



รายงานวิจัย

เรื่อง

การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยว
ช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

Recognition and Readiness to Implement Tourism Rehabilitation
Guidelines during the COVID-19 Crisis in Phuket

โดย

วัชรินทร์ เกิดทรัพย์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยว
ช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต
ชื่อผู้วิจัย: วัชรินทร์ เกิดทรัพย์
ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต 3) เปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และ 4) เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 423 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1. การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวม มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ได้แก่ Rebound, Rebrand, Rebalance, Rebuild, Reboot ตามลำดับ 2. ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 พบว่า โดยรวม มีความคิดเห็นต่อความพร้อม อยู่ระดับมาก โดยเรียงลำดับ ได้แก่ Rebalance, Rebrand, Rebound, Rebuild, Reboot ตามลำดับ 3. เปรียบเทียบการรับรู้จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่าระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บางด้าน และ 4. เปรียบเทียบความพร้อม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า อายุ และ อาชีพ แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บางด้าน

คำสำคัญ: การรับรู้ความพร้อม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยว วิกฤติโควิด-19

Research Title: Recognition and Readiness to Implement Tourism Rehabilitation Guidelines during the COVID-19 Crisis in Phuket

Researcher: Watcharin Keadsap

Year: 2022

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the recognition of stakeholders for tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in Phuket 2) to study the readiness of stakeholders to implement with tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in Phuket 3) to compare recognition of stakeholders for tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in Phuket classified by personal status and 4) to compare readiness of stakeholders to implement with tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in Phuket classified by personal status. The sample of stakeholders in Phuket consisted of 423 people by Quota sampling. The questionnaire was used as a data collection tool. The used statistics were descriptive, frequency, percentage, mean, standard deviation. t-test and one-way ANOVA.

The results of the research were as follows: 1. The recognition of tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in Phuket in overall was at a high level such as Rebound Rebrand, Rebalance, Rebuild, Reboot, respectively. 2. Readiness to implement with the tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis in overall was at a high level such as Rebalance Rebrand Rebound Rebuild Reboot, respectively. 3. Comparison of recognition and personal status found that the different education and occupation related to recognition of tourism rehabilitation during the COVID-19 crisis at a statistical level of .05 in some aspects and 4. Comparison of readiness and personal status found that the different age and occupation related to implement with tourism rehabilitation guidelines during the COVID-19 crisis at a statistical level of .05 in some aspects

Keywords: recognition, readiness, tourism rehabilitation guidelines, COVID-19 crisis

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตเสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้ความกรุณาจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี ประธานกรรมการการวิจัย คณะกรรมการการวิจัยทุกท่านที่ได้พิจารณาทุนอุดหนุนการวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า รวมถึงที่ปรึกษาโครงการวิจัย อาจารย์กิตติยานภาลัย ภูตระกูล ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขข้อบกพร่องมาตลอด

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย ทำให้งานวิจัยเรื่องนี้เสร็จสมบูรณ์

วัชรินทร์ เกิดทรัพย์

มิถุนายน 2565



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	22
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	23
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19	30
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19.....	35
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล.....	42
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยว ช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล.....	48
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
5.1 สรุปผลการวิจัย	59
5.2 อภิปรายผล	66
5.3 ข้อเสนอแนะ	75
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	75
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	76
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	81
ประวัติผู้วิจัย	87

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	23
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ.....	27
4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ.....	28
4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา	28
4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ.....	29
4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านที่อยู่อาศัย	29
4.6 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต.....	30
4.7 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	30
4.8 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่新常态	31
4.9 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่.....	33
4.10 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	34
4.11 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน.....	35
4.12 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19.....	36
4.13 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	37
4.14 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่新常态	38
4.15 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่.....	39
4.16 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	40
4.17 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	41
4.18 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ	42
4.19 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ	42
4.20 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา	44
4.21 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา	45
4.22 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ	45
4.23 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ.....	47
4.24 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย.....	47
4.25 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ	48
4.26 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ.....	49
4.27 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา.....	51
4.29 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ	52
4.30 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ.....	54
4.31 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ	54
4.32 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ	55
4.33 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ.....	56
4.34 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย	56
5.1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	65

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	21



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในภาคกลางของประเทศจีน กว่า 19 ล้านคน วันที่ 30 ธันวาคม 2562 สำนักงานสาธารณสุขเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ได้ออกประกาศเป็นทางการ พบโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับตลาดอาหารทะเลที่เมืองอู่ฮั่น โดยสาเหตุที่เป็นไปได้มากที่สุดในการติดต่อสู่คน คือการสัมผัสกับเนื้อสัตว์ประเภทต่างๆ ที่วางขายในตลาด และเนื่องจากเมืองอู่ฮั่นเป็นเมืองใหญ่ที่มีประชาชนอยู่หนาแน่น จึงทำให้การระบาดแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว มีผู้ป่วยหนักและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก หลังจากพบการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนและองค์การอนามัยโลก ได้ออกมาระบุว่า ไวรัสชนิดดังกล่าว คือ SARS-CoV-2 เรียกว่า COVID-19 (ย่อมาจาก CO แทน corona, VI แทน virus, D แทน disease และ 19 แทน 2019) ตามการประกาศชื่ออย่างเป็นทางการที่ใช้เรียก โรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ขององค์การอนามัยโลก และพบการแพร่เชื้อจากคนสู่คน ผ่านละอองฝอยขนาดเล็ก (aerosol) องค์การอนามัยโลก(WHO) ได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern-PHEIC) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 ต่อมาได้พบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทย จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ระบาดไปทั่วโลก กรมควบคุมโรค ได้เปิดศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน (Emergency Operation Center: EOC) ตั้งแต่ 4 มกราคม 2563 เพื่อตอบโต้การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และเริ่มคัดกรองหาผู้ติดเชื้อที่ช่องทางเข้าออกประเทศ ประเทศไทย พบผู้ติดเชื้อรายแรกเป็นนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้าประเทศไทยเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2563 ภายในเวลา 2 สัปดาห์และเมื่อวันที่ 31 มกราคม พ.ศ.2563 ประเทศไทยมีรายงาน ผู้ป่วยชาวไทยรายแรก อาชีพขับรถแท็กซี่ ซึ่งไม่เคยมีประวัติเดินทางไปต่างประเทศ แต่มีประวัติขับรถแท็กซี่ให้บริการกับผู้ป่วยชาวจีน ในระยะต่อมาจำนวนผู้ป่วยได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างช้า ๆ ทั้งผู้ป่วยที่เดินทางมาจากต่างประเทศ และผู้ป่วยที่ติดเชื้อภายในประเทศ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษาโดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2563 กำหนดให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID -19 เป็น โรคติดต่ออันตราย ลำดับที่ 14 ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวังป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย ในระยะต่อมาได้พบการแพร่ระบาดใหญ่ โดยเป็นการ

ติดเชื่อเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) คือ การแพร่ระบาดในสนามมวย และสถานบันเทิง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มคนจำนวนมากและมีความแออัด ประกอบกับในระยะดังกล่าวมีการประกาศปิดเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เกิดการเคลื่อนย้ายของประชากรออกไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทำให้ผู้สัมผัสเชื่อกระจายออกไปยังต่างจังหวัด จนทำให้ยอดผู้ติดเชื้อของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่กลางเดือนมีนาคม เป็นต้นมา (กรมควบคุมโรค, 2564)

จังหวัดภูเก็ตก็เช่นเดียวกันที่มียอดผู้ติดเชื้อสูงเป็นอันดับต้น ๆ ในประเทศไทย มีรายงานสถานการณ์ผู้ติดเชื้อยืนยัน โควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จากประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต จำนวน 227 ราย รักษาหายกลับบ้านได้ 223 ราย เสียชีวิต 4 ราย (ประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต, 2563) และจังหวัดภูเก็ตก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดจากโควิด-19 เช่น วันที่ 2 เมษายน 2563 ผู้ว่าจังหวัดภูเก็ตได้ออกประกาศปิดสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 และประกาศปิดโรงแรมที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 ทุกประเภท และสถานประกอบการในลักษณะเดียวกัน ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2563 เป็นต้นไป ยกเว้นโรงแรมที่ทางราชการใช้เป็นโรงพยาบาลสนาม หรือใช้เป็นสถานที่ในการกักตัวเพื่อสังเกตอาการ หรือใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดในทางราชการในการแก้ไขปัญหาตามมาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุม การแพร่ระบาดจากโควิด-19 เท่านั้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) การกระทำได้กล่าวว่ามีผลกระทบเป็นอย่างมากในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่มีรายได้มากมาจากการท่องเที่ยว และทำให้ประชาชน และพนักงานโรงแรม และสถานที่บริการต่าง ๆ ไม่มีงานทำ บางคนก็ถูกเลิกจ้าง ไม่มีรายได้ ดังนั้นจะกล่าวได้ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้สร้างความโกลาหลวุ่นวายให้กับจังหวัดภูเก็ตอย่างหนักในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมไปถึงวิถีชีวิตของผู้คน จากที่ผ่านมามีผู้วิจัยหลายท่านอาจจะทำวิจัยเพื่อตอบรับกระแสการตลาด การบริการหลังวิกฤติโควิด-19 หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคทุก Generation หลังวิกฤติโควิด-19 ซึ่งเป็นผลดีกับผู้ประกอบการที่จะต้องปรับกลยุทธ์การตลาดใหม่ หรือปรับความต้องการให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ แต่เนื้อหาวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการฟื้นฟูหลังวิกฤติโควิด-19 ยังไม่แพร่หลาย ทั้ง ๆ ที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว จะต้องตระหนัก รับรู้และพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางที่มีการสนับสนุนและเอื้ออำนวยมาจากหน่วยงานของรัฐแล้ว เช่น ดร.ยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มาร่วมพูดคุยกับสำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) และกล่าวถึงแนวทางการฟื้นฟูและทิศทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสู่ความยั่งยืนในด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งในแง่สถานที่ท่องเที่ยว สถานประกอบการ โรงแรมและภาคส่วนการบริการต่าง ๆ รวมถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มที่จะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวในยุคนิวอร์มัลแล้ว การพัฒนาทักษะ

Upskill Reskill คนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอีกเรื่องที่สำคัญที่การท่องเที่ยวต้องหันมามองเป็นลำดับต้น ๆ โดยเฉพาะกำลังคนในด้าน Health & Wellness และ Digital Transformation ที่เราต้องเข้าไปพัฒนากำลังคนให้เกิดทักษะดังกล่าวให้กับสถานประกอบการ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563) การปฏิบัติตามแนวทางการฟื้นฟูจะทำให้ได้ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์สูงสุด เพราะแม้รัฐบาลไทยจะประกาศการผ่อนคลายมาตรการลง ให้ยกเลิกเคอร์ฟิวและให้เปิดสถานบริการได้เพิ่มขึ้นจนเกือบสู่ภาวะปกติ มีผล 16 มิถุนายน 2563 มีการแนะนำมาตรการการใช้ชีวิตปกติด้วยวิถีแบบใหม่ (New Normal) ในการใช้บริการในสถานที่ต่าง ๆ โดยจังหวัดภูเก็ตเริ่มเปิดสถานที่ท่องเที่ยว ชายหาดต่าง ๆ ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2563 แล้ว (โพสต์ทูเดย์, 2563) แต่ผลลัพธ์ของอัตราเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ระหว่างปี 2562-2564 ก็ยังไม่ดีนัก ดังคำกล่าวของ นางสาวนันทาศิริ รณศิริ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานภูเก็ต ในวันที่ 27 มิถุนายน 2565 กล่าวว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตในช่วงสองปีที่ผ่านมา พังพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเสาหลัก ถ้าดูตั้งแต่ปี 2562 มีอัตราเข้าพัก 75% ปี 2563 อัตราเข้าพักลดลงมาเหลือ 19.47% ปี 2564 อัตราเข้าพัก 7.75% (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) ซึ่งสรุปได้ว่ามีอัตราการลดลงนั้นในสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ต้องอยู่ในสถานะรอการเยียวยาหรือจากฟื้นฟูจากทุกหน่วยงาน และจำเป็นต้องให้ประชากรในจังหวัดภูเก็ตได้รับรู้และมีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไป เมื่อผู้ประกอบการรับรู้และปฏิบัติตามจะทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาและเฟื่องฟูต่อไปได้ในอนาคต

จากสภาพปัจจุบันและปัญหาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 หากมีการดำเนินการวิจัยเรื่องการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือบุคคลที่ทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้รับรู้ และได้นำแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวไปปฏิบัติทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจะสามารถแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจปัจจุบันในจังหวัดภูเก็ตให้ดีขึ้นได้ต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต รับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 อยู่ในระดับใด

1.2.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 อยู่ในระดับใด

1.2.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.4 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันมีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

1.3.2 เพื่อศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

1.3.3 เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

1.3.4 เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกัน

1.4.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันมีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 **ขอบเขตด้านเนื้อหา** เป็นการศึกษาการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (independent variable) เป็นสถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่อาศัย

ตัวแปรตาม (dependent variable) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 กลุ่มที่ 2 คือ ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยใช้ยุทธศาสตร์ 5R เป็นตัวกำหนดตัวแปรตามในการวิจัย และใช้ในการสร้างแบบสอบถามด้วย ดังนี้ 1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 2) Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล 3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์

ใหม่ 4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว 5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคธุรกิจ รวมทั้งประชาชนทั่วไป ในปี 2562 จำนวนทั้งสิ้น 345,067คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม 2564

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ แจกและเก็บแบบสอบถามจากประชากรในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 3 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคลที่ทำงานในหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคธุรกิจ รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการป้องกันดูแลในช่วงวิกฤติโควิด-19

1.6.2 การรับรู้ หมายถึง การแสดงออกถึงการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จากความคิดเห็นของประชากรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

1.6.3 ความพร้อม หมายถึง การเตรียมตัว และเห็นชอบในการปฏิบัติตามแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ของประชากรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

ผลการดำเนินการวิจัยเรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยว ช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต มีผลและประโยชน์คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.7.1 ด้านภาคเอกชน เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว และกิจการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสามารถนำผลวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลและเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดสำหรับการฟื้นฟูเศรษฐกิจช่วงวิกฤติโควิด-19 ในองค์กรของตนเอง เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กร บริษัท

1.7.2 ด้านหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต (ททท) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต (อบจ.ภูเก็ต) สมาคมโรงแรมภูเก็ต (Phuket

Hotels Association) หรือตำรวจท่องเที่ยวภูเก็ต เป็นต้น อาจจะนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบพิจารณาดำเนินนโยบายและมาตรการ รวมทั้งวางแผน การเพิ่มประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการฟื้นฟูเศรษฐกิจช่วงวิกฤติโควิด-19 และพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อไป



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และ เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ผู้วิจัยนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 แผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วงวิกฤติโควิด-19
- 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อม
- 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการฟื้นฟู
- 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่องการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต มีดังนี้

2.1.1 แผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วงวิกฤติโควิด-19

ดร.ยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กล่าวในงานสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) เกี่ยวกับแนวทางฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศช่วงวิกฤติการณ์โควิด-19 ว่าสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยว แม้ประเทศไทยจะผ่านเหตุการณ์โรคระบาดและภัยธรรมชาติมานับครั้งไม่ถ้วน แต่ต้องยอมรับว่าครั้งนี้รุนแรงที่สุด มีการคาดการณ์ระยะเวลาที่เหลือของปีนี้ การท่องเที่ยวจะกลับมาเร็วที่สุดคือช่วงไตรมาสที่ 4 หรือต้นปีหน้า แต่จะกลับมาในรูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย อีกทั้งในประเทศเอง

ยังคงมาตรการในการจำกัดการเดินทาง การเคลื่อนย้ายและการรวมตัวของคนจำนวนมาก เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ ททท. ซึ่งมีอยู่ 2 ข้อหลัก ๆ คือ

2.1.1.1 สร้างงาน สร้างรายได้ เสริมสภาพคล่อง กระตุ้นการบริโภคภาคประชาชน ผ่านการเดินทางภายในประเทศ

2.1.1.2 สร้างรายได้จากฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สร้างสมดุลเชิงโครงสร้างใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ 5R เป็นกลไกในการขับเคลื่อน ประกอบด้วย

1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค เพื่อการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้แนวทาง Go Again ส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในประเทศ เน้นเพิ่มพละกำลังในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย ให้มีความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผ่านความร่วมมือต่าง ๆ และแนวทาง Go Local พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก

2) Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว พัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยใช้แนวทาง Go New Norm ซ่อมสิ่งที่เป็นปัญหาและสร้างสิ่งที่จะเป็นรากฐานที่มั่นคงยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป ประสานความช่วยเหลือผู้ประกอบการ พัฒนาระดับทักษะของบุคลากรทุกระดับ และแนวทาง Go Digital พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัย พัฒนาแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือทางการตลาด สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการ

3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ด้วยแนวทาง Go Top สร้างความประทับใจ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในใจของนักท่องเที่ยว และแนวทาง Go Confident สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าจะมีความสุขเมื่อได้มาและกลับไปอย่างปลอดภัย

4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง รักษาฐานนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มเป้าหมาย ผ่านแนวทาง Go High ทำตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่ม Health and Wellness ไม่เน้นจำนวน มุ่งรักษาฐานนักท่องเที่ยวคุณภาพ เปิดกว้างทำตลาดทุกพื้นที่ และแนวทาง Go Quality มุ่งตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ผ่านแนวทาง Go Responsible รักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงโควิด-19 สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวทาง Go Sustainability ลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง

กระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลา สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ ททท.สอดคล้องกับรายงานการศึกษาวิจัย ซึ่งทางกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดย สอวช. จัดทำมาตรการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) รองรับการพัฒนาและปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายการเปลี่ยนลักษณะการท่องเที่ยวที่เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยมุ่งไปสู่การท่องเที่ยว 3 แบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวร่วมกับการรักษา หรือ เมดิคัลทัวริซึม และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร/อาหาร โดยมีมาตรการด้าน อววน. (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563)

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่าผู้วิจัยกำหนดตัวแปรตาม เพื่อสอบถามการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ 5 R ในหัวข้อดังนี้ 1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 2) Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล 3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ 4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ มีหัวข้อเกี่ยวข้องที่นำศึกษามากมาย แต่ในวิจัยเล่มนี้ผู้วิจัยขอเสนอ 2 หัวข้อ คือความหมายของการรับรู้และกระบวนการของการรับรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.2.1 ความหมายของการรับรู้ การรับรู้ (Perception) เป็นการเปิดโอกาสสู่การเรียนรู้ โดยจะนำไปสู่ทัศนคติ ความเชื่อ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ดังนั้นมีความหมายของการเรียนรู้จากหลายท่าน ดังนี้

ปิยะนันท์ บุญธะโยไทย (2556: 13) การรับรู้ คือการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยผ่านกระบวนการตีความหรือแปลความหมายของข้อมูล โดยสิ่งเร้าจากอวัยวะ รับความรู้สึกแล้วจึงแสดงออกถึงความรู้ ความเข้าใจจากการตีความนั้น อันจะนำไปสู่การตอบสนองต่อไป

ณัฐวุฒิ สง่าม (2554) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ ตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน

นพ ศรีบุญนาท (2545: 42) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่ซึ่งบุคคลรับจัดระเบียบและแปลข้อมูล สารสนเทศจากสภาพแวดล้อมที่เขาดำรงอยู่

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2551) การรับรู้ คือ ขบวนการในการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของเรา และการแปลความหมายจะเป็นอย่างไรนั้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับ

กับประสบการณ์โดยตรงในอดีต และสภาพจิตใจในปัจจุบันของเรา เป็นการสร้างความหมายเกี่ยวกับโลกภายนอกให้กับเราเอง

กฤษณา ศักดิ์ศรี (2540) กล่าวไว้ว่า การรับรู้คือ การใช้ประสบการณ์เดิมในการแปลความหมายถึง สิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัสแล้วเกิดความรู้สึกรู้ความหมายว่าเป็นอะไร

จากข้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เลือกสรร และตีความโดยผ่านสิ่งเร้า และประสบการณ์เดิมในอดีตของผู้รับรู้นั่นเอง

2.1.2.2 กระบวนการของการรับรู้ มีนักวิชาการได้กล่าวไว้หลายท่าน ดังนี้

ประเสริฐ พันธุ์เรืองสกาว (2556: 5-8) กล่าวว่ากระบวนการรับรู้(Perception Process) เป็นกระบวนการทางความคิด (Cognitive process) ที่ประกอบด้วย สิ่งเร้า (stimuli) ส่งมายังสิ่งแวดล้อมของการดำเนินชีวิต จากการสังเกต เลือกและการแปลความหมายและก่อให้เกิดการตอบสนอง (Response)โดยมีทัศนคติความรู้สึกแรงจูงใจ พฤติกรรม เหล่านี้เป็นต้น

2.1.2.3 การเลือกรับรู้ (Perceptual selection) เมื่อบุคคลเปิดรับต่อสิ่งเร้าและตั้งใจรับต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบแล้ว บุคคลจะเลือกสรรเฉพาะสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการและทัศนคติของตนเท่านั้น ในแต่ละกรณีดังกล่าว บุคคลจะเลือกเปิดรับต่อสิ่งเร้าโดยอาศัยพื้นฐานทางจิตวิทยาของตนเองเป็นหลัก และด้วยเหตุที่สิ่งเร้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่มากมายหลายรูปแบบกระบวนการเลือกรับรู้จึงแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเปิดรับ การตั้งใจรับ และการเลือกรับรู้รายละเอียด

1) การเปิดรับ (Exposure) การเปิดรับเกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสของบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าทำให้เกิดความรู้สึก เช่น การได้เห็น การได้ยิน การได้ฟัง และการได้กลิ่น เป็นต้น การเปิดรับอาจเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้นหรือไม่ บุคคลจะเลือกเฉพาะสิ่งเร้าที่สนใจและจะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับสิ่งเร้าที่ไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ

2) การตั้งใจรับ (Attention) การตั้งใจรับเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะกิจกรรมทางจิตใจ (Mental activity)

3) การเลือกรับรู้ (Selective perception) บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มากระทบจะไม่รับรู้ทุกอย่างเนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีความต้องการ ทัศนคติประสบการณ์และคุณลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน ดังนั้นการเลือกรับรู้หมายความว่า บุคคล 2 คน อาจรับรู้โฆษณาแตกต่างกันคนหนึ่งอาจเชื่อตามที่กล่าวอ้าง แต่อีกคนหนึ่งอาจพิจารณาคำกล่าวอ้างนั้นว่า ไม่เป็นความจริง การเลือกรับรู้ของบุคคลอาจจะเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนในกระบวนการรับรู้ เป็นการเกิดขึ้นเพราะความเชื่อของบุคคลเป็นตัวชักจูงให้บุคคลเลือกสิ่งที่จะฟังหรือสิ่งที่จะอ่าน การเลือกจัดองค์ประกอบ (selective organization) เกิดขึ้น เพราะบุคคลจัดข้อมูลสอดคล้องตามความเชื่อของ

เขารวมทั้งการเลือกแปลความหมาย (selective interpretation) เกิดขึ้นเพราะ สิ่งที่ได้รับมานั้นมีความสอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนที่มีอยู่เดิม

2.1.2.4 การจัดองค์ประกอบการรับรู้ (Perceptual Organization) การจัดองค์ประกอบการรับรู้ หมายถึงการที่บุคคลจัดข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้เป็นระเบียบเพื่อให้มีความหมายที่เข้าใจได้มากขึ้นและเพื่อให้สามารถแสดงพฤติกรรมตอบสนองได้ถูกต้อง หลักพื้นฐานของการจัดองค์ประกอบการรับรู้คือ “การรวมกลุ่ม” (integration) ซึ่งหมายความว่า บุคคลรับรู้สิ่งเร้าในลักษณะเป็นภาพรวม (an organized whole) ไม่ได้มองสิ่งเร้าแต่ละส่วนที่แยกกันการมองเป็นภาพรวมจะช่วยให้การประมวลข้อมูลเพื่อให้เข้าใจความหมายได้ง่ายเข้าซึ่งสอดคล้องตามหลักจิตวิทยาของเกสตัลท์ (Gestalt psychology) ที่กล่าวไว้ว่า “ส่วนรวมมีความสำคัญมากกว่าส่วนย่อยรวมกัน” (The whole is greater than the sum of the parts) คำว่า “Gestalt” เป็นภาษาเยอรมัน ซึ่งหมายถึงองค์ประกอบที่รวมกันทั้งหมด หรือรูปแบบรวม (Total configuration or whole pattern) ทฤษฎีของเกสตัลท์ ที่เกี่ยวกับการรวมกลุ่มเพื่อการรับรู้ที่สำคัญได้แก่ หลักการเติมส่วนที่ขาดให้สมบูรณ์ หลักการจัดกลุ่ม และหลักองค์ประกอบรอบข้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) หลักการเติมส่วนขาดให้สมบูรณ์ (Principle of closure) หมายถึง บุคคลมีแนวโน้มรับรู้ภาพที่ไม่สมบูรณ์ให้เป็นภาพที่สมบูรณ์เช่นการเติมคำในช่องว่างโดยอาศัยความรู้และประสบการณ์มาก่อนด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงอธิบายได้ว่า ทำไมเราจึงสามารถอ่านข่าวสารต่าง ๆ ที่ไม่สมบูรณ์เข้าในได้ทั้ง ๆ ที่ขาดตัวอักษรหลายคำ การนำหลักข้อนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนใจข่าวสารมากยิ่งขึ้น

2) หลักการจัดกลุ่ม (Principle of grouping) บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นชุดหรือเป็นกลุ่มมากกว่าที่จะรับรู้เป็นหน่วยย่อย ๆ ที่แยกกันอยู่การรวมข้อมูลเข้าด้วยกันหรือเป็นกลุ่ม (Chunking or Grouping information) จะช่วยให้บุคคลสามารถประเมินผลิตภัณฑ์ตราหนึ่งเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อีกตราหนึ่งได้หลักจิตวิทยาของเกสตัลท์ที่เกี่ยวกับการจัดกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ ความใกล้ชิด ความคล้ายคลึง และความต่อเนื่อง

3) หลักองค์ประกอบรอบข้าง (Principle of context) บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ ตามลักษณะขององค์ประกอบรอบข้างที่วัตถุนั้นแสดงให้เห็นการจัดวางขึ้นโฆษณาในสื่อที่มีลักษณะเด่นด้อยกว่ากัน จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ต่างกันด้วย จากการศึกษาพบว่า ขึ้นโฆษณาอย่างเดียวกันลงในโฆษณานิยายสารที่มีชื่อเสียงกว่าจะได้รับความเชื่อถือมากกว่าลงในนิตยสารที่มีชื่อเสียงด้อยกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบรอบข้างของสื่อ (media context) มีอิทธิพลต่อการรับรู้โฆษณาโดยตรง

2.1.2.4 การแปลความหมายการรับรู้ (Perceptual Interpretation) การแปลความหมาย หมายถึงการกระบวนการที่บุคคลทำความเข้าใจว่าสิ่งเร้าที่รับเข้ามาคือ อะไรในการแปล

