



ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU>
e-mail: jmssnr@gmail.com



พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจต่อโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขต พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Travel behavior and satisfaction towards tourism logistics in the Lanna civilization tourism development zone

ปฐมพงษ์ ชีโน^{1*}, ประกอบศิริ รักดีพิณิจ²
Pathompong Tino^{1*}, Prakobsiri Pakdeepinit²

¹ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

² สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

¹ Hospitality Industry and Tourism Management, Faculty of Business Administration, Northern College

² Tourism and Hotel Management, School of Business and Communication Arts, University of Phayao

*Corresponding author's e-mail: pathompong.tino@gmail.com^{1*}

Received: January 21, 2026

Revised: March 04, 2026

Accepted: March 09, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว และ 2) ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 409 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการเดินทางในยุควิถีปกติใหม่ ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ได้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างถาวรโดยหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยทางสุขอนามัย (ร้อยละ 64.06) โดยมีความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการเดินทาง พบว่ากลุ่มผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจสูงสุดในการขนส่ง ขณะที่กลุ่มผู้ใช้ระบบขนส่งสาธารณะมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ด้านข้อมูลข่าวสารและการเงินเป็นปัจจัยที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดในทั้งสองกลุ่ม ดังนั้นควรเร่งพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะและมาตรการบริหารจัดการต้นทุนการเดินทางเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเดินทาง, เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Abstract

This research aimed to 1) investigate demographic characteristics and travel behaviors, and 2) assess satisfaction levels regarding service quality and the tourism logistics system within the Lanna Civilization Tourism Development Zone. A quantitative research approach was employed; data were collected from a sample of 409 Thai tourists using a structured questionnaire. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that the majority of the tourists were female, of working age, and held bachelor's degrees. Regarding travel behaviors in the post-COVID-19 New Normal era, there has been a permanent behavioral shift, predominantly toward the use of personal vehicles to fulfill the demands for privacy and health safety (64.06%). Overall satisfaction with the tourism logistics system was at the highest level. When comparing travel modes, the group using personal vehicles reported the highest satisfaction in the transportation aspect, whereas the group using public transportation reported the highest satisfaction in the safety aspect. However, information and financial aspects were the factors receiving the lowest satisfaction scores from both groups. Therefore, the development of smart tourism information platforms and travel cost management measures should be accelerated to respond to these changing behaviors.

Keywords: tourism logistics, travel behaviors, Lanna civilization tourism development zone

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือ ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น ภายใต้การกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และลำพูน เพื่อยุติการเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวและการบริหารจัดการร่วมกันอย่างเป็นระบบ (ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 – 2570), 2567) โดยในช่วงปี พ.ศ. 2563–2564 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก กลับต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ถึงแม้จะผ่านพ้นไปแล้ว แต่ผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างถาวรสู่สภาวะปกติใหม่ (กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจรรุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์, 2563) แม้สถานการณ์จะกลับสู่สภาวะปกติ แต่นักท่องเที่ยว ยังคงให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยทางสุขอนามัย และมีพฤติกรรมที่ยึดติดกับการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมากกว่าการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งถือเป็นมรดกทางพฤติกรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในระยะยาว

ในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวยุคหลังวิกฤต การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีได้หมายถึงเพียงแต่การขนส่งแต่ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการการไหลเวียนทางกายภาพ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร และการไหลเวียนของการเงิน (อดิศักดิ์ วรธนะภูติ และคณะ, 2562) ทั้งนี้ประสิทธิภาพของการจัดการระบบโลจิสติกส์ ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง

ความปลอดภัย และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ล้วนต้องปรับตัวเพื่อรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งย่อมส่งผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจ และนำไปสู่ความภักดีของนักท่องเที่ยว (กมลศักดิ์ บัสสา และใกล้เคียง พรอนันต์, 2567)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตมักมุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบโลจิสติกส์ในภาวะปกติแบบดั้งเดิม แต่ยิ่งขาดองค์ความรู้ที่เฉพาะเจาะจงต่อพลวัตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา ที่สืบเนื่องมาจากสภาวะปกติใหม่ ที่รูปแบบการเดินทางและความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและการประเมินความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และยกระดับคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ในรูปแบบนามธรรม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความรู้สึกเป็นสำคัญ โดยเพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2564) ได้อธิบายลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว ออกเป็น 3 ระยะหลัก ได้แก่ ระยะก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทาง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ไปจนถึงการประเมินความพึงพอใจ และพฤติกรรมที่แสดงออกหลังจากการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังกล่าว ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานสำคัญ ที่ช่วยอธิบายความแตกต่างในรูปแบบการใช้ชีวิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังที่ Kara & Mkwizu (2020) ได้ระบุไว้ว่า ปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสามารถในการใช้จ่าย รวมถึงความถี่และรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างทางช่วงวัยส่งผลโดยตรงต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ซึ่งวัยทำงานอาจให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มมองหาความท้าทายและปรารถนาที่จะค้นพบประสบการณ์ที่แปลกใหม่

ทั้งนี้การตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางนั้น นับว่าทฤษฎีแรงจูงใจแบบผลึกและดั่งยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่ใช้อธิบายพฤติกรรมดังกล่าว โดย Douglas et al. (2024) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจเดินทางนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยผลักดัน ซึ่งเป็นความต้องการภายในที่กระตุ้นให้เกิดความอยากเดินทาง ผสมเข้ากับปัจจัยดึงดูด ซึ่งเป็นคุณลักษณะหรือจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ในบริบทของการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ปัจจัยทางด้านระยะทาง และความคล่องตัวในการเดินทาง จัดเป็นแรงดึงดูดที่ทรงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าจะ

เลือกเดินทางในระยะใกล้หรือข้ามภูมิภาค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เป็นการประยุกต์ใช้หลักการทางโลจิสติกส์เข้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว บริการ และข้อมูลต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ Edirisinghe et al. (2021) ได้อธิบายว่า โลจิสติกส์เป็นกลไกสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแบบองค์รวม ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งผู้โดยสาร การบริหารจัดการที่พัก ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านของกระบวนการดำเนินงาน คมสิทธิ เกียนวัฒนา (2567) ได้ให้มุมมองว่า โลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ช่วยจัดการเดินทางจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทางตามที่วางแผนไว้ โดยมุ่งเน้นการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบริหารการไหลของนักท่องเที่ยวให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยองค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การไหลทางกายภาพ เป็นการจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) การไหลของข้อมูลข่าวสาร เป็นการสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นและแม่นยำ เช่น ป้ายบอกทาง แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ให้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการให้คำแนะนำหรือแจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยว 3) การไหลทางการเงิน เป็นการจัดการระบบการชำระเงินที่รวดเร็ว ปลอดภัย หลากหลายรูปแบบ รวมถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย

ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดโลจิสติกส์มาพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะพบว่าประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว หากพื้นที่ปลายทางมีการจัดการทั้ง 3 มิติ อย่างบูรณาการ จะช่วยลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง ลดเวลาที่สูญเปล่า และยกระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และพัฒนาไปสู่ความภักดีหรือความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

ผลกระทบของวิกฤตการณ์โควิด-19 และการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้สร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยวิกฤตการณ์ครั้งนี้มีความแตกต่างจากเหตุการณ์ในอดีตอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากเป็นภัยคุกคามที่พุ่งเป้าไปที่ความปลอดภัยในชีวิตและระบบสาธารณสุขโดยตรง ซึ่งสถานการณ์นี้ได้เร่งให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่วิถีปกติใหม่ (new normal) ในระบบนิเวศของการเดินทาง โดยโครงสร้างความต้องการของนักท่องเที่ยว เปลี่ยนไปจากเดิมที่มุ่งเน้นการค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าตื่นเต้น กลับกลายเป็นการนำเอาปัจจัยด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยมาเป็นเกณฑ์อันดับแรกในการตัดสินใจ (Gössling et al., 2020)

ในมิติของพฤติกรรมศาสตร์ ผลกระทบที่สะท้อนออกมาอย่างเด่นชัดคือ ความวิตกกังวลในการเดินทาง ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรม เพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อและสอดคล้องกับมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม อีรกันต์ พินิจกุล (2566) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่ และพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการเข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่มีความแออัดสูงอย่างชัดเจน โดยหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในระยะทางใกล้หรือการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมากขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังต่อรูปแบบการให้บริการที่เน้นการลดการสัมผัส รวมถึงให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรองรับ เช่น มาตรฐาน SHA (Safety and Health Administration) มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เป็นต้น

