

รูปแบบสื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคโควิด-19

Media Type for Presenting of Tourist Attractions in Chiang Mai under the COVID-19 Pandemic

พิมพ์ชนก สุวรรณศรี

Pimchanok Suwannasri

ภาควิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50300

Department of Computer, Faculty of Science and Technology, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai, Thailand 50300

Corresponding author: pimchanok_tham@cmru.ac.th

Abstract

The objectives of this research are: 1) to study the effects of tourist behaviors in the current situation; 2) to study the satisfaction of tourists towards the use of media for presenting tourist attractions in various formats. The research tools are: 1) questionnaire on effects of tourist behaviors in the current situation, responded by 88 samples; 2) three kinds of media for presenting tourist attractions in Chiang Mai, including an application for presenting tourist attractions in Muang Kaen Pattana municipality, a multimedia for presenting tourist attractions in Ban Muang Kued, and an application for presenting cultural tourist attractions via virtual technology; and 3) questionnaire on satisfaction towards media usage. The sampling consisted of 45 tourists and people who live in Chiang Mai with smart phones, obtained by using simple random sample. The results revealed that: 1) tourist behaviors were changed, i.e., the frequency of travel was reduced; and 2) the results on satisfaction towards the use of 3 kinds of media for presenting tourism revealed that the application for presenting cultural tourist attractions via virtual technology could respond to tourism in the current situation at the highest level.

Keywords: tourism, media, applications, COVID-19

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ปัจจุบัน 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้งานสื่อแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบสอบถามผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไป จำนวน 88 คน 2) สื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ จำนวน 3 สื่อ ได้แก่ แอปพลิเคชันแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเมืองแกนพัฒนา สื่อมัลติมีเดียแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก๊ิด และแอปพลิเคชันแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน 3) แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานสื่อ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่มีสมาร์ทโฟน จำนวน 45 คน ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป คือ จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ พบว่าแอปพลิเคชันแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว สื่อแนะนำ แอปพลิเคชัน โควิด-19

คำนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สุดของโลก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ เพราะนอกจากจะมีการลงทุน และซื้อสินค้าด้วยเงินตราต่างประเทศแล้วการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า และบริการทำให้เกิดอาชีพ สร้างและกระจายรายได้ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Kulsantiwong, 2021) จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพคล่อง แต่เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่หดตัวลงมาก เพราะได้รับผลกระทบรุนแรงจากการกำหนดมาตรการควบคุมโรคระบาดที่เข้มงวดทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจเชียงใหม่ที่ต้องพึ่งพิงนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในเกณฑ์สูง และการท่องเที่ยวฟื้นตัวช้าที่สุดทำให้เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ตลอดทั้งปีหายไป หลังวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมักจะมีเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเสมอ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต การปรับชุดพฤติกรรมของมนุษย์ และการปรับตัวทางด้านธุรกิจและบริการให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันลดลง แต่นักท่องเที่ยวก็ยังมีความต้องการที่จะออกไปท่องเที่ยว แม้ว่าไม่สามารถท่องเที่ยวได้เหมือนเดิม สิ่งนี้นักท่องเที่ยวใช้ทดแทนการออกไปเที่ยวยังสถานที่จริง คือการดูภาพ คลิปวิดีโอหรือสื่อต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการผ่อนคลายในสถานการณ์ปัจจุบัน และจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมักจะสืบค้นข้อมูลต่างๆ ผ่านสมาร์ทโฟน ที่มีคุณลักษณะที่ใช้งานได้ง่าย คล่องตัว

สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับสถานการณ์ในปัจจุบันและเป็นการผ่อนคลายในสถานการณ์ที่เครียดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันมีงานวิจัยต่างๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยว อาทิ สื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว หรือแอปพลิเคชันต่างๆ แนะนำแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันกับการใช้งานโปรแกรมต่างๆ ที่ใช้เพื่อผ่อนคลายในสถานการณ์ปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานหรือนักท่องเที่ยวมากที่สุด ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจความคิดเห็นต่อการใช้งานสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ทราบจุดเด่น จุดด้อยของสื่อแต่ละชนิด