ความหมายนั้น บุคคลจะอาศัยข้อมูลความรู้และประสบการณ์ที่เก็บสะสมไว้ในอดีตที่เกี่ยวข้องในหน่วยเก็บความทรงจำ มาใช้เพื่อแปลความหมายออกมาว่าสิ่งที่รับรู้เข้ามานั้นควรจะเป็นอะไร ความโน้มเอียงหรือความมีอคติส่วนบุคคลก็มีส่วนทำให้ผู้บริโภคแปลความหมายผิดเพี้ยนไปไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็อาจเป็นได้ บุคคล 2 คนจะแปลความหมายสิ่งเร้าเดียวกันแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงและยิ่งไปกว่านั้นในการดำเนินงานการตลาด (ข้ามชาติ) ต่างวัฒนธรรม (cross-cultural marketing) จะต้องคำนึงความแตกต่างของการรับรู้และความเชื่อของแต่ละชาติแต่ละวัฒนธรรมให้มากตัวอย่างเช่นสีจะมีความหมายแตกต่างกันแต่ละชาติดอกไม้สีเหลืองเป็นเครื่องหมายของความตายในประเทศเม็กซิโกแต่หมายถึงความไม่ซื่อสัตย์ (คู่สมรสที่นอกใจ) ในประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วบุคคลมีวิธีการ 2 วิธีที่จะช่วยให้การแปลความหมายการรับรู้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น คือการแยกประเภทการรับรู้และการแปลความหมายการรับรู้โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์รายละเอียดมีดังนี้

1) การแยกประเภทการรับรู้ (Perceptual categorization) เป็นการจัดจำแนกข้อมูลเข้าหมวดหมู่อย่างมีเหตุผลเพื่อให้บุคคลนำมาใช้กลั่นกรองข้อความที่เคยผ่านการรับรู้มาแล้วได้รวดเร็วยิ่งขึ้นนอกจากนั้น การจัดประเภทข้อมูลยังช่วยให้บุคคลสามารถจัดข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

2) การแปลความหมายการรับรู้โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Perceptual inferences) เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า 2 อย่างอันเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมาโดยไม่ต้องประเมินใหม่โดยอาศัยความเชื่อหรือประสบการณ์เดิมมาเป็นเกณฑ์ตัดสิน

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557: 39) กล่าวว่ากระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ ฉะนั้นการโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมจึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านการอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพโฆษณาความสะดวกสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ตั้งแต่เข้าจนคำไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่น ๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความสามารถทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) หมายถึงผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของโลก แต่บางครั้งลูกค้าอาจแย้งข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ (Perceptual Biases) อันเนื่องมาจากความเชื่อถือ ทัศนคติ และประสบการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในของตน

4) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป นักการตลาดควรใช้โอกาสในช่วงนี้เสริมข้อมูลเข้าไปอีกเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลเต็มที่สูงสุด จนปิดรับข้อมูล (Closure) จากคู่แข่งรายอื่น เช่น บัตรเครดิต American Express ใช้คำพูดว่า “Don’t leave home without it” สายการบิน United Airlines ใช้คำพูดเน้นชื่อบริษัทว่า “Fly the Friendly Sky of United” ซึ่งนับเป็นสิ่งกระตุ้นสิ่งหนึ่งนอกเหนือจากสีสันทัน และรูปแบบของการโฆษณา

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า การรับรู้ข่าวสารของแต่ละบุคคลต่างกัน และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการสื่อสาร ทัศนคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสาร และการตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และสิ่งที่สั่งสมมาทางการดำเนินชีวิตและสังคม

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อม

แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อม มีหัวข้อเกี่ยวข้องที่นำศึกษามากมาย โดยผู้วิจัยขอเสนอ 2 หัวข้อ คือความหมายของความพร้อมและองค์ประกอบของความพร้อม มีรายละเอียดดังนี้

2.1.3.1 ความหมายของความพร้อม มีนักวิชาการหลายท่านได้นิยามความหมายของความพร้อม ดังนี้

ชนิษฐา จันทรแต่งผล (2559: 7) ความพร้อม หมายถึง สภาพที่บุคคลพร้อมที่จะปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงด้วยความเต็มใจกระตือรือร้น โดยขึ้นอยู่กับสภาวะทางด้านร่างกายอารมณ์และสังคมเพื่อให้กิจกรรมนั้น ๆ ดำเนินการสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

อุษณีย์ พรหมศรียา (2555) ความพร้อม หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้บรรลุผล ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความพร้อม ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2539: 579) ได้ให้ความหมายว่า ความพร้อมเป็นคำแสดงกริยาร่วมหรือในเวลาเดียวกัน หรือในทำนองนั้น เช่น ไปพร้อมกันถึงพร้อมกันโดยปริยายหมายความว่า ครบครัน เช่น งานพร้อม ดีพร้อม เตรียมพร้อมเสร็จพร้อมแล้ว (ครบครัน หมายถึง พร้อมเพรียง ไม่ขาดเหลือ บริบูรณ์)

2.1.3.2 องค์ประกอบของความพร้อม มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายองค์ประกอบของความพร้อม ดังนี้

นฤมล สุมรรคา (2554) ได้อธิบายทฤษฎีความพร้อมของ เฮอร์เชย์และบลันชาร์ด (Hersey and Blanchard) ว่ามีองค์ประกอบหลักอยู่ 2 ด้าน คือ ด้านความสามารถ (Ability) ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และประสบการณ์ส่วนอีกด้าน คือความเต็มใจ (Willingness) ประกอบด้วย การให้คำมั่นสัญญา หรือ ความผูกพัน แรงจูงใจในการทำงานและความมั่นคง ส่วนการเตรียมความพร้อมมีองค์ประกอบสำคัญ คือ วุฒิภาวะ ประสบการณ์เดิม และแรงจูงใจ มีรายละเอียดดังนี้

1) วุฒิภาวะ หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความสามารถในอันที่จะทำอะไรได้เองตามธรรมชาติโดยที่ความสามารถนั้นไม่ได้เกิดจากการฝึกฝนหรือการเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม วุฒิภาวะของบุคคล แสดงออกได้ทางร่างกาย อารมณ์สังคม และสติปัญญา

2) ประสบการณ์เดิม การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม ครูจึงมักใช้เป็นแนวทางในการเตรียมเนื้อหาบทเรียนให้เรียงลำดับจากง่ายไปหายาก ให้เหมาะแก่การเรียนรู้ได้ การที่ประสบการณ์เดิมมีผลต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทางจิตวิทยาเรียกว่าเกิด “การถ่ายโยงการเรียนรู้” ทักษะเดิม ความรู้เดิม เป็นพื้นฐานฐานทำให้เกิดความพร้อมในการเรียน

3) แรงจูงใจ เป็นความเต็มใจหรือความใคร่ที่จะเรียนรู้การสร้างแรงจูงใจที่ดีคือการสนองความต้องการของผู้เรียน เด็ก ๆ มักต้องการให้คนอื่นยอมรับ ต้องการความเอาใจใส่และต้องการความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความพร้อมนอกจากนี้แล้ว ยังมีการเตรียมความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน หลายรูปแบบดังนี้

1) การเตรียมความพร้อมด้วยการศึกษา คือ การเตรียมการด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่เราคาดว่าจะได้รับมอบหมาย ทั้งด้านข้อมูลของหน่วยงาน องค์กร สายการบังคับบัญชา และอื่น ๆ ที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องและที่สำคัญ คือ การศึกษาพื้นฐานหรือการทบทวนงานทฤษฎีที่คาดว่าจะได้รับ

2) การเตรียมวางแผนงาน หมายถึง เมื่อมีการศึกษาในงานที่คาดว่าจะได้รับมอบหมายแล้ว ต่อไปเป็นการเตรียมวางแผนการกระทำ ระยะเวลาในการทำงาน ซึ่งต้องมีการเตรียมการไว้ก่อน หาหนทางที่ทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการทำงาน

3) การเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย คือ การมีร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์พร้อมกับทุกสภาพการทำงาน ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญไม่แพ้กัน

Downing & Thackrey (1971: 14-16) ได้แบ่งองค์ประกอบความพร้อมไว้ 4 ด้าน ดังนี้

1) องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Factors) ได้แก่ ความพร้อมทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม

2) องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Intellectual Factors) ได้แก่ ความพร้อมทางสติปัญญา และความสามารถในการรับรู้ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในการแยกแยะการเห็น การฟัง และความสามารถในการตัดสินใจและคิดแก้ปัญหา

3) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ ความพอเพียง โอกาสในการหาประสบการณ์ทางสังคม

4) องค์ประกอบด้านอารมณ์ แรงจูงใจและบุคลิกภาพ (Emotional Factor, Motivation and Personality Factor) ได้แก่ ความมั่นคงทางอารมณ์ จิตใจ และความต้องการที่จะเรียนรู้

จากเนื้อความดังกล่าว สรุปได้ว่า ความหมายของความพร้อม คือ การแสดงกริยาร่วมกันเพื่อแสดงอาการเจตนาต้องการทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน หรือด้วยกัน และองค์ประกอบสำคัญของความพร้อมคือ ด้านกายภาพ ด้านสติปัญญา ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านอารมณ์ แรงจูงใจ และบุคลิกภาพ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการฟื้นฟู

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการฟื้นฟูที่หลากหลาย ดังนี้

ศุภณัฐ เพ็ชรรักษ์ (2563) กล่าวในบทความฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ว่าการท่องเที่ยวแบบ New Normal ในยุคหลัง COVID-19 เป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวต้องใส่ใจ เพราะนาที่นี้ ไม่เพียงแต่คนในประเทศที่เฝ้ารอให้การท่องเที่ยวกลับมา แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ยิ่งให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และพร้อมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ดังนั้น เราต้องเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถี New Normal โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่องความสะอาด ถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค COVID-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก

ปัญญา เทพสิงห์ และ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) กล่าวสรุปแนวทางการฟื้นฟูชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ว่าการพัฒนาชุมชนให้มีความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังนี้ 1) ต้องสร้างจิตสำนึก และฐานความคิดใหม่ ที่มองมนุษย์ โลก และธรรมชาติมีระบบเดียวกัน 2) เชื่อมั่นในศักยภาพของตน การยึดคนเป็นศูนย์กลางไม่ใช่ข้อเสียเสมอไป ถ้าคนนั้นมีคุณธรรมเป็นที่ตั้ง 3) รู้จักเหตุและผลของปัจจัยธรรมชาติ รู้เห็นธรรมชาติตามความจริงที่เรียกว่า

ปัญญา 4) รู้จักตนเองและเจริญสติ เพื่อหลักพันต้นหา เลี้ยงบริโภควัตถุที่ไร้ของเขต 5) ดำเนินชีวิตให้เกิดการพัฒนาทางจิตวิญญาณ หาประสบการณ์ทางจิตวิญญาณกับธรรมชาติ ที่จะมีความสุข

สมสุข บุญยะปัญญา (อ้างถึงใน สุเทพ สิงฆาพะ 2549: 23) กล่าวว่ายุทธศาสตร์การฟื้นฟูท้องถิ่น คือ การสร้างชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ จะต้องฟื้นฟูทุกประเภทที่อยู่ในท้องถิ่น เช่น พืชทางวัฒนธรรม วิธีการผลิต วิถีชุมชนภูมิปัญญาและทรัพยากรธรรมชาติที่มีเหลืออยู่ในท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน สร้างอุดมการณ์ใหม่ของชุมชนท่ามกลางระบบที่เป็นอยู่ สร้างจิตสำนึกท้องถิ่นให้เกิดขึ้นโดยการสนับสนุนให้มีการใช้แผนชีวิตชุมชนพึ่งตนเองในการพัฒนา โดยทุกภาคส่วนในท้องถิ่นมาร่วมกันคิด สำรวจข้อมูล ค้นหาตัวตน เพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน แล้วเริ่มดำเนินการจริง เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้วิถีคิดและวิธีการทำงานนี้กลายเป็นทิศทางสำคัญในระดับนโยบายในการทำงานจะต้องมีการทำแผนร่วมกันของคนในท้องถิ่น

จากเนื้อความดังกล่าว สรุปได้ว่า การฟื้นฟูการท่องเที่ยวต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการฟื้นฟู เสนอแนวคิด และมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ในด้านงบประมาณ เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขอนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 หัวข้อ คือความหมายของการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.5.1 ความหมายของการท่องเที่ยว มีนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

นิศา ชัชกุล (2557: 2) ให้ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่ เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

2.1.5.2 ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว มีนักวิชาการกล่าวไว้ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557: 18) กล่าวสรุปลักษณะเฉพาะของการบริการการ
ท่องเที่ยว ดังนี้

1) เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือเป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดหรือตัวต่อตัว
เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ประชาสัมพันธ์โรงแรมมัคคุเทศก์การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้
ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่ได้รับการบริการการบริการที่ดีและถูกใจสร้างได้ยากเพราะ
ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการดังนั้นผู้ผลิตในตลาดการตลาดการ
ท่องเที่ยวจึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไปให้คงที่ได้เสมอไป

2) การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อม
เสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักร้านอาหาร ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ การบริการ
ที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการอย่าง
เร่งด่วน

3) การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความ
รวดเร็วและประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้
เวลาในการรับบริการสั้นมาก เช่น การพักร้านอาหาร 1-2 คืน การรับประทานอาหาร 1-2 ชั่วโมง การ
โดยสารเครื่องบิน 1-12 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกัน หรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้น
มากในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4) ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มา
ให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหาระงับงานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และ
ค่าจ้าง เครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและ
รวดเร็วขึ้นเท่านั้น

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่นเป็น
การชั่วคราว เป็นการท่องเที่ยวโดยสมัครใจ เพื่อการพักผ่อน หรือติดต่อธุรกิจที่ไม่เกี่ยวกับการประกอบ
อาชีพ และมีลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยวคือการบริการอย่างใกล้ชิด ประสิทธิภาพ
ของผู้ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสินค้าการท่องเที่ยวไม่สามารถนำมา
จำหน่ายใหม่ได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีวิจัยหลายเล่มที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรับรู้และความพร้อมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดัง
จะยกตัวอย่าง ดังนี้

2.2.1 จามรี ชูศรีโณม และคณะ (2558) ได้สรุปงานวิจัย “การศึกษาความพร้อมใน
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาอุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน อำเภอบางขัน จังหวัด

นครศรีธรรมราช” จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาความพร้อมของชุมชน ดังนี้

