

พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม Tourists Behavior on The New Normality in MahaSarakham Province

วัชรโบล โกศลวิทยานันต์¹, ชัยธวัช ศิริบวรพิทักษ์² อาภาพรรณ จันทนาม³

Watcharobon Kosonwitthayanant¹, Chaithawat Siribowonphitak², Apapan Jantanam³

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

³หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

¹Bachelor of Business Administration Program in Tourism Business Administration

Northeastern University

²Bachelor of Business Administration Program in Hotel and Tourism Faculty of Management Sciences

Rajabhat MahaSarakham University

³ Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel Faculty of Social Sciences and Humanities

Northeastern University

อีเมล: Watcharobon.yue@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 กุมภาพันธ์ 2566

13 มีนาคม 2566

14 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมทางการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ขอบเขตการวิจัยการ โดยใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2564 กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75 สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบน

ความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม นักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคตรดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) และปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเดินทาง, ความปกติใหม่, นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

This research article contains the objects 1) to study the current mental tourism prepare to travel of MahaSarakham Province and 2) to study tourists' behavior on the new normality in MahaSarakham Province. Research scope the research period was from March 2020 to January 2021 with a sample of 400 people who were involved in tourism in MahaSarakham Province. Stratified Random Sampling was used in this study. The data were analyzed by using descriptive statistics. It was found that most tourists have a travel purpose 68.75 percent of travel/site visits, frequent travel frequency per month was 62.25 percent, number of traveling companions 39.50 percent and traveling alone 27.00 percent. The type of vehicles used to travel was private car, 46.00 percent, travel time less than 1 day, travel expenses 1,000 baht or less than 1,000, 41.50 percent. Tourists knew about the tourist attractions in this province from internet, website or social networks such as Facebook, Line, etc. 40.75 percent. Travel behavior on the new normal of tourism in MahaSarakham Province was found that most tourists have opinions of tourists on MahaSarakham Province. They planned the guide tourists plan to travel to natural sites in the future the highest level ($\bar{X} = 4.98$) followed by taking into account cleanliness the highest level ($\bar{X} = 4.81$) and the least comment level was the need to travel to the festival area at a low level ($\bar{X} = 2.20$).

Keywords: Travel Behavior, The New Normality, Tourists

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก (Bhaskara, 2021) และประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากเราพึ่งพึ่งตลาดท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง ถ้าย้อนไปดูในปี 2562 รายได้ประมาณ 2 ใน 3 มาจากตลาดต่างประเทศ” นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เล่าถึงจุดอ่อนของท่องเที่ยวไทยให้เราฟังตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นบทสนทนา พร้อมอธิบายต่อว่าในปี

2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศประมาณ 39.8 ล้านคน สร้างรายได้รวม 2 ล้านล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางราว 172 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ประมาณ 1 ล้านล้านบาท แต่หลังจากเข้าสู่ยุคโควิด-19 และคนไทยต้องอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางได้ ส่งผลให้ในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้นเพียง 6.7 ล้านคน ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศราว 95-100 ล้านคน-ครั้ง ส่งผลให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวหดตัวเหลือแค่ 7.5 แสนล้านบาท หรือลดลงราว 70-80% จากปี 2562 และเพราะห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ ครอบคลุมเกี่ยวข้อหลายส่วน ทำให้ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์การท่องเที่ยวหยุดชะงักไม่ได้มีแค่ผู้ประกอบการ แต่ยังมีแรงงานในภาคท่องเที่ยวอีกจำนวนมากด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2020)

การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวน่าจะสอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาพรวมของหลายประเทศที่คาดว่าจะต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปีในการฟื้นตัวเต็มที่ (Sharma, 2021) แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างยืดเยื้อกับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างชาติ ” ดังนั้นในสถานการณ์ปัจจุบันที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัว หาแนวทางสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจ มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่พิกในแต่ละจังหวัดเพิ่มมากขึ้น เส้นทางที่มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง และเมื่อปี พ.ศ.2563 เกิดภัยโรคระบาดโควิด-19 ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่เพิ่มเข้ามาอย่างกะทันหัน เนื่องจากยังใหม่กับโรคที่การรับรู้และการเปิดรับข่าวสารโควิด-19 (ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี. 2563) ยังดำเนินอยู่โดยในช่วงเวลาที่หลายฝ่ายมองหาแก่นแกนใหม่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ททท.ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง ‘แผนพีนิทซ์’ ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2465 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือกับโลกยุคหลังโควิด (Zhang, 2021)

สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงคือ ‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (mass tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาดีแตกต่างจากที่ผ่านมา โดยในปี 2564 ททท.เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน วัยผู้สูงวัย ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ ส่วนในปี 2565 ที่จะต้องขยับกลับรุกตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอย่างเช่นกลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว กลุ่มแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในระดับประเทศจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น มุ่งสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) ใน 3 เรื่อง ทั้งมีมูลค่าสูงในเรื่องของเศรษฐกิจ มูลค่าสูงในเรื่องของสิ่งแวดล้อม และมูลค่าสูง

ในเรื่องของสังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม (optimum scale) (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2021) อย่างไรก็ตามเมื่อนักท่องเที่ยวมีจำกัด การเดินทางที่ไม่สะดวก จึงอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น แต่ถ้าวิเคราะห์ในมุมมองของการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีใหม่ที่พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นบูติค รีสอร์ทที่มีเพียงไม่กี่ห้องอาจจะได้รับความนิยมนมากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ แม้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่แพงก็ตาม เพราะการท่องเที่ยวครั้งต่อไป คือ ต้องการประสบการณ์การพักผ่อนที่แตกต่างออกไป และหลากหลายมากขึ้นมากกว่าจังหวัดมหาสารคามเอง ถึงแม้เป็นเพียงเมืองท่องเที่ยวรองก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากโรคระบาด Covid-19 ทั้งระลอกแรกและระลอกที่สองที่ผ่านมา ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดลงกว่า 90% โดยแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดคือ พระบรมธาตุนาดี มีการงดจัดงานไหว้พระธาตุ และลดระยะเวลาการเข้าสักการะพระธาตุจาก 18.00 น. เหลือแค่ 15.00 น. (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม, 2563)

ดังนั้นจากความสำคัญของปัญหาข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงศึกษาความพร้อม พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันบนความปกติใหม่ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว รวมทั้งคณะผู้วิจัยหวังว่าจะเกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้เชิงนโยบายและเชิงวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพร้อมทางการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยการ โดยใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ.2564 กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542) สถิติจากสำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม รวม 4 แห่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมากที่สุดในจังหวัด คือ พระบรมธาตุนาดี วนอุทยานโกสัมพี วัดป่าวังน้ำเย็นและวัดพุทธมงคลแจนและกระจายการลงภาคสนามเก็บข้อมูลอย่างทั่วถึงวิจัยได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามกระจายแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ 100 คนต่อแห่ง รวม 4 แห่ง การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก รวมถึงการใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมและเรียบเรียงเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผ่านหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลสถิติต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.50 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 45.50 สถานภาพสมรส ร้อยละ 51.60 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 29.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 41.50 อาชีพรับราชการ ทำงานหน่วยงานของรัฐหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.50 และมีภูมิลำเนาภาคอีสาน ร้อยละ 77.00 สำหรับข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ค้นพบดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม

รายการ	N	%
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่	275	68.75
กิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา	75	18.75
ร่วมกิจกรรมต่างๆ/เทศกาล	25	6.25
เยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อน	15	3.75
อบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน/ติดต่อเกี่ยวกับงานบริษัทหรือหน่วยงานราชการ	10	2.50
ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน		
นานๆครั้ง	249	62.25
1 ครั้ง/เดือน	75	18.75
2 ครั้ง/เดือน	46	11.50
3 ครั้ง/เดือน	9	2.25
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	21	5.25
ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางมาคนเดียว	105	26.25
เดินทางมากับญาติหรือคนในครอบครัว	79	19.75
เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	158	39.50
เดินทางมากับบริษัททัวร์ เดินทางมากับแฟนหรือคู่รัก	16	4.00
อื่นๆ	42	10.50

