



การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)

MEDIA EXPOSURE AND ATTITUDE OF TOURISM OPERATORS IN PHUKET SANDBOX PROGRAM

นวพร ปิยโชคสกุล. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แอนนา จูมพลเสถียร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Nawaporn Piyachoksakul. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.

Anna Choompolsathien. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.

Email : Nawaporn.p26@gmail.com

Received: 9 March 2022 ; Revised: 10 March 2022 ; Accepted: 30 March 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่เข้าร่วมโครงการและ มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) จำนวน 10 ภาคธุรกิจ ขนาดตัวอย่าง 300 ธุรกิจ ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อใหม่ของโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ สูงที่สุด รองลงมา คือ สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคล ตามลำดับ โดยเปิดรับเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร นักท่องเที่ยวโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์มากที่สุด นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวก ต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในด้านการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว และช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ รวมทั้งกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดี ทั้งยังมีแนวโน้มพฤติกรรมในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ แนะนำ หรือ บอกต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อการเข้าร่วมโครงการและ ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ต่อไป ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์แต่ละสื่อกับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ สื่อใหม่ รองลงมา คือ สื่อบุคคล ตามลำดับ รวมทั้ง ทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านการดำเนินงานของโครงการ ตามลำดับ

คำสำคัญ : การเปิดรับสื่อ, ทัศนคติ, โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์

Abstract

The study on “Media Exposure and Attitude of Tourism Operators in Phuket Sandbox Program” is a survey research. Data are collected from 10 business sectors in Phuket Province, comprising 300 participating tourism operators with media exposure to the program. The finding reveals the highest exposure in the new media of the program, followed by activity media and personal media respectively, with the highest contents seen in the information on tourists interested in the program. The samples show a positive attitude toward the program with regard to their contributions to tourism promotion and credibility boosting, including efforts to stimulate tourism. They also show a behavioral tendency to support activities designed by the program, recommend or inform other tourism-related business operators about program participation and follow-up. Hypothesis testing shows that overall each media exposure to the program and attitude toward it has a significantly positive relationship, with the highest relationship seen in the new media, followed by personal media. In addition, the attitude toward the program has a significantly positive relationship with the behavioral tendency to join the program in every aspect, with the highest score found in tourism promotion, followed by the execution of the program.

Keywords : Media Exposure, Attitude, Phuket Sandbox Program

ที่มาและความสำคัญ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจโลกและประเทศไทย ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และการลดลงของรายได้ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจำนวนมาก ทั้งนี้รัฐบาลมีมาตรการการช่วยเหลือในภาคต่างๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องหลายรูปแบบเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ภาครัฐจำเป็นต้องออกมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศตามโครงการฟื้นฟูและสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อเป็นแรงส่งให้เศรษฐกิจหมุนไปสู่การสร้างรายได้แก่ครัวเรือนและภาคธุรกิจในประเทศ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นลำดับแรกที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ภาครัฐให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในประเทศ เปิดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมภาคการท่องเที่ยว ตลอดจนการกระตุ้นให้เศรษฐกิจในประเทศเติบโตและเกิดการท่องเที่ยววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) จังหวัดภูเก็ต ถือเป็นหมุ่เกาะทางตอนใต้ของประเทศไทยที่สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ ทำให้ได้รับผลกระทบจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ “ภูเก็ตโมเดล” เป็นแผนเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบจำกัดพื้นที่ เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2564 มีประกาศ คำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ 7/2564 เรื่อง แนวปฏิบัติตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 11) มาตรการป้องกันโรคสำหรับผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรแบบทำคำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ 7/2564 ลงวันที่ 29 มิถุนายน 2564 1. การเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรของผู้โดยสารหรือผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร (12) ผู้ซึ่งได้รับอนุญาตให้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรในพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นจังหวัดนำร่องด้านการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวหรือกิจกรรมอื่น ๆ

ตามนโยบายของรัฐบาล พระราชบัญญัติ คำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2564 (ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 138 ตอนพิเศษ 143 ง, หน้า 76 29, มิถุนายน 2564)

โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์จะจัดภายใต้เงื่อนไข “ต้องฉีดวัคซีนให้แก่ประชากรในพื้นที่ 70%” หรือคิดเป็น 900,000 โดส แก่ประชากร 450,000 คน และอนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดสตามที่จังหวัดกำหนดสามารถเข้าประเทศไทย ที่ต้องการมาเที่ยว โดยไม่ต้องกักตัว 14 วัน ต้องลงทะเบียนผ่าน WWW.GOPHUGET.COM และแสดง QR CODE ก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต ต้องได้รับการตรวจหาเชื้อโควิด-19 ด้วยวิธีการ RT-PCR หรือวิธีการ ANTIGEN TEST โดยมีระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ก่อนการเดินทางถึง หากได้ผลตอบรับดีจะเริ่มขยายไปจังหวัดอื่นๆ ทั้งนี้มีกำหนดเริ่ม วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ประมาณการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ภายใต้โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ จำนวน 100,000 คน ในไตรมาส 3 (เดือน กรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2564) ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้อยู่ที่ 8,900 ล้านบาท รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ภาคเกษตร อุตสาหกรรม พลังงาน ประเมินว่า ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น จำนวน 2,719 คน ซึ่งเป็นการจ้างงานหรือรักษาตำแหน่งงานเทียบเท่าระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นผลตอบแทนการจ้างงาน 210 ล้านบาท และสร้างรายได้ภาษี 87 ล้านบาท สำหรับตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วง 7 วันแรกของโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มียอดจองห้องพักเข้ามามากกว่า 4,000 ราย รวมทั้งหมดกว่า 25,000 ห้องพัก รูปแบบการขับเคลื่อนและสนับสนุนโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.กฎระเบียบ เงื่อนไขสร้างความเชื่อมั่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอีกหลายแห่งจัดโครงการ SHA หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration ซึ่งเป็นโครงการเพื่อควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้มีมาตรฐานความปลอดภัยให้สอดคล้องกับวิถีปกติใหม่ ปัจจุบันมีธุรกิจเข้าร่วมโครงการแล้ว 4,234 บริษัท 1. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร 385 แห่ง 2. โรงแรม ที่พัก และโฮมสเตย์ เข้าร่วม SHA Plus 940 แห่ง 3. นันทนาการ และสถานที่ท่องเที่ยว 42 แห่ง 4. ยานพาหนะ 2,322 คัน 5. บริษัทนำเที่ยว 296 บริษัท 6. สุขภาพและความงาม 115 แห่ง 7. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า 27 แห่ง 8. กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 24 แห่ง 9. การจัดกิจกรรม/จัดประชุม โรงละคร/โรงมหรสพ 7 แห่ง และ 10. ร้านค้า ที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ 76 แห่ง ที่ได้รับอนุญาตให้ให้บริการในภูเก็ตภายใต้โครงการ ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ภาคธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร สปา บริการเช่ารถทัวร์เกาะ หรือกิจกรรมเอ้าต์ดอร์ต่าง ๆ ก็สามารถรับการประเมินมาตรฐาน SHA+ และมีใบรับรอง SHA+ (SHA Plus) ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสามารถเปิดได้ตามปกติเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว (SHA Plus +, สถิติสถานประกอบการจังหวัดภูเก็ต, สืบค้น 15 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.thailandsha.com/shalists/index?>)