2.2.1.1 ชุมชนมีความต้องการพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.2.1.2 ชุมชนยังขาดความรู้เรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติจึงไม่สามารถหาแนวทางในการพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนที่เหมาะสมได้ เช่นการเขียนโครงการงบประมาณเพื่อพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ การออกแบบอุทยานบ่อน้ำร้อนให้มีความเหมาะสมกับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติรวมถึงการบริหารจัดการอุทยานบ่อน้ำร้อนให้ประสบผลสำเร็จ

2.2.1.3 กลุ่มผู้นำชุมชนมีความต้องการจัดตั้งคณะกรรมการของชุมชนในการฟื้นฟูพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติโดยที่คณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลและบริหารจัดการอุทยานบ่อน้ำร้อน ไม่ควรเกี่ยวข้องกับการเมืองและควรเป็นคนในชุมชน เนื่องจากเป็นเจ้าของพื้นที่

2.2.1.4 ผู้นำชุมชนควรปลูกฝังและกระตุ้นคนในชุมชนให้เกิดความภาคภูมิใจรักและหวงแหน ทรัพยากรที่มีอยู่ และควรมีการบริหารร่วมกันระหว่างคนในชุมชน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลวังหิน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.1.5 ควรจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อให้เข้ามาดำเนินการในการพัฒนาบริหารจัดการบ่อน้ำร้อนให้มีประสิทธิภาพ เช่น คณะทำงานในรูปของบริษัทหรือสหกรณ์ในการเข้ามาดูแลการบริหารจัดการ (ลงทุน บริหาร จัดเก็บรายได้) เป็นต้น

2.2.1.6 ชุมชนควรมีบทบาทและส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เพราะที่ผ่านมาองค์การบริหารส่วนตำบลวังหินเป็นผู้ดูแลบริหารจัดการฝ่ายเดียว ทำให้การพัฒนาและบริหารจัดการไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลวังหินมีภารกิจอื่น ๆ ที่ต้องดูแลบริหารจัดการชุมชนการศึกษาความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.2.1.7 องค์การบริหารส่วนตำบลวังหินควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อน และจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนอย่างต่อเนื่อง

2.2.1.8 ควรจัดตั้งคณะกรรมการบริหารอุทยานบ่อน้ำร้อน เพื่อดูแลและบริหารจัดการอุทยานบ่อน้ำร้อนให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็วขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามามีบทบาทโดยตรงต่อการบริหารจัดการอุทยานบ่อน้ำร้อนทำให้ขาดการดูแลพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.2.1.9 การจัดตั้งคณะกรรมการเข้ามาดูแลอุทยานบ่อน้ำร้อนโดยตรงทำให้การพัฒนาและบริหารจัดการอุทยานบ่อน้ำร้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทบ่อน้ำร้อนที่

ยั่งยืน ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต เหมือนกับน้ำพุร้อนที่อื่น ๆ เช่น บ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัด ระนอง เป็นต้น

2.2.1.10 การเมืองท้องถิ่นเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อน เป็นไปอย่างล่าช้า เพราะการเปลี่ยนถ่ายอำนาจทางการเมืองท้องถิ่นส่งผลต่อการบริหารจัดการ อุทยานบ่อน้ำร้อน เนื่องจากนโยบายในการพัฒนาของแต่ละฝ่ายไม่เหมือนกัน ส่งผลให้โครงการ พัฒนาอุทยานบ่อน้ำร้อนไม่สามารถดำเนินการต่อได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นคณะกรรมการไม่ควรเป็นผู้ที่ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองท้องถิ่น

2.2.2 ชัยศนันท์ สมปัญญาธิวงศ์ และ เอื้องไพร วัลลภชัย (2559) กล่าวสรุปใน บทความวิจัย เรื่อง การศึกษาความพร้อมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านตูปค้อ ตำบลกกสะทอน จังหวัดเลย ดังนี้

2.2.2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในตำบลกก สะทอน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้าน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านติดตามและการประเมินผลในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รองลงมา คือ ด้านจัดการแบ่งปันผลประโยชน์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านตัดสินใจและวางแผนการ ดำเนินงาน

2.2.2.2 ผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในตำบลกกสะทอน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตามระดับ การมีส่วนร่วม ของชุมชน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพทางสังคม และ ภูมิฐานะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.2.2.3 แนวทางสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในตำบลกกสะทอน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ได้แก่ การปรับปรุงเส้นทางให้ดียิ่งขึ้นปรับปรุงที่พักให้ เพียงพอ และเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวปรับปรุงอาหาร เครื่องดื่ม ให้สอดคล้องกับสังคมของท้องถิ่น ปรับปรุงความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และปรับปรุงป้ายบอก ระยะทาง ประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งสร้างความร่วมมือกับชุมชนโดยการให้ชุมชน มีส่วนร่วมด้วยการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความรักความหวงแหนท้องถิ่นของ ตนเองช่วยกัน อนุรักษ์ธรรมชาติที่มีอยู่ให้ข้อมูลและการปฏิบัติที่ถูกต้องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แก่นักท่องเที่ยวและปลูกฝังให้กับคนรุ่นหลังต่อไป

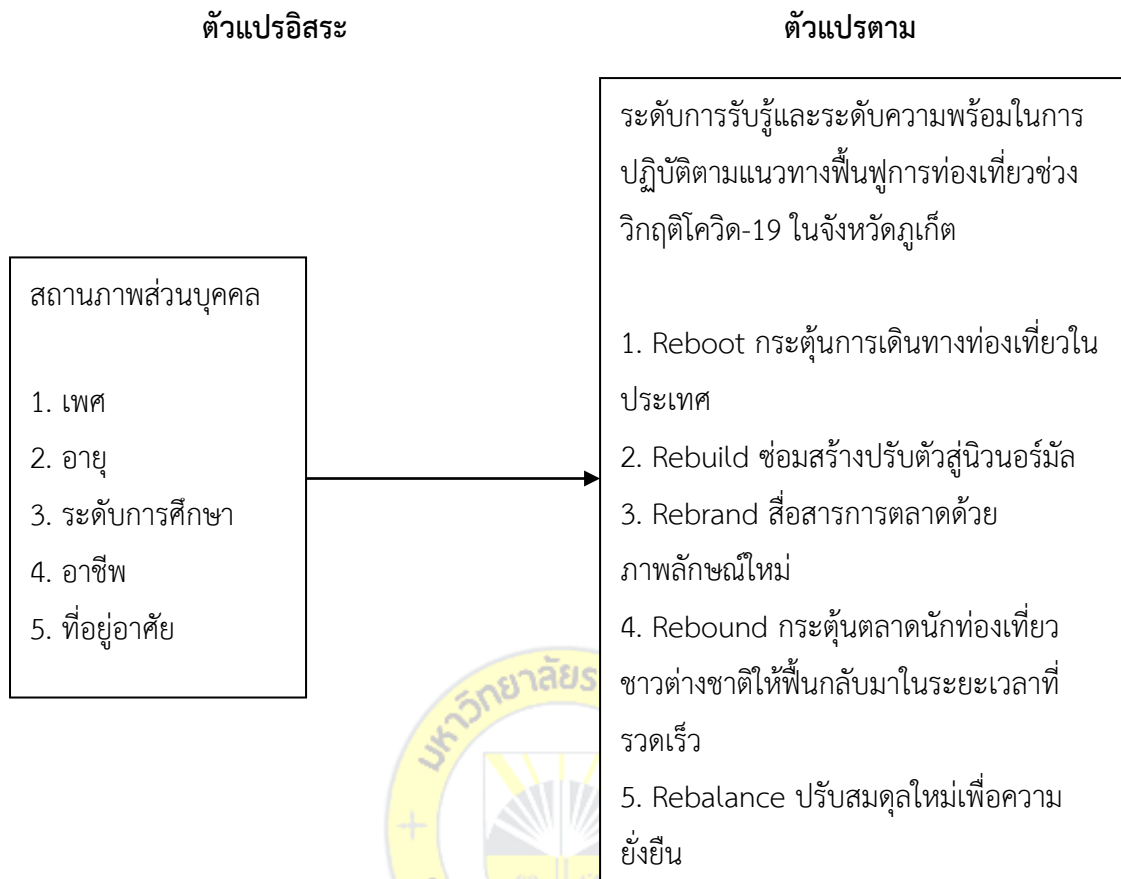
2.2.3 พรชนก เหลืองอ่อน (2559) สรุปผลในการวิจัย เรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปที่ท่องเที่ยวได้หัวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต กรุงเทพมหานคร ดังนี้

2.2.3.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในวัน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน โดยภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยาและด้านคุณค่าอยู่ในระดับมากที่สุด ถัดมาภาพลักษณ์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกายภาพและด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2.3.2 ผลการศึกษาเรื่องอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้าน กายภาพ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจ เดินทางไปท่องเที่ยวได้ในวัน พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยรวมส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไป ท่องเที่ยวได้ในวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Adjusted R square=.275) เมื่อพิจารณา เป็นรายประเภพบว่ามีเพียงแค่การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา ($Beta=.302$, $P \leq 0.05$) และ ภาพลักษณ์ ด้านการสื่อสาร ($Beta=.299$, $P \leq 0.05$) ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2.4 สุเทพ สิงห์มาพะ (2549) สรุปผลการศึกษาในวิทยานิพนธ์เรื่องการมีส่วนร่วม ของประชาชนด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังประสบธรณีพิบัติภัยสึนามิ ในเขตตำบลกมลา อำเภอกะ พู จังหวัดภูเก็ตว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังประสบธรณีพิบัติภัยสึ นามิอยู่ในระดับน้อยเกือบทุกปัจจัย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการเสนอแนะปัญหาการมีส่วนร่วมใน การวางแผน และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม ของประชาชนด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังประสบธรณีพิบัติภัยสึนามิพบว่า ปัจจัยด้านการ ปรับปรุงแหล่งภูมิทัศน์ ปัจจัยด้านการช่วยเหลือจากภาครัฐ มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนใน การฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังประสบธรณีพิบัติภัยสึนามิ ในเขตจังหวัดภูเก็ต ปัญหาเกี่ยวกับการมีส่วน ร่วมของประชาชนในด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ขาดความร่วมมือขอหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ประชาชนมีโอกา สแสดงความคิดเห็นต่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้น้อย และขาดงบประมาณในการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวมาก ขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะการเสนอแนะปัญหา การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามและ ประเมินผล ภาครัฐ เอกชน และประชาชนจะต้องมีการประสานงานกันเป็นอย่างดีและเกิดความ ต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกิดสึนามิและการป้องกัน ตนเองจากภัยสึนามิแก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และเพื่อเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เช่น ประชากรทั่วไปในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2562 จำนวนทั้งสิ้น 345,067 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากตารางของเครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie and Morgan) ที่ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม ร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และเก็บเพื่อเป็นจำนวน 39 ชุด รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 423 ชุด และใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรจังหวัดภูเก็ตในแต่ละอำเภอ อำเภอละ 141 คน รวมทั้งสิ้น 423 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับที่	ชื่ออำเภอ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	อำเภอเมือง	141
2	อำเภอกะทู้	141
3	อำเภอถลาง	141
รวมทั้งสิ้น		423

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่องการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสอบถามผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และที่อยู่อาศัย เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต เป็นหัวข้อหลักจำนวน 5 ข้อ และหัวข้อย่อยจำนวน 25 ข้อ ได้แก่

1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ
2. Rebuild ซ่อมสร้างปรับตัวสู่นิวนอร์มัล
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว

5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ อภินันท์ จันตะนี (2547: 5) ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.50-3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย

1.00-1.49

หมายถึง

เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อคำถามปลายเปิด ถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ในด้านการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.3.1 ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การรับรู้ความพร้อม และการฟื้นฟูการท่องเที่ยว

3.3.2 กำหนดกรอบแนวคิด และเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูล ในการสร้างแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย

3.3.3 นำร่างแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว มาเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อเสนอแนวปรับปรุงเพื่อความเหมาะสม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

3.3.4 การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยตรวจสอบโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (Subject Matter Specialists) หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยแสดงความคิดเห็นเป็นรายข้อ มีค่าเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1) อาจารย์ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ ผู้ช่วยผู้ประสานสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

2) อาจารย์ราตรีญา อธิภัทรตระกูล อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์เศรษฐวิรุทธิ์ คงกะพันธ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

3.3.5 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากที่ได้ปรับข้อแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาทดลองใช้ (Try out) เพื่อทดสอบคุณภาพความเที่ยงหรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือกับประชากรที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด นำไปคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (อ้างถึงใน บุญพา คำวิเศษณ์, 2561: 38) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.89

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากเอกสาร บทความ วารสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิจัยอื่น ๆ รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการทำแบบสอบถาม

3.4.2 ออกแบบสร้างเครื่องมือวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และที่อยู่อาศัย เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต เป็นหัวข้อหลักจำนวน 5 ข้อ และหัวข้อย่อยจำนวน 25 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ อภินันท์ จันตะนี (2547: 5)

ตอนที่ 3 ข้อคำถามปลายเปิด ถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ในด้านการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว

3.4.3 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการให้ผู้ช่วยวิจัย แจกแบบสอบถามประชากรในจังหวัดภูเก็ต ระหว่างเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม 2564 โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำนวน 384 ชุดและเก็บเผื่อเป็นจำนวน 39 ชุด รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 423 ชุดเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.4.4 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งได้ข้อมูลจากเอกสาร บทความ วารสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิจัยอื่น ๆ รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางการวิจัย (SPSS) โดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การตรวจสอบเบื้องต้น หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาโดยการตรวจสอบ (Editing) ความถูกต้อง (Legibility) ความสมบูรณ์ (Completeness) ความสอดคล้อง (Consistency) และ ความเที่ยงตรง (Accuracy) ของแบบสอบถามที่ได้กลับมาทั้งหมด

3.5.2 การลงรหัส (Coding) จากข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วข้างต้น โดยการกำหนดตัวเลขให้แก่ตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยสำหรับคำถามปลายปิด (Closed-response question)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เมื่อได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว จะนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูล ดังนี้

