

อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อ
จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่
ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

The Influence of Risk Perception on Religious Tourism Destination Loyalty in
Chiang Mai in the Context of the COVID-19 Pandemic

วาเรศ รัตนวิสาณนท์

Waret Ruttanavisanon

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration, Thailand

Email: waret.rut@stu.nida.ac.th

Received July 24, 2022; Revised August 13, 2022; Accepted August 29, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1) การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการรับรู้ความเสี่ยงทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านสังคม ด้านสุขภาพ และด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง

2) ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวจะแนะนำและแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้แก่บุคคลอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

3) การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียงด้านเดียว คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพ

คำสำคัญ: การรับรู้ความเสี่ยง; ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง; การท่องเที่ยวเชิงศาสนา; โควิด-19

Abstract

This article aimed to study (1) the risk perception of religious tourists in Chiang Mai; (2) the loyalty of religious tourists to religious tourism destinations in Chiang Mai; and 3) the influence of risk perception on religious tourism destination loyalty in Chiang Mai in the context of the COVID-19 pandemic. This research was a quantitative method. The instrument for collecting data was a questionnaire. Analysis of data by descriptive statistics and multiple linear regression analysis. The research results were found as follows:

1. The overall risk perception of religious tourists in Chiang Mai in the context of the COVID-19 pandemic was at a moderate level, and risk perception in all four components, namely performance risks, social risks, health risks, and financial risks, was also at a moderate level.

2. The overall loyalty of religious tourists to religious tourism destinations in Chiang Mai in the context of the COVID-19 pandemic is at a high level. The level at which tourists recommend and share positive experiences of Chiang Mai as a religious tourism destination with others was at a high level.

3. The influence of risk perception on religious tourism destination loyalty in Chiang Mai in the context of the COVID-19 pandemic was statistically significant at the 0.05 level, with only one component being perceived health risks.

Keywords: Risk Perception; Destination Loyalty; Religious Tourism; COVID-19

บทนำ

การระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 ถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกและได้พัฒนาไปสู่วิกฤตด้านสาธารณสุขที่ร้ายแรง เป็นผลทำให้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศและในประเทศประสบภาวะถดถอยอย่างรุนแรงและหยุดชะงัก เกิดความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก (Zhan et al., 2020) จากสถานการณ์ปัจจุบันที่มีทั้งโรคโควิด-19 ปัญหาเศรษฐกิจฝืดเคือง

และปัญหาต่าง ๆ อีกมากมาย วัดถือเป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่เป็นที่พึ่งทางจิตใจของคนไทย ทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนายังคงสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือสถานที่ทางศาสนา ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลายประการ ทั้งประโยชน์ทางจิตใจ จิตวิญญาณ และประโยชน์ส่วนบุคคล (Economics Tourism and Sports Division, 2021) การรับรู้ความเสี่ยงเป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่นำมาใช้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการวิจัยด้านการท่องเที่ยว (Zhan et al., 2020) ส่วนความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางเป็นแนวคิดหลักในภาคการบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างความได้เปรียบสามประการ ได้แก่ ลดความอ่อนไหวของตลาดผู้บริโภค ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจต่อนักท่องเที่ยว และเพิ่มผลกำไรของธุรกิจ (Eom et al., 2020) ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของโรคโควิด-19 และความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทยยังไม่มีปรากฏ

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศไทยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับความนิยมสูงสุด (Economics Tourism and Sports Division, 2021; Infosearch, 2021) นอกจากนี้ยังพบว่าการวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนามีการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดอีกด้วย (Ruttanavisarn & Agmapisarn, 2022) ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

บทความวิจัยเรื่องนี้นำเสนอเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การรับรู้ความเสี่ยงและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศไทยภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เพื่อช่วยให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยฟื้นฟูกลับมาเป็นดังเดิมและพัฒนาไปข้างหน้าได้เร็วมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19
2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

การทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวประเภทแรกและเก่าแก่ที่สุด (Álvarez-García et al., 2018) การท่องเที่ยวสมัยใหม่ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงศาสนาว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศาสนสถานหรือสถานที่แสวงบุญเพื่อเติมเต็มความต้องการทางด้านศาสนา และ/หรือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (Rashid, 2018; Rinschede, 1992) องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2014) คาดการณ์ว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนาประมาณ 300–330 ล้านคน และมีการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเกิดขึ้นทั้งสิ้นประมาณ 600 ล้านทริปทั่วโลก สร้างอาชีพและรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่ชุมชนและภาครัฐ โดยในแต่ละปีการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจะสร้างเม็ดเงินประมาณ 50–100 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งยังมีการคาดการณ์อีกว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจะเติบโตขึ้นไปอีกอย่างต่อเนื่อง (Economics Tourism and Sports Division, 2021) รายงานสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2562 พบว่าประเภทของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยทำเป็นอันดับ 2 คือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 55.4 (Infosearch, 2019) ประเทศไทยมีศาสนสถานมากมาย เช่น วัด โบสถ์ และสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในและนอกประเทศ และยังเป็นศูนย์รวมทางด้านศิลปะ เช่น สถาปัตยกรรม ประติมากรรม ภาพจิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น (Chitpakdee et al., 2020) ซึ่งมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับความนิยมสูงสุด (Economics Tourism and Sports Division, 2021; Infosearch, 2021) เนื่องจากสภาพแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีศาสนสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม สร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความผ่อนคลายและความสงบของจิตใจ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความรู้สึกชื่นชมต่อภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน และมีความสุขกับการล้อมรอบด้วยผู้ที่เปิดใจกว้าง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจในราคาที่ไม่แพง (Economics Tourism and Sports Division, 2021)

2. การรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception)

ปัจจุบันนี้ความเสี่ยงและความปลอดภัยได้กลายเป็นประเด็นสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีภัยพิบัติหลายอย่างที่คุกคามการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น การก่อการร้ายทั่วโลก การประท้วงที่รุนแรง และโรคระบาดต่าง ๆ ทำให้นักวิจัยและผู้ออกแบบนโยบายมีความสนใจการปกป้องนักท่องเที่ยวในศาสนสถาน ด้วยเหตุนี้ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย สุขภาพ และความเสี่ยงจึงได้รับความสนใจอย่างมาก (Raj et al., 2018) การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว คือ ความน่าจะเป็นของนักท่องเที่ยวที่จะเกิดความเสี่ยงเมื่อท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวประเมินระดับความเสี่ยงเหล่านี้ (Biswakarma, 2017) โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวจะเลือกจุดหมายปลายทางที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความ

คาดหวังและความปรารถนาเท่านั้น แต่ยังเลือกจุดหมายปลายทางที่น่าจะมีโอกาสเกิดความเสี่ยงที่ต่ำที่สุดอีกด้วย หากจุดหมายปลายทางถูกมองว่ามีความเสี่ยง นักท่องเที่ยวมักจะพัฒนาการรับรู้ที่เป็นอันตรายต่อจุดหมายปลายทางนี้ ดังนั้นจึงจะปฏิเสธที่จะไปเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว (Chua et al., 2020) การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม แม้ว่าการระบาดของโรคโควิด-19 จะส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวและการบริการ เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเดินทางที่บังคับใช้ในหลายประเทศและภูมิภาคทั่วโลก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังจากการเปิดพื้นที่เหล่านี้อีกครั้งก็ได้รับผลกระทบจากการรับรู้ถึงความปลอดภัยและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางในจุดหมายปลายทางเหล่านี้ (Godovykh et al., 2021; Hang et al., 2020) Zhan et al. (2020) ได้พัฒนามาตรวัดการรับรู้ความเสี่ยงโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม และด้านประสิทธิภาพ

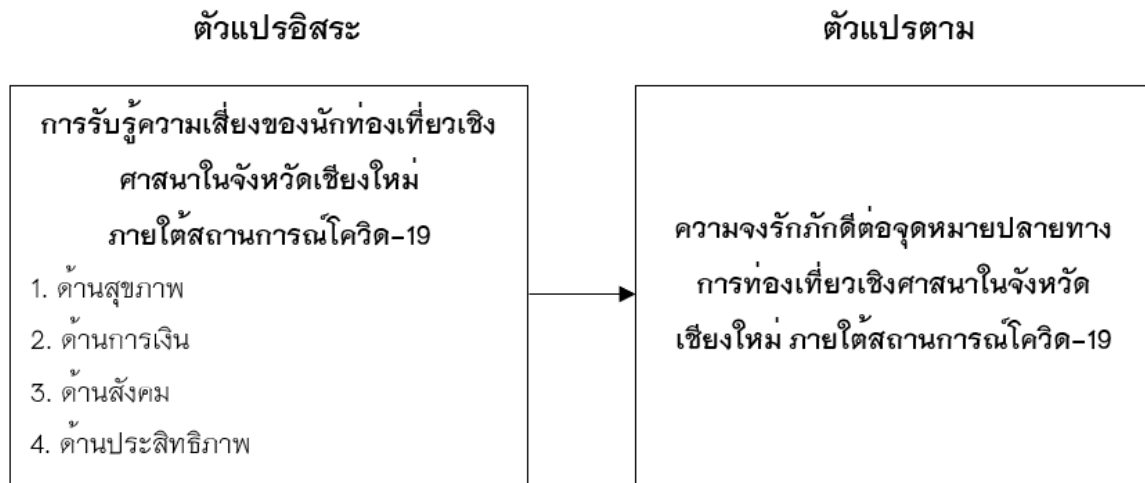
3. ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)

ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากเป็นตัวทำนายพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว (post-visit behavior) ได้ดีที่สุด (Godovykh & Tasci, 2020) ช่วยในการอธิบายประสบการณ์ในอดีต ความตั้งใจที่จะแนะนำจุดหมายปลายทาง ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ ความพึงพอใจโดยรวม และภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง เป็นต้น (Patwardhan et al., 2020) ซึ่งความผูกพันกับจุดหมายปลายทางจะส่งผลต่อความหลงใหลและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Wang et al., 2020) ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางนี้เกิดขึ้นได้จากการก้าวข้ามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การมอบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและการมอบคำแนะนำให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ระดับของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดหมายปลายทางว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่ควรแนะนำ (Intention to recommend) เป็นความจงรักภักดีด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์เชิงบวกที่มีต่อสถานที่หรือแบรนด์ และมุมมองต่อพฤติกรรมที่เป็นไปได้ในอนาคต รวมถึงความตั้งใจที่จะแนะนำจุดหมายปลายทางให้กับผู้อื่น และระดับความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวยังจุดหมายปลายทางอีกครั้ง (Intention to revisit) เป็นความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจำนวนที่กลับมาเที่ยวซ้ำหรือซื้อซ้ำ (Cossío-Silva et al., 2019)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามตามแนวคิดเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงของ Zhan et al. (2020) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม และด้านประสิทธิภาพ และแนวคิดเรื่องความจงรักภักดีต่อ

จุดหมายปลายทางของ Godovykh and Tasci (2020), Patwardhan et al. (2020), and Wang et al. (2020) โดยมีรายละเอียดแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ วัดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 แห่ง ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป ที่กำลังท่องเที่ยวอยู่ที่วัดในจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และพักค้างคืนอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่อย่างน้อย 1 คืน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่จึงใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Simple size) แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ W.G Cochran (George & Mallery, 2016; Silpjaru, 2014) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในการประเมินผล การวิเคราะห์ข้อมูลและป้องกันความคลาดเคลื่อนผู้ศึกษาจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple stage sampling method) ดังนี้

ขั้นตอนแรก ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยใช้สุ่มเลือกวัดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 แห่ง เพื่อเป็นตัวแทนจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่สอง ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้คัดเลือกนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป ที่กำลังท่องเที่ยวอยู่ในวัดที่ได้ทำการสุ่มไว้ในขั้นตอนแรก และพักค้างคืนอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่อย่างน้อย 1 คืน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อคำถามเป็นแบบเลือกคำตอบเดียว 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง และ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่าโดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ (Five-point

Linkert scale) จาก “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (0) ถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (4) และทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้เท่ากับ 0.896

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยการแจกแบบสอบถามต่อหน้า ให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง (Self-Administered Questionnaire) ระหว่างเดือน สิงหาคม ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564 นำข้อมูลเชิงปริมาณ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis: MRA) โดยเทคนิค Enter เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.3 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 35.8 มีสถานะโสด ร้อยละ 57.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.8 มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 31.8 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.3 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามเคยท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ย 9 ครั้ง ใช้เวลาพักที่จังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ย 5 คืน จำนวนศาสนสถานที่ได้เที่ยวชมหรือคาดหวังว่าจะไปเฉลี่ย 4 แห่ง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ($\bar{X} = 4.36$) ศาสนสถานควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ($\bar{X} = 4.63$) และวัตถุประสงค์ในการมาศาสนสถานในจังหวัดเชียงใหม่เป็นแบบกลาง ๆ คือ มีวัตถุประสงค์ทั้งเพื่อกิจกรรมทางศาสนาและการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{X} = 3.44$)