2.กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายกสมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต จัดกิจกรรมภายใต้โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ชื่อกิจกรรมการแข่งขันกีฬารายการ “เอส เอ ที ภูเก็ต อินวิเทชัน” (SAT PHUKET INVITATION 2021) ที่ลานทอปปิคอล ชั้น 3 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ภูเก็ต ฟลอเรสต้า เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2564 โดยมีนักกีฬาเข้าร่วมทั้งหมดกว่า 150 คน ซึ่งเงินรางวัลรวมกว่า 350,000 บาท (รองยุทธศาสตร์ฯ กกท. เปิดการแข่งขัน เอส เอ ที ภูเก็ต อินวิเทชัน 2021 (SAT PHUKET INVITATION 2021), การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สืบค้น 21 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.sat.or.th/2021/>)

3.การอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ผ่านแอปพลิเคชัน ผ่าน “Hello Phuket Service” เป็นแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวและตรวจสอบราคาที่เป็นธรรม สามารถติดตามข่าวสารโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต สามารถช่วยป้องกันข่าวปลอม การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) มีดังนี้

1. การเปิดรับผ่านสื่อดั้งเดิม (Traditional media)

1.1 โทรทัศน์ดิจิทัล และโทรทัศน์ท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต

1.2 วิทยุ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดภูเก็ต FM.90.5, 96.75 Mhz AM 1062 Khz

1.3 หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และหนังสือพิมพ์เสียงใต้

1.4 แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ เช่น หน้าสำนักงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต

2. สื่อใหม่ (New media)

2.1 เฟซบุ๊ก หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมประชาสัมพันธ์ ศูนย์ข้อมูลจังหวัดภูเก็ต

2.2 เฟซบุ๊ก สำนักข่าวท้องถิ่นในภายในจังหวัด เสียงใต้ Phuket Andaman News , Phuket Time ภูเก็ตไทม์และ Phuket Sandbox

2.3 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org และ www.ภูเก็ตต้องชนะ.com

2.4 แอปพลิเคชัน Hello Phuket Service

3. สื่อกิจกรรม (Activities)

3.1 เปิดโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ วันที่ 1 กรกฎาคม 2564

3.2 โครงการแข่งขัน เอส เอ ที ภูเก็ต อินวิเทชัน 2021 วันที่ 29 กันยายน 2564

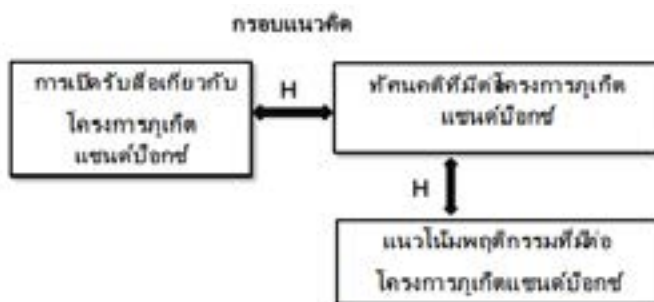
ดังนั้น จากการดำเนินงานของภาครัฐตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรงานวิจัยนี้จึงจะได้ศึกษาการเปิดรับสื่อและทัศนคติแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านโครงการ ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางการปรับเปลี่ยน และพัฒนาภารกิจด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดภูเก็ต ให้สามารถสร้างรายได้ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวตลอดจนสามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจ เกิดการนำร่องของนโยบายกระจายสู่จังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์และแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับทัศนคติที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)” ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1.แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

เธอร์สโตน (Thurstone, 1946/1959, pp. 320, อ้างถึงในธีระพร อูวรรณโณ, 2535) กล่าวเกี่ยวกับทัศนคติไว้ดังนี้ ทัศนคติเป็นความเข้มของอารมณ์ ความรู้สึกทางบวก หรือ ทางลบในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งที่อยู่ในความคิด ทั้งนี้อารมณ์ ความรู้สึก คือ ส่วนที่เป็นทางบวก เช่น การเกลียด ไม่ชอบ ทำลาย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านวัตถุ ความคิด แผนการกระทำ อุดมการณ์ รูปแบบความประพฤติ หรือสัญลักษณ์ ที่บุคคลอาจแสดงอารมณ์ ความรู้สึกไปในทางบวกหรือว่าทางลบก็ได้

