

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ จังหวัดเลย
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal
Factors Affecting Behavior of Choosing Accommodation in
Phu Ruea District, Loei Province of Thai tourists in New Normal Era

ประภา เฮงไพบูลย์¹ นพดล มั่งมี² วิไลลักษณ์ ฉัตรชัยพลรัตน์³ พงศกร ทวันเวช⁴
Prapa Hengpaiboon, Noppadol Mungmee, Vilailuk chutchaipolrut, Pongsakorn
Tawanwech

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือน 3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใหม่ผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอรือ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับในยุค New Normal พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการเปลี่ยนแปลง จากการให้บริการของที่พัก มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวสวมใส่หน้ากากอนามัย และถูกมือตลอดเวลาจัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัยวันระหว่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตรกำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจนและเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดเปลี่ยนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นระบบโอนเงิน พร้อมเพย์eWalletเป็นต้น การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการที่พักโดยคำนึงถึง

Received: 2022-03-30 Revised: 2022-06-25 Accepted: 2022-07-04

¹หลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย Master of Management Program Department of Business Administration Faculty of Business Administration Asian Graduate College. Corresponding Author e-mail: noppadol@cas.ac.th

^{2,3}หลักสูตรบริหารบัณฑิต ภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศและการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย Bachelor of Management Program Department of International Business and Digital Marketing Faculty of Business Administration Asian Graduate College

⁴หลักสูตรบริหารบัณฑิต ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย Bachelor of Management Program Department of Business Computing Faculty of Business Administration Asian Graduate College

ด้านวางแผนล่วงหน้าเป็นอันดับแรก โดยมีด้านปลอดภัยไว้ก่อนด้านการท่องเที่ยวแบบใส่ใจ และด้านเทคโนโลยีสร้างความมั่นใจตามลำดับ 2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal จำแนกตามเพศ อาชีพ และสถานภาพโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05และการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้โดยรวม ไม่แตกต่างกัน 3. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ร่วมกันอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal ได้ร้อยละ 91.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.421 + (0.365X_2) + (0.286X_4) + (0.267X_1) + (0.263X_3) + (0.165X_5) + (0.137X_7) + (0.113X_6)$$

คำสำคัญ (Keywords): พฤติกรรม; การเลือกใช้บริการ; นักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the behavior of choosing accommodation in PhuRuea District 2) to compare personal factors classified by sex, age, status, occupation and monthly income. 3) to study which marketing mix factors affect the decision of tourists to choose accommodation in PhuRuea District, Loei Province of Thai tourists in the New Normal era. The sample group is 400 Thai tourists traveling to PhuRuea District using a questionnaire to collect information. The statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation t-test of one way analysis of variance according to the Scheffe' s method and multiple regression analysis. The results of the research revealed that 1. The behavior of choosing accommodation in tourism received in the New Normal era found that the tourists' behavior in using the service changed from the service of the accommodation Body temperature is checked Record the history of service providers and service recipients or tourists. Wear a mask and gloves at all times. Provide a place to wash your hands and an alcohol service point have a waste management system and sanitary waste Keep a distance of at least 1 meter between people, clearly define the lines of service and increase the frequency of cleaning and change the payment by cash to a money transfer system, PromptPay, eWallet, etc. Analysis of the decision to use accommodation in PhuRuea District, Loei Province of Thai tourists in the New Normal era revealed that the tourists decided to use accommodation taking into account planning ahead first with safety

first Careful tourism and technology build confidence respectively. 2. Comparison of differences in accommodation selection behavior in PhuRuea District, Loei Province of Thai tourists in the New Normal era, classified by gender, occupation and overall status were different with statistical significance at the .05 level and comparing the differences in service selection behaviors classified by age. The level of education and overall income were not different. 3. Multiple regression analysis found that The 7 independent variables together explained the factors affecting the behavior of choosing accommodation in PhuRuea District, Loei Province of Thai tourists in the New Normal era at 91.20% with statistical significance at the 0.05 level. The regression equation is as follows.

$$Y = 0.421 + (0.365X_2) + (0.286X_4) + (0.267X_1) + (0.263X_3) + (0.165X_5) + (0.137X_7) + (0.113 X_6)$$

Keywords: Behavior; Choosing Accommodation; Thai Tourists

บทนำ (Introduction)

สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามามากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าเกษตรโดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสอดคล้องกับการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีได้ถูกนำไปพัฒนาระบบสาธารณูปโภคภายในประเทศโดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นนั้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดถือว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ แต่กลับให้ผลตอบแทนที่สูงมาก จึงทำให้แต่ละประเทศหันมาให้ความสนใจส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น การสร้างถนน ระบบไฟฟ้า ประปา เป็นต้น นอกจากนั้นยังเป็นการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และสร้างจิตสำนึกในการรักและหวงแหนบ้านเกิดอย่างยั่งยืน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟู และพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมในด้านคุณภาพการแข่งขัน รวมทั้งเพื่อเร่งรัดให้เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และจากการดำเนินการที่ผ่านมาในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวไทยมากกว่า 160 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 1.80 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ COVID-19 ในเมืองอู่ฮั่นมณฑลหูเป่ย์ประเทศจีนและได้มีการแพร่ระบาดในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่าง

กว้างขวางโดยเฉพาะด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการคาดการณ์ว่าหากสถานการณ์การแพร่ระบาดยาวนาน 1 - 3 เดือนจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในปี.ศ. 2563 อาจลดลงเหลือประมาณ 10.94 - 10.77 ล้านคนซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยเช่นโรงแรมร้านอาหารบริษัททัวร์และร้านขายของที่ระลึกอีกทั้งสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศจีนซึ่งจะมีผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีนอันจะส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งห่วงโซ่อุปทาน(ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563) ปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายต่าง ๆ ที่พยายามเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เช่น พยายามทำให้คนไทยที่นิยมท่องเที่ยวต่างประเทศ หันมาให้ความสนใจกับประสบการณ์และคุณค่าจากการท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น โดยใช้แนวทางการส่งเสริมการตลาด ททท.ปี.ศ.2563ตอบโจทย์ทุกวัยเน้น Lifestyle มุ่งแบ่งกลุ่มลูกค้าในหลากหลายมิติ และโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” เป็นโครงการที่ได้ความช่วยเหลือจากรัฐ สนับสนุนค่าใช้จ่ายโรงแรมที่พัก 40% สนับสนุนค่าบัตรโดยสาร 40% ในลักษณะการจ่ายเงินคืนผ่านแอปพลิเคชัน “

จากคำขวัญจังหวัดเลย “เมืองแห่งทะเลภูเขา สุดหนาวในสยาม ดอกไม้งามสามฤดู ถิ่นที่อยู่อริยสงฆ์มั่นคงความสะอาด” ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย โดยหนึ่งในนั้นคือ อำเภอภูเรือ หรือชื่อเดิมเรียกว่า “ภูท่ง” หากมองจากด้านอำเภอท่าลี่ จังหวัดเลยจะมีลักษณะเหมือนเรือวิ่งอยู่ในมหาสมุทร จึงเรียกว่า “ภูเรือ” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อน ท่ามกลางสายหมอกปกคลุมเหนือยอดภู อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด อากาศสดชื่นเย็นสบาย ภูมิประเทศที่สวยงามตามประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ดังนั้นจึงเห็นความสำคัญของปัญหาและเล็งเห็นถึงความสำคัญในผลกระทบจากวิกฤตการณ์ Covid-19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ New Normal โดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลักปรับรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบใหม่เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนแปลงไปรวมถึงนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอภูเรือ จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normalซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจที่จะทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถส่งเสริมการตลาดใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุดและก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทั้งทางด้านการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ที่เคยเดินทางมาใช้บริการที่พักซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย กำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรคำนวณของ W.G. Cochran (1953) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และสำรองเพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ไว้เท่ากับ 15 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดเป็น 2 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือน

2.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้เลือกใช้บริการ ที่พักอำเภอกู่เรือ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

2.3 ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

2.4 ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

3.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหรือ 7Ps และวิธีการสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ทจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 กำหนดวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย สร้างแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบลงความเห็นและให้คะแนนวิหาคความสอดคล้องของแบบสอบถามโดยหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) (บุญชม ศรีสะอาด 2560: 73) โดยพิจารณาความเที่ยงตรงดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งแบบสอบถามมีค่า IOC แต่ละข้อระหว่าง 0.67 -1.0

3.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.90

3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง พร้อมทั้งนัดหมาย เวลา และสถานที่ ขอรับแบบสอบถามคืน ซึ่งได้ทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เสร็จแล้วนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วดำเนินการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพรายได้ต่อเดือนและสถานภาพ วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 และ 3 นำมาวิเคราะห์หาพฤติกรรมการเลือกใช้เลือกใช้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยค่าเฉลี่ย (Mean) แปลความหมายระดับความสำคัญที่กำหนดแนวทางของบุญชม ศรีสะอาด (2560) ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3.วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้สถิติแบบ t-test และ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way – ANOVA) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