บริบทพื้นที่ศึกษา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

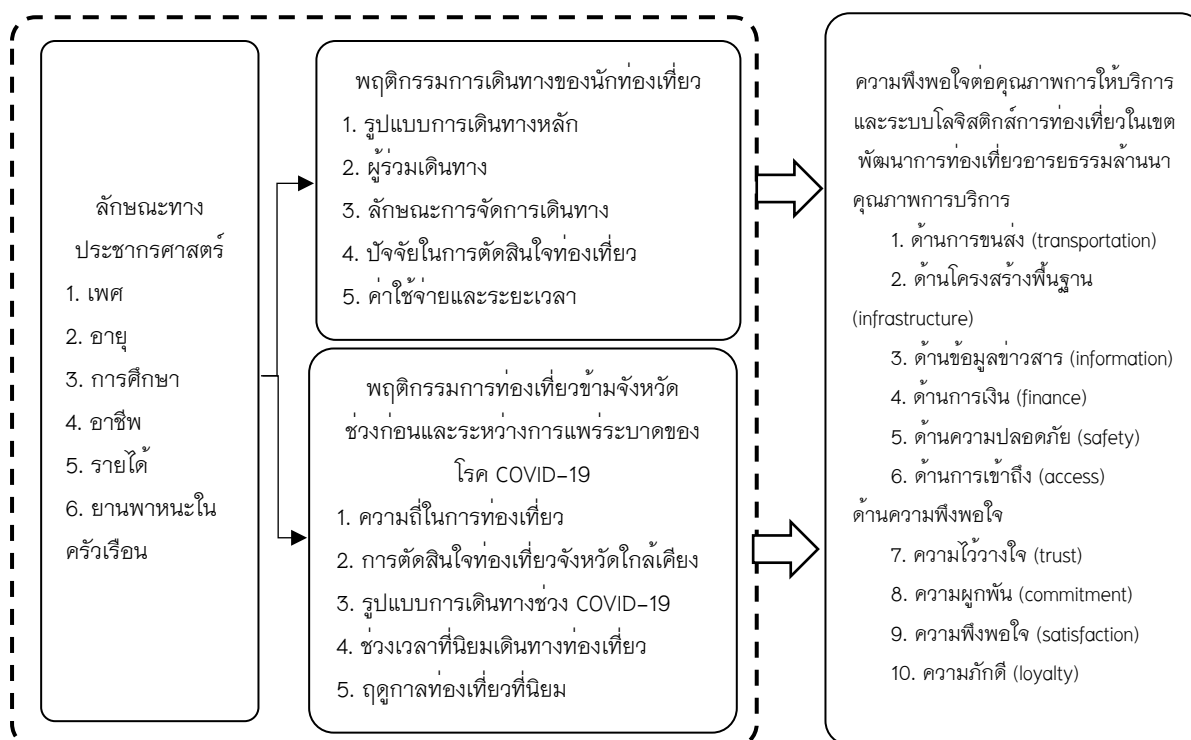
พื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้รับการประกาศกำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ให้เป็นหนึ่งในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อการฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยอาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 โดยพื้นที่ดังกล่าวเป็นการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วมกันจากอาณาจักรล้านนาในอดีต ซึ่งมีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และวิถีชีวิตชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านแนวคิดวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 – 2570), 2567)

โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวประกอบด้วยพื้นที่แกนหลัก 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และลำพูน ซึ่งดำเนินงานสอดคล้องกับทิศทางของเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค พ.ศ. 2566 – 2570 ของ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565) ในการบูรณาการโครงข่ายคมนาคมและเส้นทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และยังมีมุ่งเน้นการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างเมืองหลักและเมืองรองอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละพื้นที่ที่มีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

- 1) จังหวัดเชียงใหม่ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศ และศูนย์ปฏิบัติการหลักของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระจายนักท่องเที่ยวสู่จังหวัดข้างเคียง
- 2) จังหวัดเชียงราย เป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) โดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและศิลปะร่วมสมัย
- 3) จังหวัดลำปางและลำพูน ถูกวางตำแหน่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เน้นการท่องเที่ยวแบบช้าและการท่องเที่ยวทางราง ซึ่งช่วยลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวจากเมืองหลัก

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และลำปาง ในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนรวม 17,101,655 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือข้อมูลสูญหาย ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมตามแนวคิดของ Israel (1992) และเมื่อผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พบว่ามีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้จริง จำนวนทั้งสิ้น 409 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกระจายตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ (ร้อยละ 63.27) เชียงราย (ร้อยละ 21.79) ลำปาง (ร้อยละ 7.94) และลำพูน (ร้อยละ 6.99)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถานภาพทั่วไปของ

นักท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวครั้งล่าสุด (ในช่วงตั้งแต่ปี 2563-2564) ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .957 ซึ่งอยู่ในระดับสูงและมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง (Cronbach, 1951)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นช่วงเวลาที่อยู่ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จึงลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญและสถานีขนส่งในพื้นที่ 4 จังหวัด ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมอย่างเคร่งครัด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.52) เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงานที่มีความคล่องตัวสูง คือ อายุระหว่าง 26-30 ปี (ร้อยละ 23.47) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 21.98) และ 36-40 ปี (ร้อยละ 12.35) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีศักยภาพทางกายภาพที่เหมาะสมกับภูมิประเทศของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ภูเขาสูง มีเส้นทางคดเคี้ยวและลาดชัน

ในด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.19) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 33.00) สอดคล้องกับระดับรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,000-19,999 บาท (ร้อยละ 23.23) ซึ่งเป็นอัตราเงินเดือนเริ่มต้นมาตรฐานสำหรับวุฒิปริญญาตรีตามนโยบายรัฐบาล แสดงให้เห็นถึงความมั่นคงทางรายได้ในระดับหนึ่ง ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30,000-39,999 บาท (ร้อยละ 22.49) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงการถือครองสินทรัพย์ ยานพาหนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 50.81) รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 36.68) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ส่งผลต่อรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือที่ต้องอาศัยยานพาหนะที่มีสมรรถนะในการเดินทาง

2. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการเดินทางหลัก		
รถยนต์ส่วนตัว (รถยนต์/รถตู้)	159	38.88
รถตู้โดยสารรับจ้าง/ไม่ประจำทาง	49	11.98
รถโดยสารประจำทาง (รถทัวร์)	35	8.56
รถสองแถวประจำทาง	32	7.82
สายการบิน Low cost	27	6.60
อื่น ๆ (สายการบิน Full-service, รถเช่า, รถจักรยานยนต์ ฯลฯ)	107	26.16
ผู้ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว/ญาติ	187	45.72
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	113	27.63
คู่รัก	84	20.54
อื่น ๆ	25	6.11
ลักษณะการจัดการเดินทาง		
จัดการเดินทางเองทั้งหมด	376	91.93
มีหน่วยงานหรือคณะจัดการให้	33	8.07
ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว		
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	124	30.24
ความสะดวกในการเดินทาง	49	11.90
คำแนะนำของคนรู้จัก	41	10.14
อื่น ๆ	195	47.72

จากตาราง 1 พบว่า รูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้มากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 38.88) รองลงมาคือ การเดินทางรูปแบบอื่น ๆ (สายการบิน Full-service, รถเช่า, รถจักรยานยนต์ ฯลฯ) (ร้อยละ 26.16) และรถตู้โดยสารรับจ้าง/ไม่ประจำทาง (ร้อยละ 11.98) ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้รถยนต์ส่วนตัวได้รับความนิยมสูงสุด อันเนื่องมาจากลักษณะภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวในเขตล้านนา ที่มีกระจายตัวและตั้งอยู่บนพื้นที่สูงชัน การเดินทางด้วยรถส่วนตัวจึงให้ความยืดหยุ่น ความสะดวกในการแวะพัก และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้ดีกว่าระบบขนส่งสาธารณะ ส่วนการเดินทางรูปแบบอื่น ๆ เช่น สายการบิน Full-service รถเช่า รถจักรยานยนต์ ยังคงส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นวิธีการเดินทางที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นที่สูง

อย่างไรก็ตาม จากการจัดกลุ่มรูปแบบการเดินทางตามลักษณะการใช้งานหลัก พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยกลุ่มยานพาหนะส่วนตัวเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 64.06) ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้ระบบขนส่งสาธารณะมีสัดส่วนที่น้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัด (ร้อยละ 35.94) ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมการเดินทางในยุคดิจิทัลใหม่ ที่ผู้คนมุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นหลัก โดยหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะที่มีความแออัด ประเด็นดังกล่าวยังสอดคล้องกับข้อมูลผู้ร่วมเดินทาง ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 45.72) รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 27.63) และคู่รัก (ร้อยละ 20.54)

ในด้านรูปแบบการจัดการนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 91.93) มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางผ่านหน่วยงานหรือคณะทัวร์ (ร้อยละ 8.07) โดยมีปัจจัยจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเดินทางคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 30.24) ที่น่าสนใจคือปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 (ร้อยละ 11.90) ซึ่งยืนยันสมมติฐานของการวิจัยที่ว่าระบบโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่งมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเขตอารยธรรมล้านนาในวิถีปกติใหม่ มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวและการเดินทางแบบอิสระ การที่นักท่องเที่ยวนิยมจัดการเดินทางเองร่วมกับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัวนั้น ตอบโจทย์ทั้งด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยและความยืดหยุ่นต่อสภาพภูมิประเทศที่สูงชันและกระจายกระจาย นอกจากนี้ยังพบว่าความสะดวกในการเดินทางยังเป็นปัจจัยตัดสินใจหลัก อันดับสองรองจากความสวยงาม ยืนยันสมมติฐานได้ว่าระบบโลจิสติกส์และการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามจังหวัดช่วงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

ตาราง 2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามจังหวัดช่วงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง/ปี)		
ปี พ.ศ. 2562 (ก่อนระบาด) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ครั้ง ต่อปี	-	-
ปี พ.ศ. 2563 (ระหว่างระบาด) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้ง ต่อปี	-	-
การตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง		
ไม่เดินทาง (งดเว้นการเดินทาง)	235	57.46
เดินทางท่องเที่ยว	174	42.54
รูปแบบการเดินทางช่วง COVID-19		
รถยนต์ส่วนตัว/รถรับจ้างเหมา	340	83.90
ระบบขนส่งสาธารณะ	69	16.10
ช่วงเวลาที่ยิยมเดินทางท่องเที่ยว		
วันเสาร์-อาทิตย์	228	55.77
วันธรรมดา	118	28.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	63	15.48
ฤดูกาลท่องเที่ยวที่ยิยม		
ฤดูหนาว (16 ต.ค. – 15 ก.พ.)	212	51.83
ฤดูร้อน (16 ก.พ. – 15 พ.ค.)	112	27.38
ฤดูฝน (16 พ.ค. – 15 ต.ค.)	85	20.78

จากตาราง 2 พบว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวลดลงจากเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี ในปี พ.ศ. 2562 เหลือเพียง 3 ครั้งต่อปี ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากมาตรการจำกัดการเดินทางและการเว้นระยะห่างทางสังคมของภาครัฐ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.46) เลือกที่จะงดเว้นการเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียงเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดที่สุดคือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง ซึ่งพบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถรับจ้างเหมาในสัดส่วนที่สูงมาก (ร้อยละ 83.90) เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด ในขณะที่ผู้ใช้งานระบบขนส่งสาธารณะเหลือเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.10)

สำหรับพฤติกรรมด้านช่วงเวลาและฤดูกาล พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 55.77) รองลงมาคือวันธรรมดา (ร้อยละ 28.75) โดยฤดูกาลที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือฤดูหนาว ระหว่างช่วงกลางเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 51.83) ซึ่งสอดคล้องกับด้านลักษณะภูมิประเทศและบรรยากาศการท่องเที่ยวของภาคเหนือ รองลงมาคือฤดูร้อน (ร้อยละ 27.38) และฤดูฝน (ร้อยละ 20.78) ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ภาพรวมได้ว่า วิถีการเดินทางที่ได้รับความนิยมได้พลิกโฉมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เปลี่ยนผ่านสู่กลยุทธ์การเดินทางแบบป้องกันตนเองอย่างเต็มรูปแบบ การลดความถี่ในการเดินทาง และการหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะเพื่อหันมาพึ่งพายานพาหนะส่วนตัว ถือเป็นการปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยงทางสุขภาพที่ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์อันดับแรกในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม แม้รูปแบบและวิธีการเดินทางจะถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขทางสุขอนามัย แต่ความต้องการพื้นฐานในการแสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยวตามฤดูกาล โดยเฉพาะการสัมผัสบรรยากาศฤดูหนาวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ของภาคเหนือ ยังคงเป็นแรงจูงใจและจุดดึงดูดสำคัญที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์วิกฤต