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.57$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$) การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$) การรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.45$) และการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.40$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสุขภาพ	2.45	0.91	ปานกลาง
2. ด้านการเงิน	2.40	0.97	ปานกลาง
3. ด้านสังคม	2.72	0.96	ปานกลาง
4. ด้านประสิทธิภาพ	2.81	0.97	ปานกลาง
รวม	2.57	0.84	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำและแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้กับบุคคลอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.28$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. หากเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ฉันคิดว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ดีที่สุด	2.96	0.78	ปานกลาง
2. ฉันอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีก ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา	3.13	0.84	มาก
3. ฉันจะแนะนำจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้กับบุคคลอื่น ๆ	3.28	0.74	มาก
4. ฉันจะแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้กับบุคคลอื่น ๆ	3.28	0.74	มาก
5. ฉันจะใช้ระยะเวลาในจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนามากกว่าจุดหมายปลายทางอื่น ๆ	2.89	0.90	ปานกลาง
6. ฉันมีความทรงจำที่ดีต่อจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา	3.16	0.82	มาก
7. ฉันมีความประสงค์ที่จะท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าจุดหมายปลายทางอื่น ๆ	2.89	0.88	ปานกลาง
รวม	3.09	0.66	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียงด้านเดียว คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพ ($B = -0.130$) กล่าวคือ เมื่อจำนวนหน่วยของการรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ลดลง 0.130 หน่วย โดยการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านสังคม และด้านประสิทธิภาพ พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว ศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error.	Beta		
(Constant)	3.339	0.108		30.813	0.000
1. ด้านสุขภาพ	-0.130	0.064	-0.179	-2.038	0.042*
2. ด้านการเงิน	0.051	0.061	0.074	0.833	0.405
3. ด้านสังคม	-0.049	0.058	-0.072	-0.852	0.395
4. ด้านประสิทธิภาพ	0.028	0.055	0.040	0.507	0.613

* $p < 0.05$

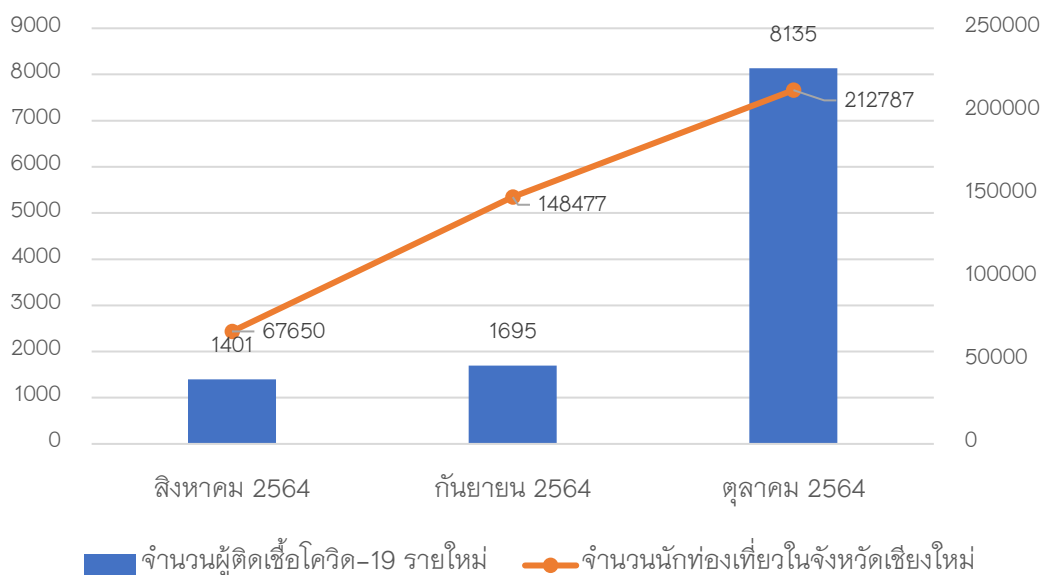
อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักท่องเที่ยวเริ่มคุ้นชินกับการระบาดของโรคโควิด-19 และเป็หน้ากับการกักตัว มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการไปวัดเพื่อทำบุญขอพรให้ปราศจากโรคภัย สอดคล้องกับการวิจัยของ Sánchez-Cañizares et al. (2020) ที่พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคโควิด-19 จะไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง แต่การรับรู้ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 นั้นส่งผลกระทบในทางลบต่อทัศนคติและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ วัดถือเป็นสถานที่ที่เป็นที่พึ่งทางจิตใจของคนไทย วัดดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลายประการ ทั้งประโยชน์ทางจิตใจและจิตวิญญาณ ดังนั้น แม้ว่าจะเกิดสถานการณ์โควิด-19 เกิดขึ้น

แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยยังคงมีความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่ มีการกลับมาเที่ยวซ้ำหรือแนะนำบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับบุคคลอื่น ๆ สอดคล้องกับการวิจัยของ Kock et al. (2020) ที่พบว่าความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย ซึ่งช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวได้

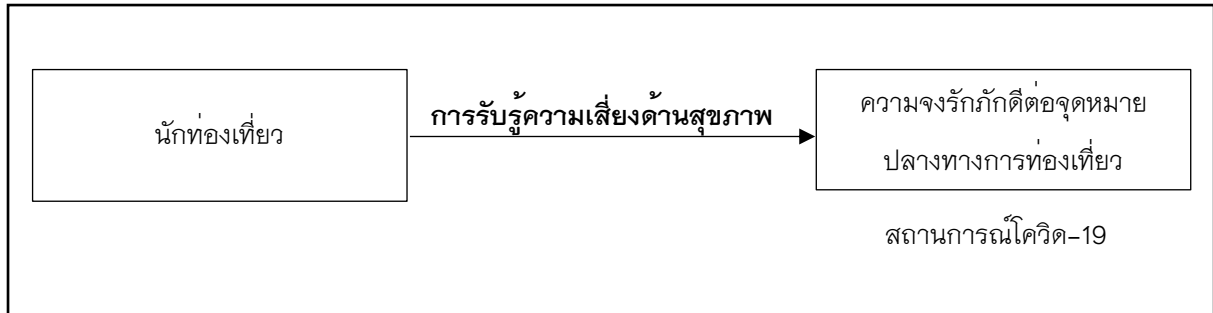
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียงด้านเดียว คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวสูงแต่ยังมีความกังวลเรื่องสุขภาพมากที่สุด เนื่องจากโรคโควิด-19 เป็นวิกฤตทางด้านสุขภาพ จึงทำให้ความเสี่ยงด้านอื่น ๆ เช่น ด้านสังคม ด้านประสิทธิภาพ และด้านการเงิน ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีที่นักท่องเที่ยวมีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Zhan et al. (2020) ที่ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของโรคโควิด-19 ที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ว่า ยิ่งคนมีความผูกพันมากยิ่งทำให้การรับรู้ความเสี่ยงน้อยลง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับสถิติของจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Governor Office, 2021) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports Thailand, 2022) ในช่วงระหว่างการเก็บข้อมูลที่พบว่า แม้ว่าจำนวนผู้ติดเชื้อโควิดรายใหม่จะสูงขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สถิติจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างเดือนสิงหาคม - เดือนตุลาคม พ.ศ. 2564

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ ซึ่งเป็นแผนภาพการรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ทำให้เห็นว่าในสถานการณ์โควิด-19 การรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แผนภาพแสดงการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

สรุป

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 เป็นสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัย พบว่า ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความผูกพันกับจุดหมายปลายทาง และเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น โรคโควิด-19 ก็ยังทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำหรือแนะนำต่อให้แก่บุคคลอื่น ๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ องค์การจัดการด้านการท่องเที่ยว (Destination Management Organizations: DMO) ควรมีการจัดการสถานที่ให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย ดึงดูดใจ สร้างความประทับใจ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างความ

ผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และชุมชน สร้างความรู้สึกของนักท่องเที่ยวว่าเป็นเสมือนคนในชุมชน และก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญ คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนามีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยควรให้ความสำคัญกับการสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยง และการศึกษาปัจจัยที่ช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว

References

- Álvarez-García, J., Del Rio Rama, M.d.I.C., & Gómez-Ullate, M. (2018). *Handbook of research on socio-economic impacts of religious tourism and pilgrimage*. https://www.researchgate.net/profile/Jose-Alvarez-Garcia/publication/326786619_Religious_Tourism_and_Pilgrimage_Study_of_Academic_Publications_in_Scopus/links/5b641ff8aca272e3b6ac9fbb/Religious-Tourism-and-Pilgrimage-Study-of-Academic-Publications-in-Scopus.pdf
- Biswakarma, G. (2017). Impact of destination image and perceived risk on behavioral intention of travelers to Nepal. *International Journal of Advanced Research and Publications*, 1(5), 62–71.
- Chiang Mai Governor Office. (2021). *COVID-19 situation in Chiang Mai*. <http://www.chiangmai.go.th/covid19/>
- Chitpakdee, P. W. N., Dokbua, F., & Anothai, S. (2020). Guideline for applying Buddhist and postmodern philosophy in the development of Buddhist tourism in Songkhla Province. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology*, 5(6), 58–67.
- Chua, B.-L., Al-Ansi, A., Lee, M. J., & Han, H. (2020). Impact of health risk perception on avoidance of international travel in the wake of a pandemic. *Current Issues in Tourism*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829570>

- Cossío-Silva, F.-J., Revilla-Camacho, M.-Á., & Vega-Vázquez, M. (2019). The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination loyalty?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(2), 71–77. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.10.003>
- Economics Tourism and Sports Division. (2021). *Spiritual Tourism* (Tourism Economic Review, Issue 1).
- Eom, T., Han, H., & Song, H. (2020). Discovering the perceived attributes of CBT destination travelers in South Korea: A mixed method approach. *Tourism Management*, 77, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104013>
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference* (14th ed.). Routledge.
- Godovykh, M., Pizam, A., & Bahja, F. (2021). Antecedents and outcomes of health risk perceptions in tourism, following the COVID-19 pandemic. *Tourism Review*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/tr-06-2020-0257>
- Godovykh, M., & Tasci, A. D. A. (2020). The influence of post-visit emotions on destination loyalty. *Tourism Review*, 76(1), 277–288. <https://doi.org/10.1108/tr-01-2020-0025>
- Hang, H., Aroean, L., & Chen, Z. (2020). Building emotional attaching during COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 83, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103006>
- Infosearch. (2019). *The survey of Thai travel behaviour 2019*.
- Infosearch. (2021). *The survey of Thai travel behaviour 2020*.
- Kock, F., Norfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A. G., & Tsionas, M. G. (2020). Understanding the COVID-19 tourist psyche: The evolutionary tourism paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85, 103053. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103053>
- Ministry of Tourism and Sports Thailand. (2022). *Domestic tourism statistics (Classify by region and province 2021)*. https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=630
- Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Payini, V., Woosnam, K. M., Mallya, J., & Gopalakrishnan, P. (2020). Visitors' place attachment and destination loyalty: Examining the roles of emotional solidarity and perceived safety. *Journal of Travel Research*, 59(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/0047287518824157>
- Raj, R., Griffin, K., & Korstanje, M. E. (2018). Risk and safety challenges facing religious tourism: An introduction. In M. E. Korstanje, K. Griffin, & R. Raj (Eds.), *Risk and Safety Challenges for Religious Tourism and Events*. CABI.

- Rashid, A. G. (2018). Religious tourism – a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(2), 150–167. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2017-0007>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19.
- Ruttanavisanon, W., & Agmapisarn, C. (2022). Religious tourism in Thailand – A review of Thai literature from 2012–2021. *Social Science Asia*, 8(1), 12–25.
- Sánchez-Cañizares, S. M., Cabeza-Ramírez, L. J., Muñoz-Fernández, G., & Fuentes-García, F. J. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571>
- Silpjaru, T. (2014). *Research and analysis of statistical data with SPSS and AMOS* (15th ed.). S.R. Printing Mass Products.
- Wang, Y. C., Liu, C. R., Huang, W. S., & Chen, S. P. (2020). Destination fascination and destination loyalty: Subjective well-being and destination attachment as mediators. *Journal of Travel Research*, 59(3), 496–511. <https://doi.org/10.1177/0047287519839777>
- World Tourism Organization. (2014). *Tourism can protect and promote religious heritage*. <https://www.unwto.org/archive/europe/press-release/2014-12-10/tourism-can-protect-and-promote-religious-heritage>
- Zhan, L., Zeng, X., Morrison, A. M., Liang, H., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). A risk perception scale for travel to a crisis epicentre: visiting Wuhan after COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857712>