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

รายการ	N	%
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง	38	9.50
1 คน	108	27.00
2 คน	102	25.50
3 คน	22	5.50
4 คน	66	16.50
5 คน ขึ้นไป	64	16.00
ชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	238	59.50
เครื่องบินโดยสาร	36	9.00
รถโดยสารประจำทาง	62	15.50
รถบริษัทนำเที่ยว	33	8.25
รถต้นสังกัด/บริษัท/องค์กร	18	4.50
รถจักรยานยนต์	13	3.25
ระยะเวลาที่เดินทาง		
น้อยกว่า 1 วัน	184	46.00
1 วัน	105	26.25
2 วัน	60	15.00
3 วัน	33	8.25
4 วัน	18	4.50
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		
1,000 บาทหรือต่ำกว่า	166	41.50
1,001 - 5,000 บาท	143	35.75
5,001 - 10,000 บาท	39	9.75
มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป	52	13.00
นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด		
โทรทัศน์/วิทยุ	69	17.25
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	31	7.75

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

รายการ	N	%
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น	163	40.75
เพื่อน/ญาติ	94	23.50
อื่นๆ	43	10.75

จากการศึกษาข้อมูลความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม โดยการสำรวจนักท่องเที่ยว 400 คน สามารถสรุปในแต่ละหัวข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดมหาสารคาม มีเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
1. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค	4.17	1.14	มาก
2. หลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ไกล	4.11	1.12	มาก
3. คำนึงถึงความสะอาด	4.81	0.80	มากที่สุด
4. คำนึงถึงความปลอดภัย	3.21	1.17	ปานกลาง
5. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่สงบ คนไม่พลุกพล่าน	4.61	1.05	มากที่สุด
6. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล	2.20	1.21	น้อย
7. การสวมหน้ากากอนามัยของพนักงานบริการตามสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.63	1.02	มากที่สุด
8. วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต	4.98	0.74	มากที่สุด

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
9.วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต	4.77	0.87	มากที่สุด
รวม	4.17	1.01	มาก

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม จากการสำรวจนักท่องเที่ยว 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) สำหรับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับและลำดับที่น้อยที่สุด คือวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) ถัดมาคือ วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) และปัจจัยด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคามสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทาง เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75 งานวิจัยสอดคล้องกับ พุทธพร โคตรภัก (2562) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่เพื่อศึกษาหาความรู้ โดยเดินทางไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ขณะเดียวกันก็ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนเรื่องการเดินทางนิยมใช้รถส่วนตัว และมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

(ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.03) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ รวมทั้งสอดคล้องกับ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง ส่วนมากเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่/เยี่ยมชมสถานที่จุดหลายปลายทาง

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปว่านักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) สอดคล้องกับ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี, (2563) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19 สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกของสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด ท่องเที่ยว ถัดมาคือวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) และปัจจัยด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$) งานวิจัยคล้ายกับ พัชรียา แก้วชู (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 นักท่องเที่ยวมักคำนึงถึงความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก และสอดคล้องกับวิจัยของ Krungthai COMPASS (2563) พบว่า หลังเกิดโรคระบาดเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ทำให้พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่ง 3 New Normal ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤติโควิด-19 ได้แก่ 1) เที่ยวในประเทศเป็นตัวเลือกแรก 2) เที่ยวใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไป และ 3) เที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปแล้ว เช่น ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในอุปสรรคทางการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ในด้านอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านที่ผู้วิจัยศึกษาแล้ว เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเลือกที่พักและรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในเขตจังหวัดมหาสารคามเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่มกลุ่มขนาดประชากร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น วิจัยในระดับคลัสเตอร์ หรือ ภูมิภาค เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ: การวิเคราะห์สถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และ อรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(3), 187-201.
- พัชรียา แก้วชู. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 7(1), 77-89.
- พุทธพร โคตรภักทร. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Alexander จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 158-171.
- ยุทธศักดิ์ สุธาส. (2021). *ท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิด*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2563). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(2), 41-59.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม*. มหาสารคาม: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม.
- Bhaskara, G. I. (2021). The COVID-19 pandemic and organizational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50(1), 364-375.
- Krungthai COMPASS (2563). *แนะธุรกิจใส่ใจสิ่งแวดล้อม ปรับใช้เทคโนโลยีชีวภาพและดิจิทัล รับมือ 3 กระแสเปลี่ยนโลก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2563, จาก <https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/641>
- Sharma, G. D. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 107-118.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว*. TAT Review, 1-12.
- Zhang, H. (2021). Forecasting tourism recovery amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 10, 103-149.