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ตาราง 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทางหลัก

คุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว (n=262)		ขนส่งสาธารณะ (n=147)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการขนส่ง (transportation)	4.35	.70	4.16	.78
2. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)	4.20	.75	4.12	.75
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร (information)	4.17	.76	4.11	.78
4. ด้านการเงิน (finance)	4.12	.83	4.10	.76
5. ด้านความปลอดภัย (safety)	4.16	.72	4.29	.70
6. ด้านการเข้าถึง (access)	4.15	.76	4.17	.74
7. ความไว้วางใจ (trust)	4.18	.73	4.19	.74
8. ความผูกพัน (commitment)	4.28	.75	4.17	.72
9. ความพึงพอใจ (satisfaction)	4.23	.73	4.25	.70
10. ความภักดี (loyalty)	4.26	.69	4.25	.72
ภาพรวม	4.21	.74	4.18	.74

จากตาราง 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทางหลัก พบว่า ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางได้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวิถีปกติใหม่ (new normal) ซึ่งแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มหลักอย่างชัดเจน คือ กลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 64.06) และกลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ (ร้อยละ 35.94) ดังนั้น การนำเสนอผลการศึกษาในส่วนนี้จึงใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้เห็นถึง

ความแตกต่างของความต้องการและการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แท้จริง จากการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1) กลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว พบว่า ด้านการขนส่ง ($\bar{X} = 4.35$) และด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{X} = 4.20$) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าอีกกลุ่มหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีความพร้อมด้านกายภาพ ถนนหนทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างทาง (เช่น ปั๊มน้ำมัน จุดพักรถ) ที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มนี้เกิดความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับที่สูงมาก ($\bar{X} = 4.28$)

2) กลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ พบว่า แม้จะเป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยรถโดยสาร แต่กลับมีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.29$) มากที่สุด และสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้รถส่วนตัว นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.17$) ยังอยู่ในระดับมากอีกด้วย ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ (เช่น รถตู้ รถทัวร์) มีมาตรฐานการให้บริการที่ดี สร้างความมั่นใจในการเดินทาง และสามารถเชื่อมโยงเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมของกลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และกลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะพบว่าด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.10$) และด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.17$) เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ซึ่งบ่งชี้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ทั้งในเรื่องความคุ้มค่าของราคาและการเข้าถึงข้อมูลที่แม่นยำ

การอภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน (อายุ 26-30 ปี) และนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 83.90) โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่มีการลดความถี่ในการเดินทางลงและหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (new normal) ของธีรภานต์ พินิจกุล (2566) ที่ระบุว่า วิกฤตโรคระบาดทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางสุขอนามัยเป็นลำดับแรก ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบขับรถเที่ยวเองมากขึ้น เพื่อสร้างพื้นที่ส่วนตัวในการเดินทางและลดความเสี่ยงจากการสัมผัสในพื้นที่แออัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gössling et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าวิกฤตโรคระบาดได้ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การเดินทางในระดับโลก โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะและหันมาพึ่งพายานพาหนะส่วนตัวเพื่อสร้างระยะห่างทางสังคม นอกจากนี้ งานของ Han (2021) ยังสามารถอธิบายได้ตรงกันกับประเด็นของทฤษฎีแรงจูงใจ ในบริบทปัจจุบัน ซึ่งระบุว่าความต้องการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยส่วนบุคคล ได้กลายเป็นปัจจัยผลักดันขั้นพื้นฐานที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยววัยทำงาน แต่ทั้งนี้ การศึกษาของ Eboli et al. (2020) ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรม การปฏิเสธระบบขนส่งสาธารณะอย่างสิ้นเชิง โดยงานวิจัยดังกล่าวพบว่า หากผู้ให้บริการระบบขนส่งสาธารณะสามารถยกระดับคุณภาพการบริการด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือได้อย่างเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวก็ยังคงมีความพึงพอใจและยินดีที่จะใช้บริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นอกเหนือจากความกังวลด้านโรคระบาดแล้ว ข้อจำกัดด้านคุณภาพและโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่อารยธรรมล้านนา อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวต้องหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัว

2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในกลุ่มผู้ใช้รถส่วนตัว ขณะที่ด้านความ

ปลอดภัยเป็นจุดเด่นในกลุ่มผู้ใช้รถสาธารณะ ซึ่งความพึงพอใจเหล่านี้ส่งผลบวกต่อความผูกพันและความภักดีในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของกมลศักดิ์ บัสสา และไกรสรัง พรอนันต์ (2567) ซึ่งยืนยันว่าองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว รวมถึงการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับการศึกษาของคมลธิ์ เกียนวัฒนา (2567) ที่พบว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบตั้งแต่การขนส่งและการให้ข้อมูลข่าวสาร จะช่วยลดข้อผิดพลาดในการเดินทางสร้างความพึงพอใจสูงสุด และทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกในอนาคต รวมถึงสอดคล้องกับวฐสิริ ปานงาม และบรรวิทย์ โรจน์สุวรรณ (2566) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพตลอดการเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความประทับใจ กระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ และเพิ่มความภักดีของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในประเด็นนี้กลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกิงกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน (2564) ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในระดับที่ต่ำมาก เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับคุณค่าและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก จนทำให้ข้อจำกัดด้านความสะดวกสบายของการขนส่งหรือโครงสร้างพื้นฐานมีอิทธิพลน้อยลงต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ

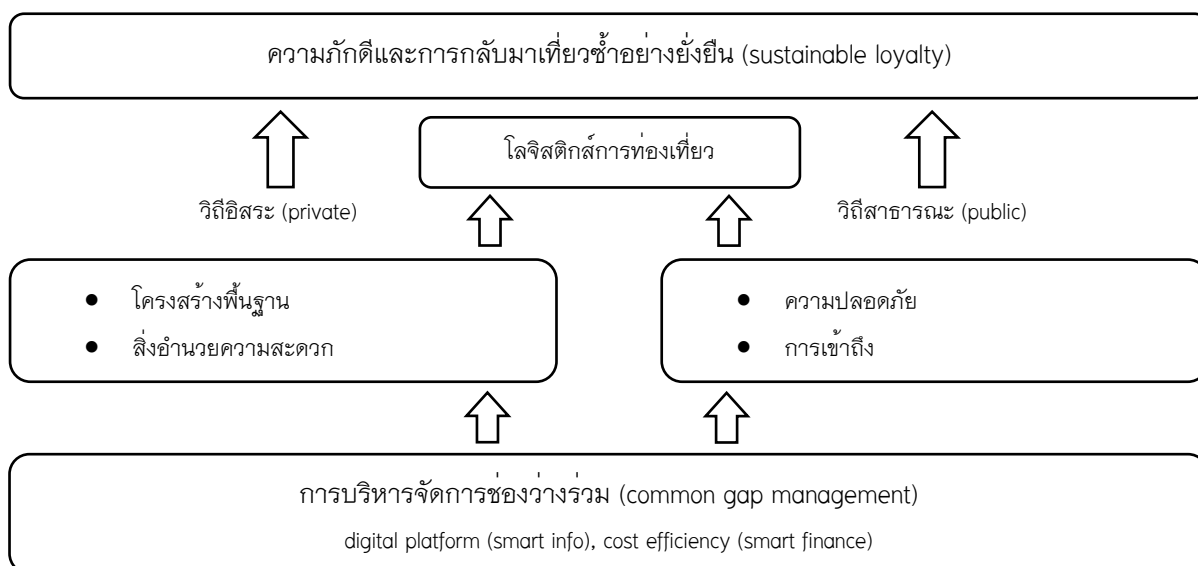
องค์ความรู้ใหม่

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปสู่การค้นพบองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ "โมเดลโลจิสติกส์การท่องเที่ยวล้านนาแบบสองวิถี (Dual-Path Lanna Tourism Logistics Model)" ซึ่งอธิบายพลวัตความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีปกติใหม่ ที่มีความซับซ้อนกว่าในอดีต โดยโมเดลนี้จำแนกแนวทางการบริหารจัดการออกเป็น 2 มิติหลัก ตามพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