2.ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับข่าวสารผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารซึ่งกระบวนการ ในการเลือกรับข่าวสาร (Klapper, 1960, p. 5, อ้างถึงใน โชติหทัย นพวงศ์, 2542, น. 15-16)

1.การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตน ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์มักต้องการที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept)

2.การเลือกสนใจ (Select Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะมียู่ด้วยกันหลายแหล่ง

3.การเลือกรับรู้ หรือตีความ (Selective Perception or Selection Interpretation) หมายถึง การรับรู้ และการตีความมีความเกี่ยวข้องกันเกือบเป็นสิ่งเดียวกัน

4.การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่สอดคล้อง หรือตรงกับความต้องการ รสนิยม ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ความสนใจของตนเอง ทั้งนี้ กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร เปรียบเสมือนการกรองข่าวสารในการรับรู้ของตน โดยจะเปิดรับ รับรู้และจดจำสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตนเอง

3.แนวคิดด้านการส่งเสริมและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2550)

3.1 เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

3.2 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์

3.3 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

3.4 เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

3.5 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นวรรตน์ ยิ่งยวด (2561) “ทัศนคติของคนในชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย” พบว่า วิเคราะห์ทัศนคติของคนในชุมชนดอยแม่สลองที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยวิเคราะห์จากคนในชุมชนที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 17 คน และคนในชุมชนที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 16 คน ทัศนคติของคนในชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม มีความใกล้เคียงกัน ในด้านการคิดและการรับรู้ คือ การท่องเที่ยวสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชนทำให้ชุมชนมีความเจริญขึ้น ความเป็นอยู่ดีขึ้น ด้านอารมณ์ความรู้สึกในทางบวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ต้องการให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ด้านพฤติกรรมคนในชุมชนมีความสามัคคีกันในการอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อม

จากผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ในส่วนของ ความสัมพันธ์ ของตัวแปรในเรื่อง การเปิดรับ และทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแนวทางการศึกษาในลักษณะวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross Sectional Study)

ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่เข้าร่วมโครงการและมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) จำนวน 10 ภาคธุรกิจรวม 4,234 บริษัท

ขนาดตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.06 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

โดย n หมายถึง ขนาดตัวอย่าง e หมายถึง ความคลาดเคลื่อน ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดไว้ที่ + 6%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{4,234}{1 + 4,234 (0.06)^2} \\ n &= 264.62 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 265 ธุรกิจ แต่ในที่นี้จะใช้ตัวอย่าง 300 ธุรกิจ

วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ จะใช้การเลือกตัวอย่างแบบผสม (mixed method sampling) ใช้ทั้ง probability sampling และ non probability sampling โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยจะคัดกรองผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและสนใจเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ในอนาคต โดยแบ่งสัดส่วนตาม ประเภทของธุรกิจ จำนวน 10 ประเภท ที่เท่ากัน ดังนี้

- 1.ภัตตาคาร/ร้านอาหาร จำนวน 385 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 27 ธุรกิจ
- 2.โรงแรม ที่พัก และโฮมสเตย์ จำนวน 940 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 67 ธุรกิจ
- 3.นันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 42 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 3 ธุรกิจ
- 4.ยานพาหนะ จำนวน 2,322 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 165 ธุรกิจ
- 5.บริษัทนำเที่ยว จำนวน 296 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 20 ธุรกิจ
- 6.สุขภาพและความงาม จำนวน 115 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 8 ธุรกิจ
- 7.ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า จำนวน 27 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 2 ธุรกิจ
- 8.กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 24 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 2 ธุรกิจ
- 9.การจัดกิจกรรม/จัดประชุม โรงแรม/รีสอร์ท/โรงแรมหรู จำนวน 7 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 1 ธุรกิจ
- 10.ร้านค้าที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ จำนวน 76 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่าง 5 ธุรกิจ