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงทำการสำรวจผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และทดลองใช้สื่อในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำการประเมินความพึงพอใจของสื่อแต่ละชนิดเพื่อให้ทราบว่า การนำเสนอสื่อชนิดใดสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดในสถานการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้งานสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 88 คน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ และตอบแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานสื่อ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว และมีสมาร์ทโฟน ที่ใช้งานบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ จำนวน 45 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน
2. สื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ
3. แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานสื่อ

แบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งมีระดับมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert (1932) ดังนี้

4.51 – 5.00 อยู่ในระดับ มากที่สุด

3.51 – 4.50 อยู่ในระดับ มาก

2.51 – 3.50 อยู่ในระดับ ปานกลาง

1.51 – 2.50 อยู่ในระดับ น้อย

1.00 – 1.50 อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน

การศึกษผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้วิจัยศึกษาจากผลการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามที่ใช้ มีทั้งหมด 4 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมการท่องเที่ยวก่อนโควิด-19 ระบาด พฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ระบาด สามส่วนแรกเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 4 สอบถามความต้องการของแอปพลิเคชันที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยทำการออกแบบและปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และใช้สมาร์ทโฟน เป็นประจำ โดยนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามผ่านกูเกิลฟอร์ม

2. การใช้งานสื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยทำการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อต้องการทราบว่า ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมเป็นอย่างมาก หากมีสื่อในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทดแทนการไปท่องเที่ยวยังสถานที่จริง ที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อของโรคโควิด 19 สื่อในรูปแบบใดที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบปัจจุบันมากที่สุด โดยสื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาทดลองใช้ในครั้งนี้ มีรูปแบบที่ต่างๆ กัน ดังนี้

2.1 แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเมืองแม่จันทนา (Suwannasri and Patcharatanaroach, 2018) เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ภายในแอปพลิเคชันมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นหมวดต่างๆ คือ วัด สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักและโฮมสเตย์ ทุกหมวดมีการนำเสนอข้อความ และรูปภาพสถานที่จริง รวมทั้งสามารถใช้งานกูเกิลแมพ ผ่านแอปพลิเคชันได้

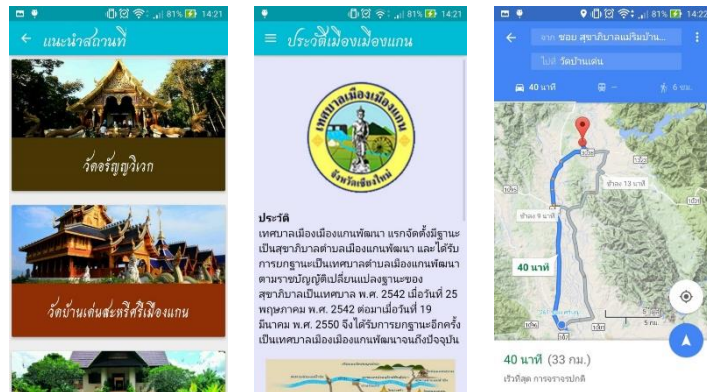


Figure 1 Application presents tourist destinations in Muang Kaen Pattana municipality

2.2 สื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองกืด (Suwannasri, 2020) โดยนำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอ ภายในสื่อมีองค์ประกอบในการนำเสนอ คือ มีรูปภาพสถานที่จริง วิดีโอจากสถานที่จริง ข้อความ การ์ตูน และคำบรรยาย ประกอบ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสื่อโดยการสแกนคิวอาร์โค้ด