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตในหัวข้อ Reboot, Rebuild, Rebrand, Rebound, และ Rebalance มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรต้น 2 กลุ่มได้แก่ เพศ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA หรือ F-test ที่ระดับ .05 หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบรายข้อด้วยวิธีของเชฟเฟ่ Scheffé Analysis (ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1)

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด 19 ในจังหวัดภูเก็ตในหัวข้อ Reboot, Rebuild, Rebrand, Rebound และ Rebalance มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรต้น 2 กลุ่มได้แก่ เพศ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA หรือ F-test ที่ระดับ .05 หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบรายข้อด้วยวิธีของเชฟเฟ่ Scheffé Analysis (ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนำเสนอ เพื่อศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และ เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตในหัวข้อ Reboot Rebuild Rebrand Rebound และ Rebalance

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตในหัวข้อ Reboot Rebuild Rebrand Rebound และ Rebalance

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่อาศัย ดังแสดงในตารางที่ 4.1-4.5

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ชาย	103	24.30
หญิง	320	75.70
รวม	423	100.00

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งหมด 423 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 320 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.70 และเพศชาย จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	2	0.50
21-40 ปี	369	87.20
41-60 ปี	48	11.30
61 ปีขึ้นไป	4	0.90
รวม	423	100.0

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มี อายุ 21-40 ปี จำนวน 369 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.20 อายุ 41-60 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.90 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้าน ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
อนุปริญญา	17	4.00
ปริญญาตรี	376	88.90
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.10
รวม	423	100.00

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 376 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.90 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.10 และอนุปริญญา จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
นักเรียน/นักศึกษา	80	18.90
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	135	31.90
พนักงานบริษัทเอกชน	193	45.60
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	3.50
รวม	423	100.00

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้าน อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.60 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.90 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.90 และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
อำเภอเมือง	141	33.33
อำเภอกะทู้	141	33.33
อำเภอถลาง	141	33.33
รวม	423	100.00

จากตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 อำเภอกะทู้ จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ อำเภอถลาง จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ดังแสดงในตาราง 4.6-4.11

ตารางที่ 4.6 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	3.82	0.65	มาก	5
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	3.82	0.66	มาก	4
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	3.84	0.64	มาก	2
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	3.85	0.62	มาก	1
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	3.83	0.64	มาก	3
รวม	3.82	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.6 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.62$) ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.64$) ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ($\bar{X}=3.83$, $SD=0.64$) ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.66$) และด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้ดี	3.92	0.79	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม	3.88	0.79	มาก	2
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน	3.80	0.81	มาก	3

ตารางที่ 4.7 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ (ต่อ)

Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากแล้ว	3.72	0.85	มาก	5
5) ท่านคิดว่ารัฐบาลได้ช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากแล้ว	3.77	0.88	มาก	4
โดยรวม	3.82	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.7 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$, $SD=0.79$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.79$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล

Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี	3.95	0.77	มาก	1

ตารางที่ 4.8 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล

Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
2) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว	3.84	0.77	มาก	3
3) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนายกระดับทักษะของบุคลากรในองค์กรทุกระดับแล้ว	3.79	0.81	มาก	4
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้แก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่เคยเกิดขึ้นก่อนวิกฤติโควิด-19 เพื่อสร้างความมั่นคงยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว	3.67	0.88	มาก	5
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว	3.85	0.79	มาก	2
โดยรวม	3.82	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4.8 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.66$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$, $SD=0.77$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.79$) และ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.77$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่

Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในระดับต้น ๆ	4.02	0.79	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ได้เป็นอย่างดีเหมาะสม	3.86	0.78	มาก	2
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอย่างเต็มที่	3.68	0.85	มาก	5
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวแล้ว	3.81	0.80	มาก	4
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนาและสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว	3.85	0.79	มาก	3
โดยรวม	3.84	0.64	มาก	

จากตารางที่ 4.9 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในระดับต้นๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.02$, $SD=0.79$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ได้เป็นอย่างดีเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, $SD=0.78$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนาและสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว	3.98	0.76	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว	3.88	0.76	มาก	2
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้รักษานักท่องเที่ยวคุณภาพและไม่เน้นจำนวนเพิ่มมากขึ้นแล้ว	3.82	0.74	มาก	3
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ทำการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มรักษาสุขภาพ (Health and Wellness) เพิ่มมากขึ้น	3.80	0.77	มาก	4
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้มีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้เปิดกว้างทำตลาดทุกพื้นที่แล้ว	3.77	0.84	มาก	5
โดยรวม	3.85	0.62	มาก	

จากตารางที่ 4.10 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.76$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$, $SD=0.76$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้รักษานักท่องเที่ยวคุณภาพและไม่เน้นจำนวนเพิ่มมากขึ้นแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน

Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว	3.85	0.76	มาก	3
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้กระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลาในจังหวัดภูเก็ตแล้วอย่างเหมาะสม	3.77	0.81	มาก	5
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีแผนในการรักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงโควิด-19 แล้ว	3.79	0.79	มาก	4
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น	3.89	0.76	มาก	1
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว	3.86	0.73	มาก	2
โดยรวม	3.83	0.64	มาก	

จากตารางที่ 4.11 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.76$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, $SD=0.73$) และ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.76$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ดังแสดงในตาราง 4.12-4.17

ตารางที่ 4.12 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19

ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟู การท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	3.83	0.62	มาก	5
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล	3.84	0.63	มาก	4
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	3.87	0.63	มาก	2
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.87	0.59	มาก	3
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	3.89	0.63	มาก	1
รวม	3.86	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.12 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 พบว่า โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, $SD=0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.63$) ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.63$) ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.59$) ด้าน Rebuild ซ่อมสร้างปรับตัวสู่วินอร์มัล ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.63$) และ ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างดี	3.95	0.78	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม	3.83	0.75	มาก	3
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน	3.85	0.74	มาก	2
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากแล้ว	3.79	0.76	มาก	4
5) ท่านคิดว่ารัฐบาลได้ช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากแล้ว	3.74	0.78	มาก	5
โดยรวม	3.83	0.62	มาก	

จากตารางที่ 4.13 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$, $SD=0.78$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.74$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล

Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี	3.92	0.77	มาก	1
2) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว	3.85	0.77	มาก	2
3) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนายกระดับทักษะของบุคลากรในองค์กรทุกระดับแล้ว	3.84	0.75	มาก	3
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้แก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่เคยเกิดขึ้นก่อนวิกฤติโควิด-19 เพื่อสร้างความมั่นคงยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว	3.76	0.77	มาก	5
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว	3.83	0.79	มาก	4
โดยรวม	3.84	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.14 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.92$, $SD=0.77$) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.77$) และ

ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระดับทักษะของบุคลากรในองค์กรทุกระดับแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่

Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้นๆ	4.00	0.79	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ได้เป็นอย่างดีเหมาะสม	3.82	0.75	มาก	5
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอย่างเต็มที่	3.85	0.75	มาก	3
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวแล้ว	3.82	0.76	มาก	4
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนา และสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว	3.85	0.80	มาก	2
โดยรวม	3.87	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.15 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.79$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนาและสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.80$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว	4.06	0.72	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว	3.84	0.75	มาก	2
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้รักษารฐานนักท่องเที่ยวคุณภาพและไม่เน้นจำนวนเพิ่มมากขึ้นแล้ว	3.79	0.75	มาก	5
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ทำการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มรักษาสุขภาพ (Health and Wellness) เพิ่มขึ้น	3.83	0.72	มาก	3
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้มีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้เปิดกว้างทำตลาดทุกพื้นที่แล้ว	3.82	0.75	มาก	4
โดยรวม	3.87	0.59	มาก	

จากตารางที่ 4.16 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.59$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.06$, $SD=0.72$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.75$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ทำการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มรักษาสุขภาพ (Health and Wellness) เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน

Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว	4.00	0.72	มาก	1
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้กระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลาในจังหวัดภูเก็ตแล้วอย่างเหมาะสม	3.83	0.78	มาก	5
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีแผนในการรักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงโควิด-19 แล้ว	3.84	0.79	มาก	4
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น	3.88	0.75	มาก	3
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว	3.90	0.75	มาก	2
โดยรวม	3.89	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.17 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.72$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, $SD=0.75$) และท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ดังแสดงในตาราง 4.18-4.24 ดังนี้

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้าน เพศ

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	3.82	0.71	3.82	0.63	0.043	.083
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ชีวิตใหม่	3.81	0.69	3.82	0.65	0.153	.120
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	3.84	0.62	3.85	0.64	0.129	.834
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	3.88	0.66	3.84	0.61	0.501	.143
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	3.87	0.64	3.82	0.63	0.764	.507
โดยรวม	3.84	0.61	3.83	0.53	0.232	.056

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง มีมุมมองต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้าน อายุ

การรับรู้แนวทางฟื้นฟู การท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	.164	3	.055	.130	.942
	Within Groups	176.593	419	.421		
	Total	176.757	422			

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ (ต่อ)

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ชีวิตใหม่	Between Groups	.712	3	.237	.542	.654
	Within Groups	183.553	419	.438		
	Total	184.265	422			
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.312	3	.104	.255	.858
	Within Groups	171.230	419	.409		
	Total	171.542	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	Between Groups	1.267	3	.422	1.107	.346
	Within Groups	159.950	419	.382		
	Total	161.217	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.410	3	.137	.337	.799
	Within Groups	170.193	419	.406		
	Total	170.603	422			
โดยรวม	Between Groups	.399	3	.133	.438	.726
	Within Groups	127.246	419	.304		
	Total	127.645	422			

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้าน ระดับการศึกษา

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	3.563	2	1.781	4.320	.014*
	Within Groups	173.195	420	.412		
	Total	176.757	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	Between Groups	.353	2	.177	.403	.668
	Within Groups	183.912	420	.438		
	Total	184.265	422			
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	2.009	2	1.004	2.488	.084
	Within Groups	169.533	420	.404		
	Total	171.542	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.580	2	.290	.758	.469
	Within Groups	160.637	420	.382		
	Total	161.217	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.514	2	.257	.635	.530
	Within Groups	170.088	420	.405		
	Total	170.603	422			
โดยรวม	Between Groups	1.046	2	.523	1.736	.178
	Within Groups	126.599	420	.301		
	Total	127.645	422			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.21 ดังนี้

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	อนุประญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.66	3.85	3.51
อนุประญา	3.66	-	(0.19)	0.15
ปริญญาตรี	3.85		-	0.34*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.51			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	1.682	3	.561	1.342	.260
	Within Groups	175.075	419	.418		
	Total	176.757	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวอร์มัล	Between Groups	.354	3	.118	.269	.848
	Within Groups	183.911	419	.439		
	Total	184.265	422			

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ (ต่อ)

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.355	3	.118	.290	.833
	Within Groups	171.187	419	.409		
	Total	171.542	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.624	3	.208	.542	.654
	Within Groups	160.594	419	.383		
	Total	161.217	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	2.264	3	.755	1.879	.032*
	Within Groups	168.338	419	.402		
	Total	170.603	422			
โดยรวม	Between Groups	.484	3	.161	.532	.661
	Within Groups	127.161	419	.303		
	Total	127.645	422			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

อาชีพ	Mean \bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		3.79	3.91	3.82	3.55
นักเรียน/นักศึกษา	3.79	-	(0.12)	(0.03)	0.24
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	3.91		-	0.09*	0.36*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.82			-	0.27
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.55				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	1.287	2	.643	1.540	.216
	Within Groups	175.471	420	.418		
	Total	176.757	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวอร์มัล	Between Groups	1.764	2	.882	2.029	.133
	Within Groups	182.502	420	.435		
	Total	184.265	422			

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย (9jv)

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.097	2	.049	.119	.888
	Within Groups	171.445	420	.408		
	Total	171.542	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.790	2	.395	1.034	.356
	Within Groups	160.427	420	.382		
	Total	161.217	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.359	2	.180	.443	.642
	Within Groups	170.243	420	.405		
	Total	170.603	422			
โดยรวม	Between Groups	.223	2	.111	.367	.693
	Within Groups	127.423	420	.303		
	Total	127.645	422			

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ดังแสดงในตารางที่ 4.25-4.34

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ

ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	3.86	0.60	3.82	0.63	0.618	.805

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ (9jv)

ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟู การท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล	3.83	0.59	3.84	0.65	0.123	.543
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วย ภาพลักษณ์ใหม่	3.86	0.62	3.87	0.63	0.219	.617
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	3.84	0.61	3.87	0.59	0.442	.380
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความ ยั่งยืน	3.87	0.69	3.90	0.61	0.406	.079
โดยรวม	3.85	0.57	3.86	0.56	0.125	.500

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	.698	3	.233	.602	.614
	Within Groups	161.850	419	.386		
	Total	162.548	422			

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ (ต่อ)

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ นิวนอร์มัล	Between Groups	2.081	3	.694	1.730	.160
	Within Groups	167.972	419	.401		
	Total	170.053	422			
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วย ภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.719	3	.240	.609	.609
	Within Groups	164.920	419	.394		
	Total	165.639	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	2.029	3	.676	1.938	.023*
	Within Groups	146.224	419	.349		
	Total	148.253	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่ เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	1.338	3	.446	1.137	.334
	Within Groups	164.383	419	.392		
	Total	165.721	422			
โดยรวม	Between Groups	1.137	3	.379	1.219	.302
	Within Groups	130.213	419	.311		
	Total	131.350	422			

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.27 ดังนี้

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ

อายุ	Mean	ต่ำกว่า 20 ปี	21-40 ปี	41-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	4.00	3.89	3.68	3.85
ต่ำกว่า 20 ปี	4.00	-	0.11	0.32	0.15
21-40 ปี	3.89		-	0.21*	0.04
41-60 ปี	3.68			-	(0.17)
61 ปีขึ้นไป	3.85				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41-60 ปี

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	.310	2	.155	.401	.670
	Within Groups	162.239	420	.386		
	Total	162.548	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ นิวนอร์มัล	Between Groups	1.330	2	.665	1.655	.192
	Within Groups	168.723	420	.402		
	Total	170.053	422			

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา (ต่อ)

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วย ภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	1.142	2	.571	1.458	.234
	Within Groups	164.497	420	.392		
	Total	165.639	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.484	2	.242	.687	.504
	Within Groups	147.770	420	.352		
	Total	148.253	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่ เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.314	2	.157	.399	.671
	Within Groups	165.407	420	.394		
	Total	165.721	422			
โดยรวม	Between Groups	.422	2	.211	.677	.509
	Within Groups	130.928	420	.312		
	Total	131.350	422			

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน.