รวมทั้งสิ้น 4,234 ธุรกิจ จำนวนตัวอย่างรวม 300 ธุรกิจ

หลังจากนั้นในการเก็บข้อมูลแต่ละธุรกิจจะใช้การคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Sampling) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 300 ธุรกิจ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1.การเปิดรับสื่อโครงสร้างภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์มากที่สุด คือ สื่อใหม่ (New Media) มีค่าเฉลี่ย 4.63 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 1. เฟซบุ๊ก หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมประชาสัมพันธ์ ศูนย์ข้อมูลจังหวัดภูเก็ต 2. เฟซบุ๊ก สำนักข่าวท้องถิ่นในภายในจังหวัด เสียงใต้ Phuket Andaman News , Phuket Tine ภูเก็ตไทม์และ Phuket Sandbox 3. เว็บไซต์ www.tourismthailand.org และ www.ภูเก็ตต้องชนะ.com มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ นั้น เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต คือ การมีปฏิสัมพันธ์สองทางได้ง่าย สะดวกต่อการพบปะและสามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกที่ มีความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสาร เกิดการรับรู้ข้อมูลแบบไม่มีข้อจำกัด

สอดคล้องกับ วิกานดา พรสกุลวานิช (2560) ที่กล่าวว่า สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่อที่ใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีใหม่ เป็นตัวเชื่อมต่อเพื่อการสื่อสารติดต่อสื่อสารที่นิยมในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถตอบสนองการใช้งานได้ดี ส่วนใหญ่เป็นสื่อการสื่อสารสองทางและหลายทาง สามารถตอบโต้และแสดงความคิดเห็นได้ระหว่างผู้ใช้ สื่อใหม่บางชนิด เช่น สื่อเคลื่อนที่ สื่อมือถือ สามารถเคลื่อนย้ายได้มีความสะดวกและสามารถตอบ โจทย์ยุคข้อมูลข่าวสารได้ดี

2.ทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) มีค่าเฉลี่ย 4.38 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้สึก/ทัศนคติต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.40 รองลงมา ทัศนคติด้านภาพรวมของโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) มีค่าเฉลี่ย 4.32 ตามลำดับ และข้อคำถามประเด็นย่อยที่ได้คะแนนสูงสุด สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีทัศนคติเชิงบวกต่อการดำเนินการสร้างความน่าเชื่อถือแก่การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดี ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA+ (SHA Plus) คือ ตราสัญลักษณ์ความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย มากกว่าด้านอื่นๆ นั้น เนื่องจาก ตอบสนองความต้องการเนื่องจากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ซบเซาลงไป และขาดเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สิ่งที่มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องการและสามารถตอบโต้ได้ คือ การสร้าง ความเชื่อมั่นสร้างความปลอดภัยทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาล

3.แนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ถือว่ามีระดับความตั้งใจในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความตั้งใจใน 3 ประเด็นที่เท่ากัน คือ ตั้งใจที่จะแนะนำ หรือ บอกต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ตั้งใจจะสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ และตั้งใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีค่าเฉลี่ย 4.38 วิเคราะห์ได้ว่า โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ และจะส่งผลกับผู้ประกอบการที่กำลังจะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ซึ่งจะเกิดการบอกต่อแนะนำสนับสนุนข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อไป

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายถึง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมมาก จะมีทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมเห็นด้วยมาก และผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมน้อย จะมีทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมเห็นด้วยน้อย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง ($r = .698$) และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ พบว่า ด้านภาพรวมของโครงการ ($r = .695$) อภิปรายได้ว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์แต่ละสื่อกับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวม พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ทุกสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ สื่อบุคคล รองลงมา คือ สื่อกิจกรรม แอปพลิเคชัน สื่อใหม่ และสื่อดั้งเดิม ตามลำดับ

ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉมา สุทันกิตระ (2554) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การรับรู้และทัศนคติต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์เนมบนระบบอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติ ต่อแหล่งข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์แต่ละสื่อ กับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ทุกสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ สื่อบุคคล รองลงมา คือ สื่อกิจกรรม แอปพลิเคชัน สื่อใหม่ และสื่อดั้งเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่ผู้ประกอบการมีต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ เป็นทัศนคติในเชิงบวกทั้งสิ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Rogers and Sevenning (1969, p. 3) องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นองค์ประกอบทางด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบๆตัว ของมนุษย์ เช่น ครอบครัว วัฒนธรรมประเพณี หรือแม้แต่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นต้น จากผลวิจัยข้างต้น จึงเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด เกี่ยวเนื่องจากการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ เป็นโครงการที่ยังไม่มีการวิจัยศึกษาและข้อมูลถึงประโยชน์ที่ชัดเจน การรับสื่อผ่านบุคคลที่เข้าร่วมโครงการจึงได้รับตอบรับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ เอนกกุล กริแสง (อ้างถึงใน สุชาดา วรธรรมานี, 2542, น. 54) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติ คือ ระบบของความรู้สึนึกคิด และแนวโน้มของพฤติกรรมที่เป็นผลกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านที่เกี่ยวกับตัวบุคคล สิ่งของ และความคิดเห็น พิจารณาถึงความสำคัญแต่ละสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม อีกทั้งมีอิทธิพลต่อการแสดงปฏิกิริยาการตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตนนอกจากนี้สอดคล้องแนวคิดของ โรเจอร์ส Rogers and Sevenning (1969, p. 3) จากคำจำกัดความในข้างต้นของ คำว่า “การเปิดรับข่าวสาร” สามารถสรุปได้ว่าการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของประชาชนจากสื่อต่างๆ เมื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสารอย่างละเอียดแล้ว ก็จะทำให้ทราบว่าข่าวสารต่างๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความ ต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง โดยแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารนั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายถึง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรม สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ แนะนำ หรือ บอกต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์และ ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ มากขึ้นไปด้วย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอยู่ในระดับสูง ($r = .806$) และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ พบว่า ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงสุด ($r = .777$) อภิปรายได้ว่า โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในด้านช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเด็นที่มีระดับความรู้สึนึก/ทัศนคติมากที่สุด คือ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ แก่การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้ดี ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA+ (SHA Plus คือ ตราสัญลักษณ์ ความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย) ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมที่สนับสนุนการดำเนินโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์