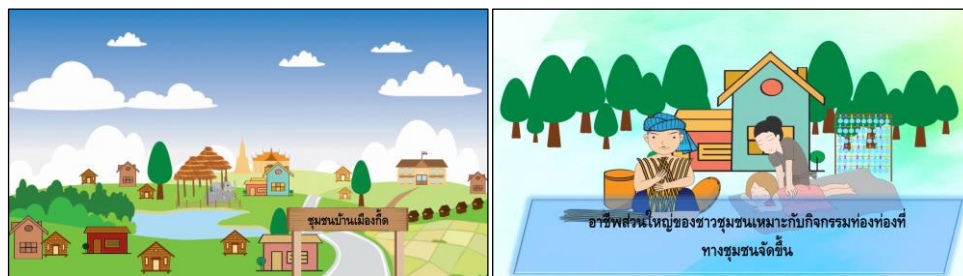


Figure 2 Multimedia media presenting tourist attractions in Ban Muang Kued community

2.3 แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน (Suwannasri et al., 2019) ซึ่งเป็นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกำแพงเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นวัดที่ตั้งอยู่ภายในเขตกำแพงเมือง และเป็นสถานที่ที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การนำเสนอภายในแอปพลิเคชันมีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบภาพถ่ายแบบพาโนรามา ผู้ใช้สามารถเลื่อนดูบรรยากาศโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยวได้ เสมือนกับได้อยู่ในสถานที่จริง และภายในแอปพลิเคชันสามารถใช้งานกูเกิลแมพได้

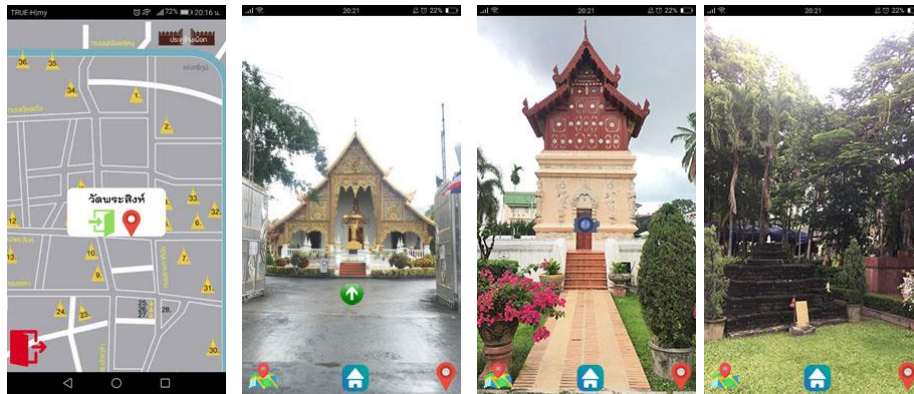


Figure 3 The application offers cultural attractions with virtual technology

การทดลองใช้งานสื่อทั้ง 3 รูปแบบ ผู้วิจัยให้นักท่องเที่ยวทดลองใช้งานแอปพลิเคชันทั้ง 3 แบบ และตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบต่างๆ และทำการวิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 88 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย มีจำนวน 56 คน (ร้อยละ 63.64) เพศหญิง จำนวน 28 คน (ร้อยละ 31.82) และ ไม่ต้องการระบุ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4.55) โดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 68 คน (ร้อยละ 77.27) มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 88 คน (ร้อยละ 100)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวก่อนโควิด-19 ระบาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นประเด็นความถี่ในการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 47 คน (ร้อยละ 53.41) รองลงมาคือ มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 24 คน (ร้อยละ 27.27) ให้ความคิดเห็นประเด็นแหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก จำนวน 35 คน (ร้อยละ 39.77) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต/โปรแกรมอื่นๆ จำนวน 19 คน (ร้อยละ 21.59) ให้ความคิดเห็นประเด็นลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไป มากที่สุด คือ คาเฟ่/ร้านกาแฟ จำนวน 36 คน (ร้อยละ 40.91) รองลงมาคือ ท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 30.68) ให้ความคิดเห็นประเด็นลักษณะการเดินทาง มากที่สุด คือ เพื่อนๆ จำนวน 64 คน (ร้อยละ 72.73) รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5.68) ให้ความคิดเห็นประเด็นยานพาหนะ มากที่สุด คือ มอเตอร์ไซด์ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 67.05) รองลงมา คือ รถยนต์ จำนวน 26 คน (ร้อยละ 29.55)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังโรคโควิด-19 ระบาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นประเด็นความถี่ในการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ไม่เคยเลย จำนวน 42 คน (ร้อยละ 47.73) รองลงมาคือ 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 38