4.สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis -MRA) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม จำนวนหนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1.1 ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence)

6.1.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

6.2 สถิติพื้นฐานได้แก่ร้อยละ (Percentage)ค่าเฉลี่ย (Mean)ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

6.3.1 สถิติทดสอบค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe') เนื่องจากสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เท่ากันหรือต่างกันได้

6.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis - MRA) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter

ผลการวิจัย(Research Results)

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ที่พักอำเภอภูเรือ จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยวชาวไทยยุค New Normalพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการ จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 98.60โดยมีการวางแผนล่วงหน้าการเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 รองลงมาเพื่อประชุม สัมมนา อบรมจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ในด้านระยะเวลาในการเข้าพัก พบว่า ส่วนใหญ่ เข้าพัก 1-2 วันจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่ใช้บริการวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่ 4,001 บาทขึ้นไปจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ในการเดินทางท่องเที่ยวกับใคร ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับในยุค New Normal พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการเปลี่ยนแปลง จากการให้บริการของที่พัก มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวสวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลาจัดให้มีสถานที่ล้างมือ

และจุดบริการแอลกอฮอล์มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัยวันระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตรกำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจนและเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด

การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอาการเจ็บป่วย จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal มีผลวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก
โดยรวมและรายด้าน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านวางแผนล่วงหน้า	4.48	0.22	มาก
2. ด้านการท่องเที่ยวแบบใส่ใจ	4.46	0.21	มาก
3. ด้านปลอดภัยไว้ก่อน	4.47	0.34	มาก
4. ด้านเทคโนโลยีสร้างความมั่นใจ	4.44	0.30	มาก
รวม	4.46	0.15	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอาการเจ็บป่วย จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ พบว่า ด้านวางแผนล่วงหน้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ ด้านปลอดภัยไว้ก่อนและ ด้านการท่องเที่ยวแบบใส่ใจตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักรักษาอาการเจ็บป่วย จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักรักษาอาการเจ็บป่วย จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal จำแนกตามเพศ อาชีพ และสถานภาพโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พักรักษาอาการเจ็บป่วย จังหวัดเลย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal

ตัวแปรอิสระ	B Std.	Std. Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.421	0.047		13.065*	0.000
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(X ₁)	0.282	0.071	0.267	2.931*	0.009
2. ปัจจัยด้านราคา (X ₂)	0.314	0.095	0.365	6.121*	0.000
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.247	0.066	0.263	4.713*	0.007
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.271	0.084	0.286	2.104*	0.036
5. ปัจจัยด้านบุคคล (X ₅)	0.152	0.023	0.165	2.099*	0.001
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (X ₆)	0.219	0.036	0.137	3.530*	0.016
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₇)	0.132	0.035	0.113	1.990*	0.021

$R^2 = 0.912$ $F = 76.014^{**}$ $N = 400$ $p < 0.05^*$

* $p < .05$

จากตารางที่2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ร่วมกันอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal ได้ร้อยละ 91.20 โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(X₁) ปัจจัยด้านราคา (X₂) ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (X₃) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X₄) ปัจจัยด้านบุคคล (X₅) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (X₆) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (X₇) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา (X₂) ($\beta = 0.365$) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X₄) ($\beta = 0.286$) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(X₁) ($\beta = 0.267$) ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (X₃) ($\beta = 0.263$) ปัจจัยด้านบุคคล (X₅) ($\beta = 0.165$) ปัจจัยด้านกระบวนการ (X₇) ($\beta = 0.137$) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (X₆) ($\beta = 0.113$) ตามลำดับสมการถดถอย ดังนี้