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	.705	3	.235	.609	.610
	Within Groups	161.843	419	.386		

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ (ต่อ)

ความพร้อมในการปฏิบัติตาม แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง วิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Total	162.548	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ นิวนอร์มัล	Between Groups	.554	3	.185	.456	.013*
	Within Groups	169.499	419	.405		
	Total	170.053	422			
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วย ภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.686	3	.229	.581	.028*
	Within Groups	164.953	419	.394		
	Total	165.639	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.117	3	.039	.111	.045*
	Within Groups	148.136	419	.354		
	Total	148.253	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่ เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.165	3	.055	.139	.036*
	Within Groups	165.556	419	.395		
	Total	165.721	422			
โดยรวม	Between Groups	.287	3	.096	.305	.821
	Within Groups	131.063	419	.313		
	Total	131.350	422			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีมุมมองความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.30-4.33 ดังนี้

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

อาชีพ	Mean \bar{X}	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
		3.83	3.88	3.82	3.71
นักเรียน/นักศึกษา	3.83	-	(0.05)*	0.01	0.12
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	3.88		-	0.06	0.17
พนักงานบริษัทเอกชน	3.82			-	0.11
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.71				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล น้อยกว่ากลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

อาชีพ	Mean \bar{X}	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
		3.87	3.89	3.86	3.67
นักเรียน นักศึกษา	3.87	-	(0.02)	0.01	0.20
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	3.89		-	0.03	0.22*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.86			-	0.19
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.67				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

อาชีพ	Mean \bar{X}	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
		3.88	3.86	3.87	3.79
นักเรียน นักศึกษา	3.88	-	0.02	0.01	0.09
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	3.86		-	(0.01)	0.07*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.87			-	0.08*
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.79				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

อาชีพ	Mean \bar{X}	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
		3.92	3.89	3.88	3.81
นักเรียน นักศึกษา	3.92	-	0.03	0.04	0.11
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	3.89		-	0.01	0.08*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.88			-	0.07*
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.81				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. Reboot กระตุ้นการเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	Between Groups	1.287	2	.643	1.540	.216
	Within Groups	175.471	420	.418		
	Total	176.757	422			
2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวอร์มัล	Between Groups	1.764	2	.882	2.029	.133
	Within Groups	182.502	420	.435		
	Total	184.265	422			

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย (ต่อ)

การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	Between Groups	.097	2	.049	.119	.888
	Within Groups	171.445	420	.408		
	Total	171.542	422			
4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	Between Groups	.790	2	.395	1.034	.356
	Within Groups	160.427	420	.382		
	Total	161.217	422			
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	Between Groups	.359	2	.180	.443	.642
	Within Groups	170.243	420	.405		
	Total	170.603	422			
โดยรวม	Between Groups	.223	2	.111	.367	.693
	Within Groups	127.423	420	.303		
	Total	127.645	422			

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน.

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคธุรกิจ รวมทั้งประชาชนทั่วไป ในปี 2562 จำนวนทั้งสิ้น 345,067คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากตารางของเครซี่ และ มอร์แกน (Krejcie and Morgan) ที่ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม ร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และเก็บเพื่อเป็นจำนวน 39 ชุด รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 423 ชุด และใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรจังหวัดภูเก็ตในแต่ละอำเภอ เช่น อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง อำเภอละ 141 คน รวมทั้งสิ้น 423 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสอบถามผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีหัวข้อ Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ Rebuild ซ่อมสร้างปรับตัวสู่วินอร์มัล Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมา ในระยะเวลาที่รวดเร็ว และ Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน 3) ข้อคำถามปลายเปิด ถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ สถิติที่ใช้ในวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way

ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffé Analysis

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอมีทั้งหมด 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

การรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.62$) ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.64$) ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.64$) ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.66$) และด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.65$) ตามลำดับ

ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.92$, $SD=0.79$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$, $SD=0.79$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$, $SD=0.81$) ตามลำดับ

ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล พบว่า การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.66$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$, $SD=0.77$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$,

SD=0.79) และ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.84, SD=0.77) ตามลำดับ

ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ พบว่า การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.84, SD=0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้น ๆ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.02, SD=0.79) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ได้เป็นอย่างดีเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.86, SD=0.78) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนาและสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.85, SD=0.79) ตามลำดับ

ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.85, SD=0.62) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.98, SD=0.76) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.88, SD=0.76) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้รักษานักท่องเที่ยวคุณภาพและไม่เน้นจำนวนเพิ่มมากขึ้นแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.82, SD=0.74) ตามลำดับ

ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน พบว่า การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.83, SD=0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.89, SD=0.76) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.86, SD=0.73) และ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.85, SD=0.76) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 พบว่า โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง

วิกฤติโควิด-19 ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, $SD=0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.63$) ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.63$) ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.59$) ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.63$) และ ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.62$) ตามลำดับ ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมาพักในจังหวัดภูเก็ตได้ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$, $SD=0.78$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.74$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล พบว่า ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.92$, $SD=0.77$) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือทางตลาดและสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในองค์กรแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.77$) และ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาระดับทักษะของบุคลากรในองค์กรทุกระดับแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ พบว่า ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้นๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.79$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีการสนับสนุน พัฒนาและสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีภาพลักษณ์ใหม่แตกต่างจากก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 แล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.80$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.59$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.06$, $SD=0.72$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.75$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้ทำการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มรักษาสุขภาพ (Health and Wellness) เพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.72$) ตามลำดับ

ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน พบว่า ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.72$) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, $SD=0.75$) และ ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

3.1) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด 19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง มีมุมมองต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

3.2) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด 19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

3.3) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

3.4) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

3.5) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

4.1) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

4.2) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมุมมองความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41-60 ปี

4.3) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน.

4.4) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีมุมมองความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ดังนี้

4.4.1) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัล น้อยกว่ากลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ

4.4.2) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

4.4.3) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

4.4.4) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

4.5) ผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีมุมมองต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	สถานภาพส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	ที่อยู่อาศัย
1. สถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19					
1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	X	X	✓	X	X
2) Rebuild ซ่อมสร้างปรับตัวสู่วินอร์มัล	X	X	X	X	X
3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	X	X	X	X	X
4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว	X	X	X	X	X

ตารางที่ 5.1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถานภาพส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	ที่อยู่อาศัย
5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	X	X	X	✓	X
2. สถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19					
1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	X	X	X	X	X
2) Rebuild ซ่อมสร้างปรับตัวสู่นิวนอร์มัล	X	X	X	✓	X
3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่	X	X	X	✓	X
4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว	X	✓	X	✓	X
5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน	X	X	X	✓	X

✓ ยอมรับสมมติฐาน : X ปฏิเสธสมมติฐาน

จากตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 พบว่า สถานภาพส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ตต่างกันในด้านระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางด้าน และสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันในด้านอายุ และ อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางด้าน เช่นกัน

5.2 อภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

5.2.1 การรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัยในส่วนของการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด 19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปีเป็นวัยทำงานในสถานประกอบการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหรือคนไทยในต่างแดนได้กลับมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับจังหวัดภูเก็ตได้มี โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) เป็นโครงการใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดสแล้วสามารถเข้าประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัว โครงการนี้มีเริ่มในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2564 ก่อนที่ประเทศไทยจะกลับมาเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างเต็มรูปแบบ ภูเก็ตจะเป็นจังหวัดแรกของไทยที่มีการดำเนินการตามแผนของโครงการ "แซนด์บ็อกซ์" นี้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะภูเก็ตนี้จะไม่กักตัวในห้องพักอีกต่อไป (thaiontours.com, 2565) โครงการนี้ประสบความสำเร็จในการดำเนินการจะเห็นได้จาก รายงานข่าวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า หลังจากเปิดโครงการ “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” ได้รับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่ฉีดวัคซีนครบโดสแล้วเดินทางเข้ามาเที่ยวภูเก็ตแบบไม่กักตัว พบว่าในช่วง 40 วันแรก ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม-9 สิงหาคม 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการฯ สะสม 18,654 คน ด้านยอดจองห้องพักโรงแรมที่ได้มาตรฐาน SHA+ พบว่าตลอดไตรมาส 3/2564 มีจำนวน 353,529 คืน แบ่งเป็นเดือน กรกฎาคม 190,843 คืน เดือน สิงหาคม 143,566 คืน และเดือน กันยายน 19,120 คืน ส่วนยอดการจองในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือไฮซีซั่น(High Season) ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2564-กุมภาพันธ์ 2565 มีจำนวน 9,797 คืน (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) ดังนั้นเป็นข้อมูลสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ในด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ที่ยังเชื่อมั่นว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแผนของสายการบิน “คาเธ่ย์ แปซิฟิค” ที่ได้เริ่มแผนการบินเส้นทาง ฮองกง-ภูเก็ต ในวันที่ 10 สิงหาคม 2564 ให้บริการไฟลต์ปฐมฤกษ์ เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตเป็นวันแรก โดยทำการบินทุกวัน อังคาร และวันอาทิตย์ วันละหนึ่งเที่ยวบิน สำหรับไฟลต์ปฐมฤกษ์มีผู้โดยสารเดินทางมาทั้งสิ้น 134 คน มาจากตลาดฮองกง 56 คน นอกจากนั้นเป็นผู้โดยสารจากตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา และจีน (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ตยังมีความคิดเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตได้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอย่างเต็มที่ เพราะประเทศไทยมีโครงการ SHA หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration มีชื่อเต็มในภาษาไทยว่า โครงการ

ยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เป็นโครงการความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ โดยกิจการที่สามารถขอรับมาตรฐาน SHA ได้ มี 10 หมวด ได้แก่ 1. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2. โรงแรม/ที่พัก และสถานที่จัดประชุม 3. นันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว 4. ยานพาหนะ 5. บริษัทนำเที่ยว 6. สุขภาพและความงาม 7. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า 8. กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 9. โรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม และ 10. ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ (พลอยจันทร์ สุขคง, 2565) สอดคล้องกับ นายพิพัฒน์ รัชกิจประการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่นำร่องที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามแผนที่รัฐบาลวางไว้ และเชื่อมั่นว่ามาตรฐาน SHA Plus จะเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตโดยไม่ต้องกักตัว มีความมั่นใจในความปลอดภัย และได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ นอกจากนี้ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังกล่าวว่า ปัจจุบันมีสถานประกอบการที่ได้ขึ้นทะเบียนมาตรฐาน SHA Plus ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตแล้วกว่า 460 แห่ง เป็นการตอกย้ำถึงภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ทั้งมาตรฐานการบริการ ความสะอาด และความปลอดภัย รวมถึงเป็นแบบอย่างการบริหารจัดการนำร่องเปิดรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพที่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน (ฐานเศรษฐกิจ, 2565) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีการรับรู้อย่างมากในด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง ในอดีตจังหวัดภูเก็ตอาจมีตลาดนักท่องเที่ยวหลักคือ จีน แต่เนื่องจากวิกฤตโควิด-19 ประเทศจีนยังไม่เปิดประเทศ จึงทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาพักในจังหวัดภูเก็ตเลย จึงทำให้จังหวัดภูเก็ตต้องเสาะหาตลาดนักท่องเที่ยวอื่นๆ ไม่พึ่งพิงตลาดเดียวอีกต่อไป สอดคล้องกับข่าววิเคราะห์จากผู้จัดการออนไลน์ (2563) ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมุ่งไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป หรือประเทศในตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยโรงแรมสามารถเข้าร่วมโครงการกับโรงพยาบาลในภูเก็ต โดยคาดว่าหลังจากที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่สู่โครงการ ASQ (Alternative State Quarantine) ตามระยะเวลาที่กำหนดแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพักอยู่ในภูเก็ตระยะยาว 3-6 เดือน โดยทางภาครัฐอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ เช่น วิชาที่สามารถให้อยู่ยาวได้ การทำสัญญาเช่าอาคารพักอาศัย รวมถึงการรับประกันสุขภาพและอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข่าวเชิงวิเคราะห์จาก ภูมิภาค ททบ. 5 (2564) สรุปว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาภูเก็ตในปัจจุบัน นี้ ตามโครงการ Travel Bubble จะมีจุดประสงค์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเช่น กลุ่มที่มารักษาและดูแลสุขภาพ Medical Hub และกลุ่ม knowledgeable workers เป็นต้น และยังคงสอดคล้องกับ การ

