

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19
Factors affect to New Normal Tourism Behavior of Thai Tourists Traveling
in Thailand after Covid-19 Situations

วิญญู กันคำแหง^{1*} และ เอก ชุณหชาชัย²

Winyu Kankhamhaeng^{1*} and Ake Choonhachatrachai²

*Corresponding author, e-mail: kankhamhaeng@me.com

Received: June 21st, 2022; Revised: August 8th, 2022; Accepted: August 29th, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 2) ปัจจัยหลักด้านการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 4) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.596$, S.D.=0.921) 2) ปัจจัยหลักด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.324$, S.D.=0.443) 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.074$, S.D.=0.600) และ 4) ปัจจัยหลักด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง 3 ปัจจัยประกอบด้วย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง และด้านสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด

Student in Master of Business Administration, Faculty of Business and Technology, Stamford International University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Assistant Professor in Master of Business Administration, Faculty of Business and Technology,

Stamford International University

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว วิธีปกติใหม่ โควิด-19

Abstract

The objective of this research was to study 1) New normal tourism behavior of Thai tourist traveling in Thailand after Covid-19 pandemic situations. 2) Tourism-push factors after Covid-19 pandemic situations. 3) Tourism behavior of Thai tourists and 4) factors affect new normal tourism behavior of Thai tourists traveling in Thailand after Covid-19 pandemic situations. The sample group were 385 Thai tourists who traveling in Thailand after Covid-19 pandemic situations. The research instruments were questionnaire. The statistical analyses were percentage, means, standard deviation and multiple linear regression analysis. The results of research revealed that 1) new normal tourism behavior of Thai tourists traveling in Thailand after Covid-19 pandemic situations were at a high level ($\bar{x}$ =.596, S.D.=0.921). 2) Tourism-push factors after Covid-19 pandemic situations were at the highest level ($\bar{x}$ =4.324, S.D.=0.443). 3) Tourism behavior of Thai tourists was at the highest level ($\bar{x}$ =4.074, S.D.=0.600) and 4) Tourism-push factors all of 3 factors consist of travel policy encouragement, prevention measures against the spread of Covid-19 and attitudes toward Covid-19 had significantly influence new normal tourism behavior of Thai tourists traveling in Thailand at the level of 0.05 statistical level. And found that tourism behavior of Thai tourists all of 3 factors consist of travel expenditure, travel trip and environment factors had significantly influence new normal tourism behavior of Thai tourists traveling in Thailand at the level of 0.05 statistical level.

Keywords: Tourism behavior, New Normal, Covid-19

บทนำ

การระบาดของโควิด-19 ได้เริ่มต้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2562 ต่อมาได้ประกาศเป็นโรคติดต่อที่มีการระบาดใหญ่ทั่วโลก (pandemic) เมื่อ 11 มีนาคม 2563 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้างโดยเฉพาะการท่องเที่ยวของไทย โดยข้อมูลการท่องเที่ยวตั้งแต่มกราคม-พฤษภาคม 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสม 34,753 คน ลดลงร้อยละ 99.48 และองค์การอนามัยโลก (WHO) คาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกจะฟื้นตัวได้ในปี 2567 โดยประเทศจีนน่าจะฟื้นก่อนในปี 2566 และคาดว่าธุรกิจสายการบินจะฟื้นตัวในปี 2569 ส่วนภาคธุรกิจโรงแรมที่พัก คาดว่าจะฟื้นตัวประมาณปี 2571 ธุรกิจทัวร์นำเที่ยวจะฟื้นตัวในปี 2573 (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2564)

มาตรการควบคุมและรองรับการฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 ของรัฐให้ความสำคัญใน 4 ประเด็นหลัก คือ 1) เตรียมความพร้อมและการดำเนินงานการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 2) เตรียมความพร้อมด้านความปลอดภัยจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 3) สร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือ และ 4) นำนโยบายมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มาสู่การปฏิบัติ ถึงแม้ว่าปัจจุบันสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยจะดีขึ้นแต่สถานการณ์ในอีกหลายๆ ประเทศยังไม่คลี่คลายจึงเป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โควิด-19 มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในรูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับตัว

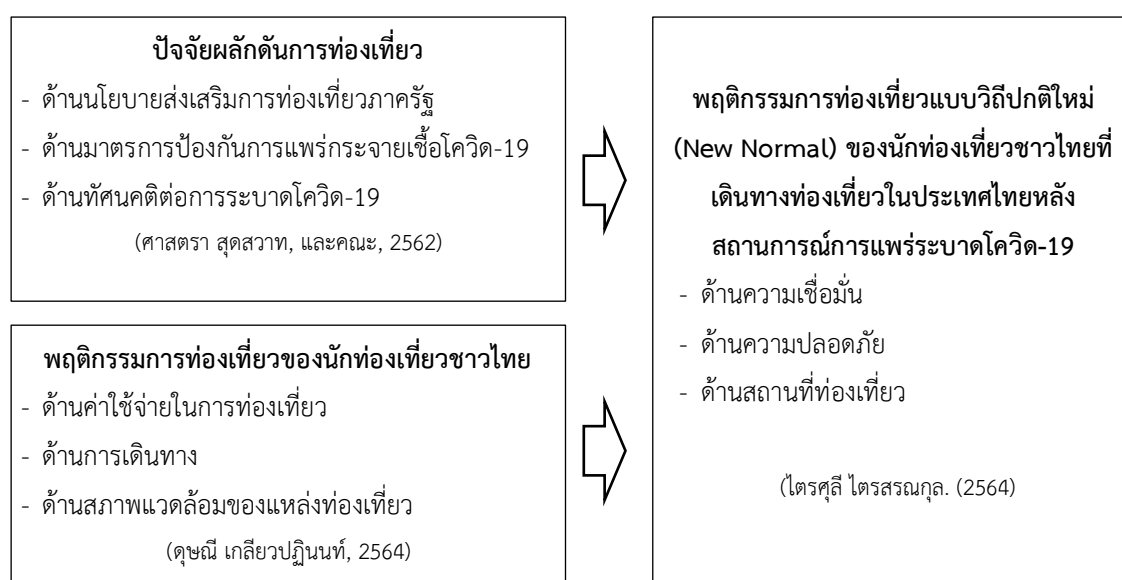
ของธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ (New Business Norms) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น (รุจาพงศ์ สุขบท, 2564) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยเห็นความสำคัญของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะกลายเป็น “ความปกติรูปแบบใหม่” (New Normal) รวมถึงปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยวของไทยและตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ได้ตรงจุดเพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวให้มากกลับมาท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและการสร้างทัศนคติที่ถูกต้องต่อโควิด-19 และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจึงจะสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) จึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยวิธีของ W.G. Cochran ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ โดยมีข้อคำถามแบบเลือกตอบ มีระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (nominal scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันดับ (ordinal scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันดับ (ordinal scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันดับ (ordinal scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ในการเก็บข้อมูลจริง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 และมีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยส่งลิงค์แบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กที่เข้าชมและแสดงความคิดเห็นต่อสื่อเฟซบุ๊กของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่ถูกตักใจเจอ พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (inference statistics) คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.324$, S.D.=0.443) โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 ($\bar{x}=4.511$, S.D.=0.453) รองลงมาคือ ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.235$, S.D.=0.584) และน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ($\bar{x}=4.225$, S.D.=0.623) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว

ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.23	0.58	มากที่สุด
2. ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19	4.22	0.62	มากที่สุด
3. ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19	4.51	0.45	มากที่สุด
รวม	4.32	0.44	มากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.074$, S.D.=0.600) คือ ด้านการเดินทาง ($\bar{x}=4.222$, S.D.=0.570) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.033$, S.D.=0.735) และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.966$, S.D.=0.774) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.97	0.77	มาก
2. ด้านการเดินทาง	4.22	0.57	มากที่สุด
3. ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.74	มาก
รวม	4.07	0.60	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.596$, S.D.=0.921) คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.267$, S.D.=0.542) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ($\bar{x}=3.322$, S.D.=1.201) และน้อยที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{x}=3.199$, S.D.=1.434) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19

ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความเชื่อมั่น	3.32	1.20	ปานกลาง
2. ด้านความปลอดภัย	3.20	1.43	ปานกลาง
3. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.27	0.54	มากที่สุด
รวม	3.60	0.92	มาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.651	0.477		1.363	0.174		
ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (X_1)	-0.106	0.096	-0.067	-1.106	0.269	0.621	1.609
ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2)	0.434	0.089	0.294	4.869	0.000*	0.632	1.581
ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3)	0.346	0.107	0.170	3.229	0.001*	0.825	1.213
R = 0.352, R ² = 0.124, Adjusted. R ² = 0.117, SE _{est} = 0.865219, F = 17.990, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความเชื่อมั่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.101	0.631		0.161	0.873		
ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (X_1)	-0.090	0.127	-0.044	-0.713	0.476	0.621	1.609
ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2)	0.558	0.118	0.290	4.743	0.000*	0.632	1.581
ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3)	0.276	0.142	0.104	1.946	0.052	0.825	1.213
R = 0.317, R ² = 0.100, Adjusted. R ² = 0.093, SE _{est} = 1.143509, F = 14.140, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย

พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.619	0.777		0.796	0.426		
ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (X_1)	-0.239	0.156	-0.097	-1.534	0.126	0.621	1.609
ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2)	0.390	0.145	0.170	2.694	0.007*	0.632	1.581
ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3)	0.431	0.175	0.136	2.470	0.014*	0.825	1.213
R = 0.210, R ² = 0.044, Adjusted. R ² = 0.036, SE _{est} = 1.407767, F = 5.848, Sig. = 0.001*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.231	0.246		5.012	0.000		
ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (X_1)	0.012	0.049	0.012	0.234	0.815	0.621	1.609
ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2)	0.352	0.046	0.405	7.687	0.000*	0.632	1.581
ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3)	0.332	0.055	0.278	6.015	0.000*	0.825	1.213
R = 0.575, $R^2 = 0.331$, Adjusted. $R^2 = 0.326$, $SE_{est} = 0.445279$, F = 62.891, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม

พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเดินทาง (X_2) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.071	0.348		5.956	0.000		
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1)	0.101	0.083	0.085	1.223	0.222	0.515	1.943
ด้านการเดินทาง (X_2)	0.255	0.111	0.158	2.292	0.022*	0.523	1.913
ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3)	0.011	0.086	0.009	0.131	0.895	0.532	1.879
R = 0.228, $R^2 = 0.052$, Adjusted. $R^2 = 0.045$, $SE_{est} = 0.900125$, F = 6.963, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.1 สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น

พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.600	0.454		3.520	0.000		
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1)	0.234	0.108	0.151	2.163	0.031*	0.515	1.943
ด้านการเดินทาง (X_2)	0.205	0.146	0.097	1.408	0.160	0.523	1.913
ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3)	-0.018	0.112	-0.011	-0.157	0.875	0.532	1.879
R = 0.218, R ² = 0.048, Adjusted. R ² = 0.040, SE _{est} = 1.176503, F = 6.335, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.2 สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย

พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.759	0.555		4.970	0.000		
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1)	-0.008	0.132	-0.004	-0.061	0.951	0.515	1.943
ด้านการเดินทาง (X_2)	0.196	0.178	0.078	1.101	0.272	0.523	1.913
ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3)	-0.088	0.137	-0.045	-0.644	0.520	0.532	1.879
R = 0.060, R ² = 0.004, Adjusted. R ² = -0.004, SE _{est} = 1.437205, F = 0.462, Sig. = 0.709*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.3 สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลัง สถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเดินทาง (X_2) และด้าน สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย หลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.853	0.168		11.055	0.000		
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1)	0.078	0.040	0.111	1.950	0.052	0.515	1.943
ด้านการเดินทาง (X_2)	0.366	0.054	0.384	6.803	0.000*	0.523	1.913
ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3)	0.139	0.041	0.189	3.371	0.001*	0.532	1.879
R = 0.604, R ² = 0.364, Adjusted. R ² = 0.359, SE _{est} = 0.434062, F = 72.832, Sig. = 0.000*							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.324, S.D.=0.443) โดยให้ ความสำคัญกับด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 ($\bar{x}$ = 4.511, S.D.=0.453) รองลงมาด้านนโยบายส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.235, S.D.=0.584) และน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ($\bar{x}$ = 4.225, S.D. =0.623) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.074, S.D.=0.600) โดยให้ความสำคัญกับด้านการเดินทาง ($\bar{x}$ = 4.222, S.D.=0.570) รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.033, S.D.=0.735) และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.966, S.D.=0.774) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.596, S.D.=0.921) โดยให้ความสำคัญ กับด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.267, S.D.=0.542) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ($\bar{x}$ = 3.322, S.D.=1.201) และ น้อยที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{x}$ = 3.199, S.D.=1.434) ตามลำดับ

4. สมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านความเชื่อมั่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่า ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 (X_2) และด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. สมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเดินทาง (X_2) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (X_1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านความเชื่อมั่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเดินทาง (X_2) และด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านความเชื่อมั่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านความปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก โดยสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา ด้านความเชื่อมั่น และน้อยที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย ตามลำดับ เป็นเพราะว่า สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ภาครัฐต้องออกมาตรการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ต่อสุขภาพและการให้บริการที่มีคุณภาพ พร้อมกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ที่พบว่า หลังสถานการณ์โควิด-19 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากที่สุด และสอดคล้องกับศุธิธญา ธารรัตน์สุวรรณ (2563) ที่พบว่า จากการระบาดของโรค COVID-19 ภาครัฐจึงจำเป็นต้องออกมาตรการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ที่มุ่งเน้นความมั่นคงทางสุขภาพของนักท่องเที่ยวและเพื่อให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถปรับตัวและกลับมาเปิดให้บริการได้

2. ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสำคัญมากที่สุดคือ ด้านทัศนคติต่อการระบาดโควิด-19 รองลงมาด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรการการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ตามลำดับ เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเชื่อมั่นว่าจะผ่านพ้นสถานการณ์โควิด-19 ไปได้ในที่สุดและต่างก็เข้าใจถึงความรุนแรงและผลกระทบที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงระมัดระวังดูแลตัวเองจากการติดเชื้อและพยายามปรับตัวให้ดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันกับเชื้อได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรียา แก้วชู (2564)

พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวรู้จักดูแลตัวเองและพยายามปรับตัวให้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันกับเชื้อได้ และสอดคล้องกับณัฐวรรณ คำแสน (2564) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางบวกต่อเชื้อไวรัสโควิด-19 ในระดับดี เนื่องจากศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือศบค. ได้ให้ข้อมูลข่าวสารโควิด-19 ที่เป็นประโยชน์ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการเดินทาง รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ เป็นเพราะว่า การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของผู้คนจำนวนมาก และภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศน์ รัตนอร่ามสวัสดิ์ (2564) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก โดยยินดีร่วมมือปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 และสอดคล้องกับปริยานัฐ เอื้อยศิริเมธี และคณะ (2560) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน เพื่อการปรับเปลี่ยนบรรยากาศและพักผ่อนหย่อนใจ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 และด้านทัศนคติต่อการระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 เพื่อป้องกันและดูแลตัวเองไม่ให้ติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2562) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและโรคระบาด และสอดคล้องกับ ณัฐวรรณ คำแสน (2564) ที่พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2 ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ นักท่องเที่ยวต่างก็ทราบวิธีป้องกันการติดเชื้อและโดยการหาข้อมูลและปฏิบัติตามข้อควรระวังของสาธารณสุข เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือ การเว้นระยะห่าง การฉีดวัคซีน และการตรวจ ATK ขณะเดียวกันพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) โดยรวม และรายด้านคือ ด้านความเชื่อมั่น และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวจะจองตั๋วเครื่องบินและจองที่พักไว้ล่วงหน้าโดยเดินทางกับครอบครัวและคนรัก และปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด-19 ถึงแม้จะได้รับการฉีดวัคซีนครบแล้วก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นนทินี มีทรัพย์ทวีกุล (2564) ที่พบว่า ปัจจัยทางพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ด้านผู้ร่วมเดินทาง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับณพร สุขเกษม (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม

ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พักแรมในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New normal) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ อัตราค่าที่พักและประเภทของที่พัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรผลักดันนโยบายสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยว และการเดินทางภายในประเทศ และเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการปรับตัวและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวปลอดภัยที่ตามวิถีปกติใหม่ (New Normal) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

1.2 ภาครัฐควรสร้างความเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจและทัศนคติทางบวกกับโควิด-19

1.3 ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ “Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA และ SHA+”

1.4 ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ New Normal ให้ตอบสนองกับนักท่องเที่ยวและทำให้ตลาดการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากขึ้นภายใต้มาตรฐานด้านสุขอนามัย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

2.1 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรวางแผนการตลาดเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและการบริการที่สร้างความเชื่อมั่นแบบปกติใหม่ (New normal)

2.2 ควรนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 ในที่สาธารณะ

2.3 ควรส่งเสริมการปฏิบัติตัวอย่างถูกต้องเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเว้นระยะห่าง 1-2 เมตร (Social Distancing) เลี่ยงการอยู่ในที่แออัด สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ และตรวจวัดอุณหภูมิและตรวจหาเชื้อโควิด-19

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเสนอแนะให้มีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสามารถต่อยอดผลงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนิสรา กุลสันติวงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวรรณ คำแสน. (2564). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของประชาชนในเขตอำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี, 4(1), 33-48.
- ดุชนิ เกลียวปฏิณท์. (2564). เทคนิครับมือความเครียด อยู่บ้านก็คลายเครียดได้ ฉบับปรับให้เข้ากับยุคโควิด 19. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก : <https://www.pram9.com/covid19-stress-syndrome>

- นนทินี มีทรัพย์ทวีกุล. (2564). *กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นฤพร สุขเกษม. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พักแรมในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บริสุทธิ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(1), 160-167.
- ปรียาณัฐ เอี่ยมศิริเมธี, นฤชล ธนจิตชัย และเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 11(1), 39-48.
- พัชรียา แก้วชู. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด. (2564). *เปิดวิจัยผลกระทบ “โควิด” กับทิศทาง “ท่องเที่ยว” ในอนาคต*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก : <https://www.prachachat.net/tourism/news-659616>.
- ไตรศุลี ไตรสรณกุล. (2564). *การท่องเที่ยวหลัง COVID-19*. กรุงเทพมหานคร : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- รุจพงษ์ สุขบท. (2564). *โควิด-19 กับพฤติกรรม “New Normal” มาตรฐานวิถีชีวิตใหม่*. นนทบุรี: กรมอนามัย กองควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- วิศนี รัตนอร่ามสวัสดิ์. (2564). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อมาตรการป้องกันโรคระบาด (COVID-19) ณ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ จังหวัดตรัง*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก : <http://nrei.rmutsv.ac.th/th/content/348-1434612630-245-180615>.
- ศุภิณฐา ธารารัตนสุวรรณ. (2563). *ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของไทย*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 8 เมษายน 2565, จาก : https://www.senate.go.th/document/Ext24365/24365130_0002.PDF.
- ศาสตรา สุดสวาสดี, ณัฐวุฒิ ลักษณะปัญญากุล และทวีชัย เจริญเศรษฐศิลป์. (2562). *วิเคราะห์สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำและการท่องเที่ยวในประเทศไทย. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ภายใต้แผนงานวิจัยยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการกระจายได้ดีและยกระดับประเทศออกจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).