คน (ร้อยละ 43.18) ให้ความคิดเห็นประเด็นแหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก จำนวน 48 คน (ร้อยละ 54.55) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต/โปรแกรมอื่นๆ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 28.41) ให้ความคิดเห็นประเด็นลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไป มากที่สุด คือ คาเฟ่/ร้านกาแฟ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 25) รองลงมาคือ อื่นๆ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 22.73) ให้ความคิดเห็นประเด็นลักษณะการเดินทาง มากที่สุด คือ เพื่อนๆ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 67.05) รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 27 คน (ร้อยละ 30.68) ให้ความคิดเห็นประเด็นยานพาหนะ มากที่สุด คือ มอเตอร์ไซค์ จำนวน 63 คน (ร้อยละ 71.59) รองลงมา คือ รถยนต์ จำนวน 20 (ร้อยละ 22.73)

ผลการแสดงความคิดเห็นแบบคำถามปลายเปิด ในประเด็น แอปพลิเคชันในลักษณะใดที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวในการเดินทางไปสถานที่จริงได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นสิ่งที่ควรแสดงภายในแอปพลิเคชัน ดังนี้ รูปภาพของสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่นของสถานที่นั้น ภาพจำลองเสมือนจริง การนำเสนอแบบโลกเสมือน 3 มิติ ภาพสถานที่ทั้งภายในและภายนอก การรีวิวสถานที่ ภูเกิลแมพ นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแบบ 360 องศา เส้นทาง การเดินทาง ภาพอาหาร และแสดงยอดผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในสถานที่นั้นๆ

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อแนะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยวจำนวน 45 คน ทดลองใช้งานสื่อ ทั้ง 3 รูปแบบ คือ แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเมืองแกนพัฒนา สื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก๊ัด และ แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน สามารถแสดงผลความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันแต่ละรูปแบบ ดังนี้

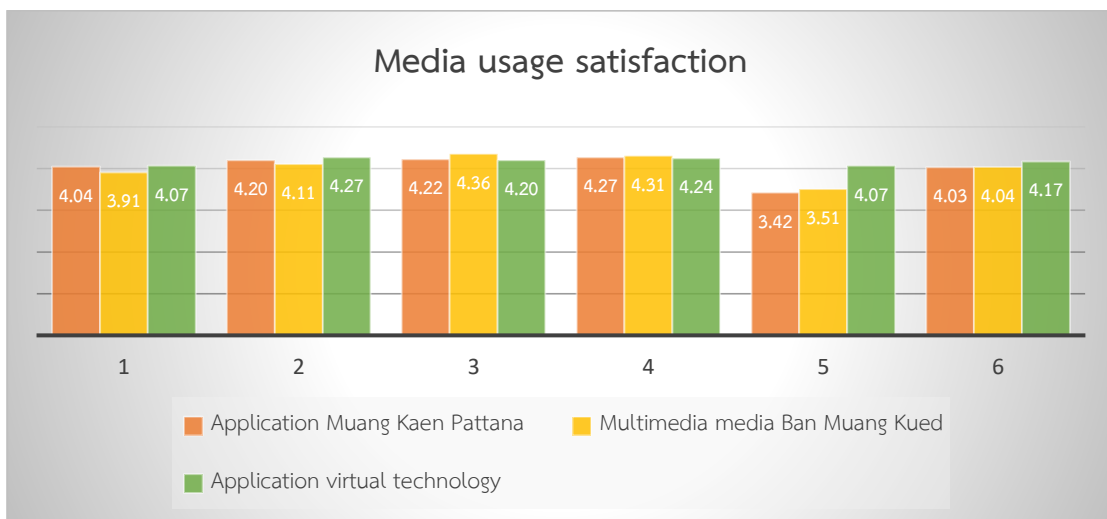


Figure 4 The results of the study of satisfaction with the use of tourist attractions media