1. วิถีอิสระ (private-path logistics) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นกลุ่มส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ปัจจัยวิกฤตที่ส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุดคือ ประสิทธิภาพทางกายภาพ ได้แก่ คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน จุดพักรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการความเป็นส่วนตัวและความยืดหยุ่นในการเดินทาง

2. วิถีสาธารณะ (public-path logistics) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ปัจจัยวิกฤตไม่ใช่ความรวดเร็วแต่คือ ความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยและมาตรการป้องกันโรคสูงที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีการขนส่งดั้งเดิมที่เน้นเรื่องเวลาและราคาเป็นหลัก

นอกจากนี้ โมเดลยังค้นพบช่องว่างร่วมที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของทั้งสองวิถี คือ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (information flow) และการไหลเวียนของเงิน (financial flow) ที่ยังไม่ตอบโจทย์ ดังนั้น การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาจึงต้องมุ่งเน้นการปิดช่องว่างนี้ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลเป็นฐานรากสำคัญ เพื่อเชื่อมโยงทั้งสองวิถีเข้าสู่ความยั่งยืน



ภาพที่ 2 โมเดลโลจิสติกส์การท่องเที่ยวล้านนาแบบสองวิธี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรร่วมมือกันพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่รวบรวมข้อมูลเส้นทาง ตารางเดินรถ จุดจอด และสภาพจราจรแบบเรียลไทม์ เพื่อแก้ปัญหาความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ยังอยู่ในระดับต่ำ

1.2 การบริหารจัดการต้นทุนการเดินทาง ควรพิจารณามาตรการส่งเสริมการขายหรือบัตรโดยสารร่วมสำหรับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อเจาะลึกถึงสาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการเงินและข้อมูลข่าวสารที่ยังต่ำอยู่

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันเพื่อติดตามแนวโน้มการกลับมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์โครงสร้างโลจิสติกส์ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือ ภายใต้ชุดโครงการ การยกระดับระบบโลจิสติกส์ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ประจำปีงบประมาณ 2563

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กมลศักดิ์ ปัสสา และไกล่รุ่ง พรอนันต์. (2567). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 6(1), 147-162. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/275611>.
- กึ่งกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์. (2563). ประเมิน “เราเที่ยวด้วยกัน” กระตุ้นท่องเที่ยวไทยได้ 3.6-6.2 หมื่นล้านบาท. ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_579Research_Note_20_07_63.pdf.
- คมลสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2567). กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 6(3), 45-63. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JMARD/article/view/266974/184801>.
- ธีรกานต์ พินิจกุล. (2566). ลักษณะการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวของเมืองรองภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกที่ 1. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและออกแบบเมืองจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2023.1143>.
- ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 - 2570). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 141 ตอนพิเศษ 14 ง. หน้า 1-60. <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/16836.pdf>.
- เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Petcharaporn.Cha.pdf>.
- วฐิสิริ ปานงาม และบรรวิทย์ โรจน์สุวรรณ. (2566). การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(8), 857-873. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmli/article/view/265654/179172>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2563 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. <https://www.mots.go.th/news/category/594>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). เป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค พ.ศ. 2566 - 2570. สำนักงานเลขาธิการ ก.น.บ. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. <https://reo8.moe.go.th/wp-content/uploads/2024/04/เป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค-เสนอนายกรัฐมนตรี.pdf>.
- อดิศักดิ์ วรรณระภูติ, จันทนา แสนสุข, อภิชา นิเวศน์ และสุตาภัทร จันทรประเสริฐ. (2562). การพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
<https://doi.org/10.1007/BF02310555>.
- Douglas, A., Hoogendoorn, G., & Richards, G. (2024). Activities as the critical link between motivation and destination choice in cultural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 249–271.
<https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2022-0442>.
- Eboli, L., Forciniti, C., & Mazzulla, G. (2020). Factors influencing transit ridership: A study on the passengers' perception of service quality. *Sustainability*, 12(23), 10112. <https://doi.org/10.3390/su122310112>.
- Edirisinghe, L., Silva, S., & Siriwardena, S. (2021). The future of travel business: A conceptual approach through tourism logistics perspectives. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3992920>.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>.
- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>.
- Israel, G. D. (1992). *Determining sample size* (Fact Sheet PEOD-6). University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences. <https://doi.org/10.32473/EDIS-PD006-1992>.
- Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81–103. <https://doi.org/10.1108/IHR-01-2020-0002>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). Harper & Row.