$$Y = 0.421 + (0.365X_2) + (0.286X_4) + (0.267X_1) + (0.263X_3) + (0.165X_5) + (0.137X_7) + (0.113 X_6)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการ โดยมีการวางแผนล่วงหน้า การเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เลือกใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่ใช้บริการวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่ 4,001 บาทขึ้นไป ในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับในยุค New Normal พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการเปลี่ยนแปลง จากการให้บริการของที่พัก มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวสวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลาจัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัยเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตรกำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจนและเพิ่มความถี่ในการทำมาสะอาดการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักอำเภอภูเรือ จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการที่พักโดยคำนึงถึงด้านวางแผนล่วงหน้าเป็นอันดับแรก โดยมีด้านปลอดภัยไว้ก่อนด้านการท่องเที่ยวแบบใส่ใจ และด้านเทคโนโลยีสร้างความมั่นใจสอดคล้องกับการวิเคราะห์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนไปภายใต้การกำกับดูแลของสาธารณสุข และสอดคล้องกับพฤติกรรมแบบ “BEST” ซึ่งเป็น 4 ตัวสำคัญที่จะเป็นตัวเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยววิถีใหม่ดังนี้ 1) B-Booking (in advance) วางแผนล่วงหน้าและจองก่อนล่วงหน้าส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางได้แก่การจัดสรรคนร่วมคณะเดินทางวันเวลาและค่าใช้จ่ายและอยู่ภายใต้การจำกัดจำนวนและเงื่อนไขการบริหารพื้นที่แบบเว้นระยะห่าง 2) E-Environment หรือการท่องเที่ยวแบบใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่ออนุรักษ์และรักษาธรรมชาติที่พื้นตัวให้ดียิ่งขึ้น 3) S-Safety (Come first) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากขึ้นเพื่อให้อาสาป้องกันตัวเองและป้องกันไม่ให้ไวรัสแพร่กระจายสู่คนอื่นพฤติกรรมในการเตรียมตัวเดินทางจะเปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวจะระมัดระวังสุขภาพและสวมใส่หน้ากากอนามัยให้ความสำคัญกับการล้างมือใช้เจลล้างมือหรือการกำหนดระยะห่าง 4) T-Technology ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามากขึ้นสอดคล้องกับพิรพจน์ ใจแก้วมา (2563) ได้ศึกษา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้ข้อมูลการสืบค้นบนสื่อออนไลน์จาก Pulsar Platform และ Google Trends ทั้งนี้ การสำรวจของ Pulsar Platform ได้แสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ของคนทั่วโลกที่เกิดขึ้นสามรูปแบบ คือ พฤติกรรมเริ่มแล้วเลิก พฤติกรรมเริ่มแล้วทำต่อ และกระแสรองเป็นกระแสหลัก ขณะที่ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรม ชีวิตแบบปกติใหม่ของสังคมไทยที่ปรากฏอยู่ใน Google Trends มี 4 ด้าน คือ วิถีชีวิต สุขภาพ เศรษฐกิจ และนันทนาการ การสำรวจของข้อมูลทั้งสองส่วนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมดำรงชีวิต แบบปกติใหม่สามรูปแบบ คือ 1) พฤติกรรมเริ่มแล้วเลิก มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต สุขภาพ เศรษฐกิจ และนันทนาการ

2) พฤติกรรมเริ่มแล้วทำต่อ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต และเศรษฐกิจ และ 3) พฤติกรรมกระแสรอง เป็นกระแสหลัก มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต เศรษฐกิจ และนันทนาการ จาก ความสัมพันธ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมชีวิตแบบปรกติใหม่ของสังคมไทยที่มีโดดเด่นมากมี 4 อย่าง ได้แก่ การศึกษาแบบออนไลน์ การดูแลบ้านตามสื่อออนไลน์ พร้อมเพย์และดื่กต็อก ซึ่งจะ กลายเป็น พฤติกรรมวิถีชีวิตปรกติใหม่ที่จะมีมากขึ้นในอนาคต

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า การเปรียบเทียบความ แตกต่างของพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal จำแนกตามเพศ อาชีพ และสถานภาพโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 และการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้ โดยรวม ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2561) ศึกษา ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอ เมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มความ สนใจ พิเศษที่มีเพศ อายุสุขภาพสถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการ รับรู้ ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ ความ มั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกันกับศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อ ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

3. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ร่วมกันอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุค New Normal ได้ร้อยละ 91.20 โดยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักอำเภอกู เรือ จังหวัดเลย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาดปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคลปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพสอดคล้องกับทฤษฎี พฤติกรรมทางเลือกวิถีใหม่ เนื่องจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และภาวะ เศรษฐกิจถดถอย ล้วนทำให้พฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้คนเปลี่ยนไป โดยปกติสถานที่ที่เราไปเที่ยวมัก มีความสะอาดปลอดภัยดีอยู่แล้ว แต่การระบาดของโควิด-19 ทำให้เวลาจะไปเที่ยวนักท่องเที่ยวมัก คำนึงถึงความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ทำให้พฤติกรรมใน