จาก Figure 4 สามารถอธิบายผลการประเมิน ได้ดังนี้ รายการประเมินแอปพลิเคชันทั้ง 3 รูปแบบใช้รายการประเมินเดียวกันทั้งหมด ดังนี้ 1) ความพึงพอใจในการแสดงผลข้อความ แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.07 (SD = 0.74) 2) ความพึงพอใจในการ

แสดงผลรูปภาพ แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.27 (SD = 0.77) 3) ความพึงพอใจในความสะดวกในการใช้งาน สื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก๊ิด มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 (SD = 0.82) 4) ความพึงพอใจในรายละเอียดในการนำเสนอข้อมูล สื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก๊ิด มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.31 (SD = 0.78) 5) ความพึงพอใจในความสามารถในทดแทนการไปเที่ยวสถานที่จริง แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.07 (SD = 0.77) และ 6) ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อในแต่ละรูปแบบ แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน มีความพึงพอใจมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 (SD = 0.76)

วิจารณ์ผลการวิจัย

ผลการศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 88 คน ซึ่งทุกคนที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ว่า ทำให้มีโอกาสในการไปเที่ยวยังสถานที่จริงน้อยลงเมื่อเทียบกับสถานการณ์ที่ยังไม่มีการระบาดของโรคโควิด-19 จากผลการวิเคราะห์ทำให้เห็นว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกที่จะไม่ออกไปท่องเที่ยวเลย จำนวนร้อยละ 47.7 ซึ่งมากขึ้นกว่าตอนเหตุการณ์ปกติ และคนที่ไม่ออกไปท่องเที่ยวเลยหลังจากเกิดเหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 มีจำนวนมากกว่า คนที่ยังคงออกไปเที่ยว 1 ครั้ง/เดือน และในขณะเดียวกัน จำนวนคนที่ออกไปเที่ยว 1 ครั้ง/เดือน ยังมีจำนวนลดลงจากเหตุการณ์ปกติเช่นกัน ทำให้เห็นว่า เหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ในประเด็นการค้นหาลงแหล่งข้อมูลสถานที่เที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การได้ข้อมูลจากเฟสบุ๊ค มีจำนวนมากที่สุด ทั้งในเหตุการณ์ปกติ และเมื่อเกิดเหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งทำให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์เช่นเดิม โดยเฉพาะโปรแกรมเฟสบุ๊ค ซึ่งการแสดงข้อมูลต่างๆ ภายในเฟสบุ๊คมีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งการรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ จนเป็นที่นิยมและทำให้นักท่องเที่ยวตามไปเที่ยวยังสถานที่นั้นเพิ่มขึ้น นอกจากข้อมูลจากเฟสบุ๊ค ผู้ตอบแบบสอบถามยังค้นหาข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต/โปรแกรมอื่นๆ เช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหลายแอปพลิเคชันเกิดขึ้น ส่วนในด้านความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะของแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทำให้การท่องเที่ยวยังสถานที่จริงลดลง พบความคิดเห็นว่า ภายในแอปพลิเคชัน ควรมีการแสดงรูปภาพของสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่นของสถานที่นั้น ภาพจำลองเสมือนจริง การนำเสนอแบบโลกเสมือน 3 มิติ ภาพสถานที่ทั้งภายในและภายนอก การรีวิวสถานที่ กูเกิลแมพ แนะนำแหล่งท่องเที่ยวแบบ 360 องศา เส้นทางการเดินทาง ภาพอาหาร และแสดงยอดผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในสถานที่นั้นๆ

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยว จำนวน 45 คน หลังทดลองใช้งานสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ พบว่า แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด คือ สามารถรับชมสถานที่ท่องเที่ยว