เมื่อผู้ประกอบการมีทัศนคติเชิงบวกกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์แล้วก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะตั้งใจเข้าร่วมโครงการ แนะนำและติดตามข่าวสาร สูงตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ในเชิงบวก (Kelman, 1965, p. 78, อ้างถึงใน กมลพร สิทธิ, 2554, น. 35) ความต้องการอยากที่จะเปลี่ยน (Internalization) คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นในการยอมรับกับสื่อที่มีอิทธิพลเหนือกว่าของบุคคล ซึ่งก็จะตรงกับความต้องการของค่านิยมของเราพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในลักษณะนี้ จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลนั้นมีอยู่เดิม ความพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาและรายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งถ้าหากว่า ความคิด ความรู้สึก และรวมถึงพฤติกรรม เมื่อถูกกระทบไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม สิ่งเหล่านี้ก็คือ ผลที่จะส่งไปถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยกันทั้งสิ้น จากผลวิจัยข้างต้นจึงเป็นไปได้ว่า ทัศนคติต่อโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เนื่องจากสอดคล้องการยอมรับในด้านทัศนคติที่เข้าร่วมโครงการในเชิงบวกส่งผลให้เกิดแนวโน้มพฤติกรรมที่ดีต่อการดำเนินโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ผ่านสื่อใหม่มากที่สุด แต่เมื่อเข้าไปดูในช่องทางการสื่อสารหลักของโครงการของเพชบุรี หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมประชาสัมพันธ์ ศูนย์ข้อมูลจังหวัดภูเก็ต มีการให้ข้อมูลค่อนข้างน้อยและไม่อัปเดตต่อเนื่องทุกวัน เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต มีข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงใหม่ เช่น เรื่องกฎระเบียบการเข้า-ออก และข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยว เป็นต้น อาจเกิดข้อความที่ผิดพลาด และไม่ตรงกับประกาศของจังหวัดได้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าควรทำการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในช่องทางที่สามารถสอบถามข้อมูลได้ และเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ให้มีการบอกกล่าวข่าวสารให้ประชาชนและผู้ประกอบการเพื่อที่จะสามารถเตรียมตัวและวางแผนการทำงานได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายในจังหวัด ผ่านรูปแบบคลิปวิดีโอ ภาพกราฟิกข้อมูล นอกเหนือจากเอกสารประกาศของราชการ เพื่อให้เข้าใจง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลมีการเปิดรับมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าจึงควรให้ข้อมูลข่าวสารกับบุคคลในภาคธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์แล้ว เพื่อให้ข่าวสารที่จะกระจายออกไปเป็นข่าวสารที่ถูกต้อง โดยมีภาครัฐอย่างการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตเป็นผู้ให้ข้อมูล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณากลุ่มตัวอย่างอื่นที่กว้างขึ้น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกับโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ เป็นต้น เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลการวิจัย
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตซึ่งปัจจุบันมีจังหวัดนำร่องเปิดการท่องเที่ยว 4 จังหวัด อาทิ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา (เขาหลัก เกาะยาว) จังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า) และจังหวัดกระบี่ (เกาะพีพี เกาะไหง ไร่เลย์ คลองม่วง ทับแขก) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างและสามารถนำมาปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางให้อีก 73 จังหวัด นำไปปรับใช้และสามารถเปิดการท่องเที่ยวได้ทั้งประเทศไทย
3. สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยในลักษณะของการสำรวจ ข้อมูลของผู้ประกอบการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรดำเนินการวิจัยในลักษณะผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงสำรวจร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดย การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *รองยุทธศาสตร์ฯ กทท. เปิดการแข่งขัน เอส เอ ที ภูเก็ต อินวิเทชั่น 2021*. <https://www.sat.or.th/2021/>
- กนกพร ทรงเจียรพานิช. (2552). *นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการ เทียวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- กริช ขาวอุบลมภ์. (2562). *การเปิดรับสื่อ และทัศนคติต่อบริการ Food Delivery ของกลุ่ม Generation Y ในภาวะวิกฤตโควิด 19*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2535). *เจตคติ: การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์.
- ประมะ สตะเจทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเจทิน. (2533). *หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะนิเทศศาสตร์.
- วิกานดา พรสกลวานิช. (2560). *สื่อใหม่และการจัดการการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิญญูพล อุไรวรรณชัย. (2561). *ทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและย่อม (SMEs) ที่มีต่อการปฏิรูปดิจิทัล (Digital Transformation) ด้วยระบบบริหารจัดการผ่านเว็บไซต์สำหรับองค์กร*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรัชญา ระฆังทอง. (2561). *การเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อโครงการ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558-2561 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- ไศรยา สิงฆวงค์. (2546). *วิวัฒนาการแหล่งท่องเที่ยวกรณีเกาะช้าง จังหวัดตราด*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหิดล, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมมา สุทันกิตระ. (2554). *การรับรู้และทัศนคติต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมกรซื้อสินค้า กระเป๋าแบรนด์เนมบนระบบออนไลน์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- อิสเรศ คำแหง. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkin, C. K. (1973). *Anticipated Commutation and Mass Media International Seeking*. New York : Free Press.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York : Free Press.
- THAI ON TOURS. (2564). *ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox): แผนการเปิดประเทศไทยโดยไม่ต้องกักตัว!*. <https://thaiontours.com/thailand/phuket-sandbox-thailand-without-quarantine>