equation models. In Thailand Research Expo, 2019 [Symposium]. Bangkok, Thailand. (In Thai)
- [15] Tirakanun, S. (2007). *Research methodology for social sciences: Practices*. Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- [16] Cronbach, L.J. (2003). *Essentials of psychology testing*. Hanpercollishes.
- [17] Wanichbuncha, K. (2021). *Advanced statistical analysis SPSS for Windows*. Chulalongkorn Printing House. (In Thai)
- [18] Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Prentice Hall.
- [19] Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.
- [20] Hatcher, Larry. (1994). *A step-by-step approach to using the SAS system for factor analysis and structural equation modeling*. SAS Institute.

- [21] Saris. W. E., & Strenkhorst. L H. (1984). Causal modeling non-experimental research: An Introduction to the Lisrel approach. *Dissertation Abstract International*, 47(7), 282.
- [22] Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- [23] Luo, J. M., & Lam, C. F. (2020). Travel anxiety, risk attitude and travel intentions towards “travel bubble” destinations in Hong Kong: Effect of the fear Covid-19. *International Journal of environmental research and public health*, 17(21), 7859. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217859>
- [24] Cook, R.A., Yale, L.J., & Marqua, J.J. (2010). *Tourism: The business of travel* (4<sup>th</sup> ed). Pearson Education.
- [25] Beard, J.G., & Ragheb, M.G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15, 219-228.
- [26] Suwitchayaphan, N. (2002) Media exposure, knowledge, attitude and touring intention of homestay ecotourism among the Thai tourists. Thesis, [Unpublished master’s thesis] Master of Arts in Development Communication, Department of Public Relations, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (In Thai)
- [27] Deng, R., & Ritchie, B.W. (2018). International university students travel risk perceptions: An exploratory study. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 455-476.
- [28] Sakolart, P. (2020). Risk Management. *Training Manual*, Academic Center for Road Safety Policy Foundation. (In Thai)