การท่องเที่ยวของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่ง 3 New Normal ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤติโควิด-19 ได้แก่ 1) เที่ยวในประเทศเป็นตัวเลือกแรก 2) เที่ยวใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไป และ 3) เที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน (Krungthai COMPASS, 2563) และพีรพัฒน์ ใจแก้วมา (2563) ได้ศึกษา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้ข้อมูลการสืบค้นบนสื่อออนไลน์จาก Pulsar Platform และ Google Trends ทั้งนี้การสำรวจของ Pulsar Platform ได้แสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบปรกติใหม่ของคนทั่วโลกที่เกิดขึ้นสามรูปแบบ คือ พฤติกรรมเริ่มแล้วเลิก พฤติกรรมเริ่มแล้วทำต่อ และกระแสรองเป็นกระแสหลัก ขณะที่ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรม ชีวิตแบบปรกติใหม่ของสังคมไทยที่ปรากฏอยู่ใน Google Trends มี 4 ด้าน คือ วิถีชีวิต สุขภาพ เศรษฐกิจ และนันทนาการ การสำรวจของข้อมูลทั้งสองส่วนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการดำรงชีวิต แบบปรกติใหม่สามรูปแบบ คือ 1) พฤติกรรมเริ่มแล้วเลิก มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต สุขภาพ เศรษฐกิจ และนันทนาการ 2) พฤติกรรมเริ่มแล้วทำต่อ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต และเศรษฐกิจ และ 3) พฤติกรรมกระแสรองเป็นกระแสหลัก มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต เศรษฐกิจ และนันทนาการ จาก ความสัมพันธ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมชีวิตแบบปรกติใหม่ของสังคมไทยที่มีโดดเด่นมากมี 4 อย่าง ได้แก่ การศึกษาแบบออนไลน์ การดูแลบ้านตามสื่อออนไลน์ พร้อมเพย์ และติ๊กต็อก ซึ่งจะกลายเป็นพฤติกรรมวิถีชีวิตปรกติใหม่ที่จะมีมากขึ้นในอนาคต และเมื่อนำพฤติกรรมวิถีชีวิตปรกติใหม่ เหล่านี้มาทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ ที่มีการค้นหาในสื่อออนไลน์มากที่สุด ด้วยวิธีวิเคราะห์ ถอดอยพหุคูณร่วมกับคุณภาพการศึกษา ความเป็นเมือง และบุคลากรทางการแพทย์ พบว่า มี ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมวิถีชีวิตปรกติใหม่อย่างมีนัยสำคัญเฉพาะด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และ นันทนาการ ที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรทางการแพทย์เท่านั้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย(Research Suggestion)

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า การเลือกใช้บริการที่พักในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ด้านวางแผนล่วงหน้า ซึ่งจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ในการท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรเตรียมการปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ต่าง ๆ และพัฒนาการบริการให้ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบวิถีปรกติใหม่ และเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่สถานประกอบการเอง โดยปรับปรุงรูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทางข้อมูลข่าวสาร รวดเร็วและทันสมัยกับสถานการณ์

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า การเลือกใช้บริการที่พักในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ด้านเทคโนโลยีสร้างความมั่นใจ ซึ่งจากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นควรส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสร้างความมั่นใจและประยุกต์ใช้เพื่อลดการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลจัดให้มีเครื่องมืออุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐานให้เพียงพอ เช่นมาตรการป้องกันโควิด 19 ตามหลัก D-M-H-T-T (D : Social Distancing เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร M : Mask Wearing สวมหน้ากากผ้าหรือ

หน้ากากอนามัยตลอดเวลา H : Hand Washing ล้างมือบ่อยๆ ด้วยน้ำและสบู่ หรือเจล แอลกอฮอล์ T : Testing และ T : Thai Cha Na สแกนไทยชนะก่อนเข้า-ออกสถานที่ ของกรม ควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือช่องการชำระเงินออนไลน์ตามแพลตฟอร์มให้ผู้ให้บริการเข้า พักได้รับบริการเพื่อสร้างความมั่นใจทุกครั้งที่ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาด เช่น ปัจจัยท่องเที่ยวจากภายใน อุปสรรคทางการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นต้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในที่ให้บริการที่พักในเขตอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย เท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่ แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่มกลุ่มขนาดประชากร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). แผนพัฒนานาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). การบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้น 20 มิถุนายน 2564, จาก <http://www.jpp.moi.go.th/files/MOTS.pdf>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พิรพัฒน์ ใจแก้วมา. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ของประชาชนชาว ไทยระหว่างวิกฤตโควิด-19 ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์. วิทยานิพนธ์ วท.บ. สาขาวิชา ภูมิศาสตร์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). ประมาณการสถานการณ์ การพักแรมจำนวนผู้เยี่ยมเยือน. สืบค้น 19 มิถุนายน 2564, จาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/16148>
- ศิริวรรณ จันทวงศ์. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Krungthai Compass. (2563). เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน New Normal: เมื่อโควิดทำชีวิต เปลี่ยน. สืบค้น 22 ตุลาคม 2564, จาก <https://rb.gy/ewwy5>