เปิดตัวโครงการ "Workation Thailand ทำงานเที่ยวได้ รวมใจช่วยชาติ" ชักชวนหน่วยงานไทยและประชาชนในประเทศ "เปลี่ยนทุกที่ของประเทศไทย" ของ ททท. ให้กลายเป็นที่ทำงาน และจัดประชุม โดยร่วมกับสมาคมโรงแรมไทย และสมาคมภาคการท่องเที่ยว จัดราคาแบบสุดพิเศษ นอกจากสร้างโปรโมชันนี้สำหรับตลาดคนไทยแล้ว ยังได้เพิ่มตลาดอื่นๆในต่างประเทศด้วยเช่นกัน ดังข่าวต้นเดือนพ.ย. อัมรินทร์ บาจาจ ผู้จัดการทั่วไปตลาดอินเดีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฮองกง และได้หวันของ Airbnb (เป็นบริษัทอเมริกันที่ดำเนินการตลาดออนไลน์สำหรับที่พัก โดยส่วนใหญ่เป็นโฮมสเตย์สำหรับการเช่าช่วงวันหยุด และกิจกรรมการท่องเที่ยว แพลตฟอร์มนี้ตั้งอยู่ในเมืองซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย สามารถเข้าถึงได้ผ่านเว็บไซต์และแอปมือถือ) ระบุว่า ไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับ workation และเมื่อวากันถึงจุดหมายปลายทางที่นักเดินทางต่างประเทศต้องการเข้ามาเยี่ยมชมแล้วนั้น ภูเก็ต ยังถือเป็นสถานที่ยอดนิยมของไทยและขึ้นแท่นคำค้นหาหลักใน Airbnb (ณัฐฐา เทพบำรุง, 2564) แต่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ยังด้อยการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในด้าน Rebuild ช่อมสร้าง ปรับตัวสู่ นวัตกรรม เช่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักในจังหวัดภูเก็ตแล้วเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการขาดรายได้มากในช่วงวิกฤติโควิด-19 และมีหลายผู้ประกอบการจำเป็นต้องปิดกิจการชั่วคราว หรือถาวร จึงทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ตไม่เกิดการรับรู้ว่าการได้มีพัฒนาสินค้าและบริการใหม่อะไรได้บ้าง ซึ่งสอดคล้องกับบทความธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19 โดย พุทธชาติ ลำคำ (2564) ว่าผู้ประกอบการได้เร่งปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น ลดราคาห้องพัก ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ เน้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศ ลดค่าใช้จ่าย และหารรายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง เป็นต้น หลายโรงแรมเปิดให้บริการ Work From Hotel แทนการ Work From Home รวมถึงร่วมมือกับ Application ส่งอาหารออนไลน์จากร้านอาหารในโรงแรม (ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับ 4-5 ดาว) นอกจากนี้ หลายโรงแรม (บางแห่งร่วมมือกับสถานพยาบาล/โรงพยาบาล) ให้บริการใช้เป็นที่กักตัวในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (Alternative State Quarantine: ASQ) และอีก 9 จังหวัด (Alternative Local State Quarantine: ALSQ) ได้แก่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ชลบุรี (พัทยา) ปราจีนบุรี บุรีรัมย์ มุกดาหาร เชียงใหม่ พังงา และเชียงราย (ข้อมูล ณ 8 มกราคม 2564) เพื่อรองรับลูกค้าต่างชาติที่เข้ามาในไทยและต้องกักตัวตามนโยบายของภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่เกิดการรับรู้ในด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศตัก อาจจะเป็นเพราะจังหวัดภูเก็ตยังไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตอย่างเหมาะสม และยังไม่คิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีนโยบายในการเพิ่มพูนการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เพราะแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาพักในจังหวัดภูเก็ตมากขึ้นก็ตามในช่วงวิกฤติโควิด-19 แต่ก็ยังมีข่าวที่ทำลายการท่องเที่ยวซ้ำมาอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐเองยังไม่ได้แก้ไขอย่างจริงจัง เช่น ราคาอาหาร และราคายานพาหนะ

ในจังหวัดภูเก็ตแพงมากเกินไป ดังเช่นข้าว เดือนภัย! ร้านอาหารภูเก็ตโขกราคาแพงหูฉี่ หมึกกระเทียม 2,500 บาท (ไทยโพสต์, 2563) หรือ ข้าว มหากายค่าโดยสารรถภูเก็ตแพงมหาโหด แก้มไม่จบ (ผู้จัดการออนไลน์, 2565) ซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเข็ดขยาดไม่ส่งเสริมให้เกิดการเที่ยวซ้ำในจังหวัดภูเก็ตได้

5.2.2 ความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัยในส่วนความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความคิดเห็นต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด 19 ในระดับมาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล และ ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศตามลำดับ อาจจะเนื่องมาจากจังหวัดภูเก็ตมีการวางแผนทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดจังหวัดภูเก็ตเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับต้นๆ สอดคล้องกับสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ (2565) ได้กล่าวว่า ในกิจกรรมผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ตพบสื่อมวลชนจังหวัดภูเก็ต มีการแถลงข่าวตามโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่นโยบายสำคัญ ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตว่า ภาครัฐกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จะรุกฟื้นฟูการท่องเที่ยวภูเก็ตพร้อมเปิดแผนการตลาดภายในประเทศสำหรับตลาดคนไทยปี พ.ศ.2565 และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เปิดตลาดการท่องเที่ยวโครงการ ภูเก็ตดีดทั้งเกาะรูปแบบ Vonsumer Fair และ Road show โดยกล่าวว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางเป้าหมายนักท่องเที่ยว 160 ล้านคน ตลอดปี พ.ศ.2565 ทั้งนี้ในระดับพื้นที่ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ปี พ.ศ.2565 จะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ โดยขณะนี้พบว่ามีสายการบินภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีของการท่องเที่ยว นางพนัชร ใจเย็น อุปนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวฯ (แทน) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต กล่าวว่า แผนการตลาดภายในประเทศสำหรับตลาดคนไทยปี พ.ศ.2565 จัดกิจกรรมการตลาดแบบ Vonsumer Fair และ Road show ในปี พ.ศ.2565 จังหวัดภูเก็ตจัดกิจกรรมภูเก็ตดีดทั้งเกาะเดือนมกราคม 2565 จัด Road show ส่งเสริมการขายที่ศูนย์การค้าสยามพารากอนวันที่ 28-30 มกราคม 2565 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ได้จัดกิจกรรม Road show ส่งเสริมการตลาดที่จังหวัดตรังระหว่างวันที่ 10-14 กุมภาพันธ์ 2565 และมีแผนจะไปที่จังหวัดอุดรธานีในวันที่ 24-27 กุมภาพันธ์ 2565 ในรูปแบบการจัดงานแบบ B2B และ B2C และในเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2565 มีแผนขยายตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

จังหวัดสงขลา ระหว่างวันที่ 18-20 มีนาคม 2565 ส่งเสริมการขาย ณ ศูนย์การค้าภูเก็ตระหว่างวันที่ 1-3 เมษายน 2565 และที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีในวันที่ 8-10 เมษายน 2565 โดยคาดว่าจะการจัดกิจกรรมดังกล่าวจะส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง เพื่อเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดอีกด้วย นอกจากนี้จากประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยแล้ว ผู้ประกอบการโรงแรมชั้นนำในจังหวัดภูเก็ต ก็ได้ร่วมมือกับ เดลิเวอรี่ เอเซีย คอมมิวนิเคชั่นส์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เปิดตัวแคมเปญการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในยุโรป ต้อนรับโมเดลภูเก็ต แซนด์บ็อกซ์ เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส และรัสเซีย ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้รับการฉีดวัคซีนแล้ว นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับบทความ เรื่ององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับทางรอดการท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์วิกฤติ COVID-19 กรณีศึกษา : ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (ณัฐณิชา ไชยประเสริฐ, 2564) ที่กล่าวว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีสภาพเศรษฐกิจดี มีศักยภาพและมีความพร้อมทางด้านการค้าและการลงทุน เนื่องจากมีปัจจัยพื้นฐานที่ได้เปรียบจังหวัดอื่นอยู่หลายประการ ได้แก่ (1) ด้านแรงงาน ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีแรงงานจำนวนมากทั้งที่เป็นแรงงานจากจังหวัดอื่นที่อพยพเข้ามาในจังหวัดและแรงงานต่างด้าว ซึ่งมีเพียงพอสำหรับการลงทุน (2) ด้านแหล่งเงินทุน จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีสภาพคล่องตัวทางการเงินสูง และหาเงินลงทุนได้ไม่ยาก เนื่องจากปัจจุบันมีสาขาธนาคารพาณิชย์อยู่ในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 128 สำนักงาน (3) ด้านการคมนาคม จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีเครือข่ายคมนาคมที่สมบูรณ์แบบ มีสนามบินนานาชาติที่สามารถรองรับผู้โดยสารได้ปีละไม่ต่ำกว่า 12 ล้านคน เชื่อมโยงไปยังจุดสำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ (4) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นจังหวัดที่มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจ อาทิ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่มีกำลังผลิตเพียงพอและมีการให้บริการครอบคลุมทุกอำเภอ (5) ด้านการบริการ จังหวัดภูเก็ตมีโรงแรมและสถานที่พักจำนวนมาก จากปัจจัยดังกล่าวเอื้ออำนวยต่อภาคการค้าและการลงทุนในจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับบทความวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต (สุเทพสิงห์มาพะ, 2562) ที่กล่าวว่า จังหวัดภูเก็ตจัดว่าเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่มีความสวยงามของบ้านเรือนเก่าแก่และสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส และยังคงเต็มไปด้วยเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สั่งสมหล่อหลอมอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คน บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองอันยาวนานนับแต่ยุคต้นคริสตกาล จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 เป็นอย่างดี แต่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตก็ต้องเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถี New Normal ให้ได้อย่างเข้มแข็ง ดังคำกล่าวของสุภรณ์ เทียรักษ์ (2563) ในบทความวิจัยเรื่องฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ว่าการท่องเที่ยวแบบ New

Normal ในยุคหลัง COVID-19 เป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวต้องใส่ใจ เพราะนาที่นี้ ไม่เพียงแต่คนในประเทศที่เฝ้ารอให้การท่องเที่ยวกลับมา แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ยังไม่ให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และพร้อมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ดังนั้นเราต้องเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถี New Normal โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่องความสะอาด ถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค COVID-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก และจังหวัดภูเก็ตเองควรมียุทธศาสตร์การฟื้นฟูท้องถิ่น เช่น สร้างชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สอดคล้องกับบทความของ สมสุข บุญยะปัญญา (อ้างถึงใน สุเทพ สิงฆาพะ 2549: 23) กล่าวว่ายุทธศาสตร์การฟื้นฟูท้องถิ่น คือ การสร้างชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้จะต้องฟื้นฟูทุกประเภทที่อยู่ในท้องถิ่น เช่น ทุนทางวัฒนธรรม วิธีการผลิต วิถีชุมชนภูมิปัญญา และทรัพยากรธรรมชาติที่มีเหลืออยู่ในท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน สร้างอุดมการณ์ใหม่ของชุมชนท่ามกลางระบบที่เป็นอยู่ สร้างจิตสำนึกท้องถิ่นให้เกิดขึ้นโดยการสนับสนุนให้มีการใช้แผนชีวิตชุมชนพึ่งตนเองในการพัฒนา โดยทุกภาคส่วนในท้องถิ่นมาร่วมกันคิด สำรวจข้อมูล ค้นหาตัวตนเพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน แล้วเริ่มดำเนินการจริง เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้วิสัยทัศน์และวิธีการทำงานนี้กลายเป็นทิศทางสำคัญในระดับนโยบายในการทำงานจะต้องมีการทำแผนร่วมกันของคนในท้องถิ่น

5.2.3 การเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยในส่วนของการเปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า

ระดับการศึกษาและอาชีพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้เฉพาะด้าน อาจกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาและอาชีพมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งทิพา จินดาศรี และ ลินจง โพชาริ (2559) กล่าวสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลจาก วิจัยเรื่อง การรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ของพระธาตุพนม จังหวัดพนม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาไม่แตกต่างกัน ส่วนผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่า

กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับ ฐิติพร คณาวงษ์ (2558) ที่กล่าวสรุปในวิจัย เรื่อง สัมฤทธิผลการศึกษาสัมพันธเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโครงการ "12 เมืองต้องห้ามพลาต" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีแรงจูงใจ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวใน 12 เมืองต้องห้ามพลาตมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานด้านรับรู้การประชาสัมพันธ์ที่มีผลกับแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวในโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาต พบว่า การรับรู้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสื่อของ ททท.และพันธมิตรมีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้ามพลาต จึงจะกล่าวสรุปได้ว่า การกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ในประเทศไทย จะมีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสื่อของ ททท. เป็นส่วนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานรัฐควรเน้นประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่นกันจึงจะมีประสิทธิภาพถึงกลุ่มลูกค้าได้ดี และผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ สอดคล้องกับ ประเสริฐ พันธุ์เรืองสกาว (2556) ที่กล่าวว่า การเลือกรับรู้ เมื่อบุคคลเปิดรับต่อสิ่งเร้าและตั้งใจรับต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบแล้ว บุคคลจะเลือกสรรเฉพาะสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการและทัศนคติของตนเท่านั้น จึงจะกล่าวได้ว่า กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีความสนใจหรือต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 มากกว่า เพื่อให้กิจการยังคงอยู่อย่างยั่งยืน และรับรู้หนทางในการปรับตัวตามแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของภาครัฐ หรือความช่วยเหลือต่าง ๆ จากกลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอาจจะต้องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อความอยู่รอดของกิจการที่ได้ลงทุนไปแล้วให้กลับมาดำเนินกิจการได้โดยเร็วในช่วงวิกฤติโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องผลวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ ดังนั้นเมื่อกลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ในจังหวัดภูเก็ต รับรู้ข่าวสารด้านการฟื้นฟูทางการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ได้รวดเร็วจะทำให้มีการตอบสนอง เช่น ลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง และมองหาตลาดอื่นๆ ที่หลากหลายมาทดแทนมากขึ้น เป็นต้น และการ

ท่องเที่ยวแบบ New Normal ในยุคหลังโควิด-19 ก็เป็นมาตรการสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ ศุภณัฐ เพ็ชรรักษ์ (2563) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องใส่ใจการท่องเที่ยวแบบ New Normal ทุกภาคส่วน เพราะนาที่นี้ไม่เพียงแต่คนในประเทศที่เฝ้ารอให้การท่องเที่ยวกลับมา แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ยังให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และพร้อมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ดังนั้นเราต้องเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถี New Normal โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่องความสะอาดถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่างๆในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค โควิด-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก

5.2.4 การเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติ โควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยในส่วนของการเปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติ โควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า

อายุและอาชีพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ กลุ่มที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้าน Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41-60 ปี จึงสรุปได้ว่า กลุ่มที่มีอายุ 21-40 ปี เป็นช่วงอายุของพนักงานส่วนใหญ่ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับบทความของ ประชาชาติธุรกิจ (2561) ที่กล่าวว่ากลุ่มที่มีอายุ 21-40 ปีเป็นช่วงอายุที่อยู่ในกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีสัดส่วนสูงที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสูง และจะเป็นผู้กำหนดความเป็นไปของโลกในอีก 20 ปีข้างหน้า นักเศรษฐศาสตร์มีการคาดการณ์ว่าคนกลุ่มนี้ใช้จ่ายรวมกันเฉลี่ยราว 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ที่สำคัญเอเชียเป็นทวีปที่มีประชากรชาว Gen Y มากที่สุดด้วยจำนวนมากกว่า 1 พันล้านคน หรือราวร้อยละ 86 ของ Gen Y ทั่วโลก ต้องถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมหาศาล และผลทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรือ กลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ในด้าน Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่วินอร์มัล ด้าน Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ด้าน Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และด้าน Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ นางเยาว์ อินทะนาม และคณะ (2563) กล่าวสรุปในวิจัย เรื่อง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์ ว่าผู้ประกอบการจะต้องกล้าที่จะลงทุนเพื่อทำธุรกิจใหม่ ๆ แม้จะมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ต้องมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการแปลกใหม่อยู่เสมอ โดยมีการเปิดโอกาสให้ทีมงานเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพิ่มแรงผลักดันต่อความสำเร็จ จึงจะกล่าวสรุปได้ว่านอกจากผู้ประกอบการที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนแล้ว บุคลากรคนทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็มีความสำคัญมากเช่นกัน จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับคำกล่าวของ อัญชลี วานิช เทพบุตร นายกสมาคมสตรีสร้างสรรค์สังคมไทยและอดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดภูเก็ต บนเวทีนโยบาย ‘โควิด-19 : ความท้าทายใหม่กับการพัฒนาทักษะและความพร้อมให้แก่ประชากรวัยแรงงานของไทย’ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2565 (กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา, 2565) เกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อภาคเศรษฐกิจและท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต ว่าคนที่ตกงานในจังหวัดภูเก็ตมีการ Reskill เพื่อสร้างทักษะใหม่ที่เป็นในการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น เพราะเชื่อว่าเมื่อสถานการณ์พลิกกลับมาจะได้สามารถทำงานได้ทันที เดิมแรงงานไทยส่วนใหญ่จะนิยมทำงานหน้าที่เดียว เช่น แม่บ้านจากแค่ต้องรีดผ้าปูเตียง เมื่อ Reskill จะต้องทำได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นล้างแอร์ หรือทำความสะอาดสระน้ำ ด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าการศึกษาและอาชีพมีผลต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 นอกจากนี้ อายุและอาชีพ มีผลต่อความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ฉะนั้นรัฐบาล กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรกำหนดเป็นนโยบายในการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้

5.3.1.1 หน่วยงานของรัฐ ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์แผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงมากขึ้น โดยผ่านสื่อทางออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย มุ่งเน้นสื่อสารไปยังกลุ่มคนทำงาน ที่มีอายุ 20-40 ปี หรือ กลุ่มเจนเนอเรชัน Y เนื่องจากเป็นกลุ่มคนทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่

5.3.1.2 ควรสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการในด้านเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ทำความสะอาดบ้าน ดูแลสวน เป็นต้น หรือ เน้นการขายช่องทางจัดจำหน่าย หาดตลาดใหม่ ๆ ที่หลากหลายกว่าเดิม เพื่อจังหวัดภูเก็ตจะได้ไม่พึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง

5.3.1.3 ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงาน เช่น สร้างทักษะใหม่ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ทราบแนวความคิดและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลที่ได้จะทำให้สามารถนำมาพัฒนาแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาเจาะจงในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาและอาชีพ มีผลต่อการรับรู้แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

5.3.2.3 ควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในด้านความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตเพื่อครอบคลุมในการพัฒนาแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต



บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค. (2564). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการ
สาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม
2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). ภาครัฐกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต รุกฟื้นฟูการท่องเที่ยวภูเก็ต. ค้น
เมื่อ 2 มิถุนายน 2565. จาก <https://thainews.prd.go.th>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด-19 ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2563
จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/885171>
_____. (2563). เปิดภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ครบ 40 วันแรกทัวริสต์ต่างประเทศใกล้แตะ 1.9
หมื่นคน. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2540). จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: นิยมวิทยา.
- กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา. (2565). Reskill- ภูเก็ต: จากวิกฤตสู่กลยุทธ์ร่วม เพื่อ
รับมือ ความท้าทายใหม่ในโลกยุคหลังโควิด-19. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565. จาก
<https://www.eef.or.th/news-1104222/>
- ชนิษฐา จันทรแต่งผล. (2559). การศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติงานของบุคลากรศูนย์ยุทธศาสตร์
กิจการลงทุนภาคที่4 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อก้าวเข้าสู่การเปิด
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- จามรี ชูศรีโหม ปุณยวีร์ ศรีรัตน์ และนิภาพร แซ่เจ๋น.(2558).การศึกษาความพร้อมในการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาอุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน อำเภอบางขัน
จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย ปีที่ 35(3) : 91-
114, 2558.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยศนันท์ สมปัญญาธิวงศ์ และ เอื้องไพร วัลลภาชัย. (2559).การศึกษาความพร้อมเพื่อรองรับการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านต๋อน ตำบลกกสะทอน จังหวัดเลย.
วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 เดือน
กันยายน-ธันวาคม 2559
- ฐานเศรษฐกิจ. (2564). ภูเก็ตรับ SHA Plus เพิ่มอีก 145 ราย พร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ
25 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.thansettakij.com/business/485537>.

- ฐิติพร คณาวงษ์. (2558). **สัมฤทธิ์ผลการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาต** ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว**. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: คลังนาวิทยา.
- ณัฐธัญญา ไชยประเสริฐ, สมชัย นันทาภิรัตน์, และ ธัญญพัทธ์ ภูมิพิณินันท์. (2564). **องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับทางรอดการท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์วิกฤติ COVID-19**
กรณีศึกษา : ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์. วารสาร มจร.ทริภูมัยปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564).
- ณัฐฐา เทพบำรุง. (2564). **Workation ทำงานด้วยเที่ยวด้วย ตลาดใหม่ในภูเก็ตที่ค้อๆ โต**. ค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2564. จาก <http://www.bbc.com>.
- ณัฐวุฒิ สง่างาม. (2554). **การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสีเขียวของกระดาศ “ไอเดีย กรีน”** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ท่องเที่ยวไทยออนไลน์. (2565). **ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) แผนการเปิดประเทศไทย โดยไม่ต้องกักตัว**. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565 จาก <https://thaiontours.com/>
- ไทยโพสต์. (2563). **เตือนภัยร้านอาหารภูเก็ตโซกราตาแพงหูฉี่**. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2565. จาก <http://www.thaipost.net/main/detail/70871>.
- นงเยาว์ อินทะนาม. อัมภาศรี พ้อคำ และ กรกนก ดลโสมณ. (2563). **การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดกาฬสินธุ์**. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 12 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม 2563).
- นพ ศรีบุญนา. (2545). **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุทรไพศาล.
- นฤมล สุวรรณ. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษา สถานประกอบการ จังหวัดสระบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2551). **จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 12 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิตา ชัชกุล. (2557). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : วิ.พรินท์
- บุญพา คำวิเศษณ์. (2561). **ความคาดหวังการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อคุณภาพการให้บริการโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต**. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). **เจาะพฤติกรรม Gen Y**. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565. จาก www.prachachat.net/finance/news-211619.
- _____. (2565). **ภูเก็ตคนไทยกระตุ้นรายได้ท่องเที่ยว 5 เดือน เฉียด 3 หมื่นล้านบาท**. จาก <https://www.prachachat.net/local-economy/news-965072>
- ประชาสัมพันธ์ จังหวัดภูเก็ต. (2563). **สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) จังหวัดภูเก็ต** ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.facebook.com/prphuket2018/posts/602143947150955/>
- ประเสริฐ พันธุ์เรืองสกาว. (2556). **ศึกษาความเข้าใจสิทธิประโยชน์ประกันสังคมของพนักงานคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปัญญา เทพสิงห์ และธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). **แนวทางการฟื้นฟูชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ปีที่ 30(2) : 43-64.
- ปิยะนันท์ บุญธะโยไทย. (2556) **การรับรู้ และ ทศนคติ ของผู้บริโภคต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) .** กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). **โควิด-19 จุดเปลี่ยนเศรษฐกิจภูเก็ต ดันอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวรองรับท่องเที่ยวทรุด**. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.mgonline.com/south/detail/9630000069445>.
- _____. (2565). **มหากาพย์ค่าโดยสารรถภูเก็ตแพงมหาโหด แก้ไม่จบ**. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565. จาก m.mgonline.com/south/detail/9650000009840.
- _____. (2563). **ภูเก็ตสั่งปิดโรงแรม** ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก <https://mgonline.com>
- พรชนก เหลืองอ่อน. (2559). **การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พลอยจันทร์ สุขคง. (2564). **SHA+ คืออะไร? ทำไมถึงสำคัญกับ Phuket Sandbox นัก**. ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.thestandard.co/sha-phuket-sandbox>
- พุทธชาติ ลำคำ. (2564). **ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19** ค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565. จาก <http://www.krungsri.com>.
- โพสต์ทูเดย์. (2563). **ข่าวดีไม่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในภูเก็ตติดต่อกัน 21 วันแล้ว** ค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.posttoday.com/social/local/625961>

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2539). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2539**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- รุ่งทิวา จินดาศรี และลินจง โพธารี. (2559). **การรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ของพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม**. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2559).
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2561).
- ศุภณัฐ เพ็ชรรัักษ์. (2563). **ฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19** ค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.psub.psu.ac.th/broadcast/archives/5177>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **จำนวนประชากรในจังหวัดภูเก็ต**. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก www.service.nso.go.th.
- สุเทพ สิงห์ฆาพะ. (2549). **การมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังประสบธรณีพิบัติภัยสึนามิ ในเขตตำบลกมลา อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ภูเก็ต. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- _____. (2562). **การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (มิถุนายน-กันยายน 2562).
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2547). **การใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่ออ้างอิงในการทำวิจัยทางธุรกิจ**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อุษณีย์ พรหมศรียา. (2555). **ความพร้อมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดปทุมธานีในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Downing J. and D Thackrey. (1971). **Reading Readiness**. New York: London, University of London Press.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ใน จังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต ศึกษาความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต เปรียบเทียบการรับรู้ถึงแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เปรียบเทียบความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และศึกษาแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ตามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงขอความร่วมมือให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ ตรงตามความคิดเห็นของท่าน โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ	<input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง
2.อายุ	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 20 ปี <input type="checkbox"/> 2) 21-40 ปี <input type="checkbox"/> 3) 41-60 ปี <input type="checkbox"/> 4) 61 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา	<input type="checkbox"/> 1) มัธยมศึกษา <input type="checkbox"/> 2) อนุปริญญา <input type="checkbox"/> 3) ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 4) สูงกว่าปริญญาตรี
4.อาชีพ	<input type="checkbox"/> 1) นักเรียน นักศึกษา <input type="checkbox"/> 2) ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ <input type="checkbox"/> 3) พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> 4) ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 5) เกษียณอายุ <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ ระบุ.....
5.ที่อยู่อาศัย	<input type="checkbox"/> 1) อำเภอเมือง <input type="checkbox"/> 2) อำเภอกะทู้ <input type="checkbox"/> 3) อำเภอถลาง

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด

[illegible]

[illegible]

[illegible]

แนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติ โควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต	ระดับการรับรู้						ระดับความพร้อม				
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน											
1) ท่านคิดว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดำเนินการลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งแล้ว											
2) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้กระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลาในจังหวัดภูเก็ตแล้วอย่างเหมาะสม											
3) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตมีแผนในการรักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงโควิด-19 แล้ว											
4) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น											
5) ท่านคิดว่าจังหวัดภูเก็ตได้พัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้ว											

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการรับรู้และความพร้อมในการปฏิบัติตามแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณในความกรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ผศ.วัชรินทร์ เกิดทรัพย์
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 4 เดือนตุลาคม พ.ศ.2513 จังหวัดภูเก็ต
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอกภาษาอังกฤษ สาขาวิชาโทการท่องเที่ยว, ปี พ.ศ.2535 University of North Florida Master of Business Administration (MBA) General Business, 1997
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประสานสาขาสหวิทยาการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต
ประสบการณ์ทำงาน	ผู้จัดการสำนักงาน บริษัทไลฟ์สไตล์ แอนด์ เลเซอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โครงการแหลมสิงห์ วิลล่า จังหวัดภูเก็ต ผู้จัดการฝ่ายขาย โรงแรมกะตะธานี ภูเก็ต บีช รีสอร์ท จังหวัด ภูเก็ต ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด โรงแรมเดอะบลูมารีน รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดภูเก็ต ผู้จัดการฝ่ายขายและเลขานุการกรรมการผู้จัดการ โรงแรมดวง จิตต์รีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	บทความวิจัยเรื่อง “การพัฒนาบทเรียนการสอนภาษาอังกฤษของ มัธยมศึกษาสำหรับนักศึกษา สาขาการจัดการโรงแรมและการ ท่องเที่ยว ชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (ศูนย์ภูเก็ต) วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 บทความวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน การเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต” วารสารร่วมพฤษภา ปีที่ 34 ฉบับที่ 2

บทความวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (มิถุนายน-กันยายน 2561)

บทความวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อคุณภาพการให้บริการของรถยนต์สไลด์เล็กรับจ้าง (Tuk Tuk) ในจังหวัดภูเก็ต” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (มิถุนายน-กันยายน 2562)

บทความวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2564)