ได้ใกล้เคียงกับสถานที่จริงมากที่สุด เนื่องจากแอปพลิเคชันดังกล่าว มีการนำเสนอรูปภาพของสถานที่จริงในลักษณะ มุมมอง 360 องศา ผู้ใช้สามารถหมุนรูปภาพเพื่อรับชมบริเวณด้านข้างที่อยู่นอกเหนือจากรูปภาพได้เช่นเดียวกับลักษณะของ ภาพพาโนรามา ซึ่งทำให้ผู้ใช้เสมือนกับได้ไปท่องเที่ยวยังสถานที่จริง ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถนำมาทดแทนการไป ท่องเที่ยวยังสถานที่จริงที่อาจติดเชื้อโรคระบาดโควิด-19 ได้ เช่นเดียวกับในปัจจุบัน หลายๆ หน่วยงานมีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย มาสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบ Virtual Tour 360 องศา หรือ ทัวร์เสมือนจริงอย่างเต็มรูปแบบมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยาก กลับมาเที่ยวซ้ำ เมื่อสถานการณ์คลี่คลายขึ้น (Matichon, 2021) เมื่อพิจารณาในรายประเด็นการประเมินการใช้งานสื่อ นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว บางประเด็นสื่อมัลติมีเดียนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก็ดี มีผลการประเมินความพึงพอใจ มากที่สุด คือ ความพึงพอใจในความสะดวกในการใช้งาน เนื่องจากสื่อดังกล่าวสามารถรับชมได้ทันทีเมื่อทำการสแกนคิว อาร์โค้ด จะแสดงวิดีโอแนะนำแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก็ดี โดยที่ไม่ต้องทำการติดตั้งโปรแกรมใดๆ

สรุปผลการวิจัย

การท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่ปกติจะไปเที่ยวในสถานที่ต่างๆ มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวลดลง หรือไม่ ไปท่องเที่ยวเลย แต่นักท่องเที่ยวยังคงมีความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวอยู่ โดยการดูข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านโลก ออนไลน์ ด้วยการใช้งานเฟสบุ๊ค อินเทอร์เน็ต หรือสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวใน 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) แอปพลิเคชัน นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเมืองแกนพัฒนา 2) สื่อมัลติมีเดียแนะนำแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองก็ดี และ 3) แอปพลิเคชันนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีเสมือน ซึ่งจากการทดลองใช้สื่อในการนำเสนอแหล่ง ท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ แม้จะมีความแตกต่างของการนำเสนอและการใช้งานที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่ นักท่องเที่ยวก็ยังแสดงความพึงพอใจต่อสื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้ เห็นว่า นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อทดแทนโอกาสที่ไม่ได้ไปยังสถานที่จริง และนอกจากสื่อดังกล่าวจะนำเสนอข้อมูลต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ในสถานการณ์ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีความ ต้องการเพิ่มเติม เกี่ยวกับข้อมูลจำนวนคนติดเชื้อของโรคโควิด-19 ในสถานที่นั้นๆ ด้วยเพื่อเป็นการป้องกันโอกาสเสี่ยงใน การติดเชื้ออีกทางหนึ่ง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติในการสนับสนุนทุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- Kulsantiwong, C. 2021. **Factors That Influence Travel Decision-Making of Thai Generation Y Tourists after COVID19 Pandemic.** Master Thesis. Bangkok University. 60 p. [in Thai]
- Likert, R. 1932. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology** 140: 1–55.
- Matichon. 2021. **Launching "Travel..Hybrid Tour", safe travel in the era of Covid.** [Online]. Available https://www.matichon.co.th/economy/news_2927474 (10 September 2021). [in Thai]
- Suwannasri, P. and S. Patcharatanaroach. 2018. Application development for tourist destinations in Muang Kaen Pattana municipality, Mae Tang district, Chiang Mai province. **Journal of Science and Technology Mahasarakham University** 37(3): 424-470. [in Thai]
- Suwannasri, P., P. Suwannasri and S. Junsawang. 2019. **Promoting Cultural Tourism Routes with Virtual Technology for Thai and Foreign Tourists by Engaging Community in Muang District Chiangmai Province.** Chiangmai: Chiangmai Rajabhat University. 14 p. [in Thai]
- Suwannasri, P. 2020. **Promotion and development of youth potential of Kued Chang community leaders, Kued Chang sub-district, Mae Taeng district, Chiang Mai province with innovative information technology.** 27 p. *In* Report on the implementation of the Rajabhat University Strategic Project for Local Development Fiscal Year 2020. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University