



การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อ
ความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย:
กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

รนิภา หงษ์โม้

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2566

A STUDY OF SATISFACTION OF NEW NORMAL TOURISM'S ELEMENTS
INFLUENCING DESTINATION LOYALTY OF THAI TOURISTS:
A CASE STUDY OF PHUKET TOURISM

RANIPA HONGMO

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality,
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2023



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มี
อิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย:
กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
เสนอโดย นางสาวนิภา หงษ์ไม้
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(อาจารย์ช่วยสุกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 18 เดือน มกราคม พ.ศ. 2567

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ชื่อผู้เขียน	รนิภา หงษ์ไม้
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการท่องเที่ยว)
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอย่างน้อย 24 ชั่วโมง จำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจำนวน 2-3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี นิยมวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเองทุกอย่าง มีเพื่อนหรือแฟนเป็นผู้ร่วมเดินทาง นิยมสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ย 1,001-3,000 บาทต่อคืน และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร 301-600 บาทต่อวัน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่พักมีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านความเชื่อมั่น และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาค่าการถดถอยพหุคูณ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ พบว่า ด้านสถานที่พัก ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการรับรู้ มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับตามความสัมพันธ์จากมากไปน้อยตามลำดับ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, ความภักดีในจุดหมายปลายทาง, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, จังหวัดภูเก็ต

.....
.....
.....

Thesis title A STUDY OF SATISFACTION OF NEW NORMAL TOURISM'S
ELEMENTS INFLUENCING DESTINATION LOYALTY OF THAI
TOURISTS: A CASE STUDY OF PHUKET TOURISM

Author Ranipa Hongmo

Advisor Assistant Professor Mantanakan Chubchuwong, Ph.D.

Program Master of Arts (Tourism Management)

Academic year 2023

ABSTRACT

This study had the objectives to: 1) examine tourist behaviors in new normal visits to Phuket 2) examine tourist satisfaction towards new normal tourism's elements and 3) investigate the influences of satisfaction of new normal tourism's elements influencing Phuket destination loyalty of Thai tourists. This study was a quantitative method. The samples were Thai tourists who visited Phuket at least 24 hours with a total of 400 respondents. The findings were found that most respondents visited Phuket 2-3 times a year, and usually planned their trips by themselves. They traveled to Phuket with their friends including boyfriends and girlfriends, and often searched for travel information from the Internet. The average expenses for accommodation were around 1,001-3,000 Baht per night, and food & beverage were around 301-600 Baht per day. In addition, it was found that the respondents were satisfied with the new normal tourism's elements with the high level. Most satisfactory attributes were accommodation, followed by perception of tourist attraction, accessibility, trust, and facility, respectively. Based on regression analysis regarding tourist satisfaction towards new normal tourism's elements, it was found that accommodation, trust, accessibility, facility, and perception had the statistically significant influences on Phuket destination loyalty at 0.05 level, in descending relationship.

Key words: new normal tourism, tourist satisfaction, destination loyalty, sustainable tourism, Phuket

..........

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ชี้แนะแนวทาง และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่งานวิจัย รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาเพื่อให้เป็นไปตามหลักการทางด้านวิชาการ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิกุล ผู้อำนวยการหลักสูตรคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะกรรมการผู้สอบวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงเลขานุการหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยวที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือมาโดยตลอด ขอขอบคุณท่านผู้ประกอบการร้านอาหารที่อนุญาตให้ดำเนินการเก็บข้อมูล และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตทุกคนที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม และให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้วิจัยในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลทั้งหมด และขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นปริญญาโท และรุ่นพี่ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจ และขอขอบคุณทุกผลงาน ข้อมูล และวรรณกรรมทุกฉบับที่ผู้วิจัยได้ศึกษา และนำมาซึ่งประโยชน์แก่งานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ และมอบความสำเร็จนี้ให้แก่ครอบครัว “หงษ์โม” ที่คอยสนับสนุนและผลักดันผู้วิจัยเสมอมา จนประสบความสำเร็จหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยบูรพาจันทบุรี

รนิภา หงษ์โม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาของปัญหาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6As)	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในจุดหมายปลายทาง.....	13
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่.....	14
2.5 บริบทการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.....	24
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	35
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	37
3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง.....	37
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	38
3.4 การทดสอบเครื่องมือ.....	39
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4.1 ข้อมูลทั่วไป.....	42
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	45
4.3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบ.....	51
การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต	
4.4 ข้อมูลระดับความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.....	58
4.5 ข้อมูลวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58
5. สรุปและอภิปรายผล.....	74
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	74
5.2 อภิปรายผล.....	78
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	85
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	87
5.5 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	88
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	100
แบบสอบถาม.....	101
ประวัติผู้เขียน.....	106

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงเปรียบเทียบการท่องเที่ยวในยุคเก่า และยุคปกติใหม่.....	18
2.2 แนวทางปฏิบัติตามมาตรการการจัดการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่.....	21
2.3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2562 – 2564.....	25
2.4 แสดงรายได้จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2562 – 2564.....	25
2.5 แสดงจำนวนผู้เข้าพักในจังหวัดภูเก็ต ปี 2562-2564	26
3.1 แสดงผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่า Cronbach’s Alpha..	40
4.1 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	43
4.2 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	43
4.3 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	44
4.4 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	44
4.5 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา.....	45
4.6 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต..	45
4.7 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการพำนักในจังหวัดภูเก็ต..	46
4.8 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการวางแผนการท่องเที่ยว.....	46
จังหวัดภูเก็ต	
4.9 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่จูงใจให้ตัดสินใจ.....	47
ท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต	
4.10 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง.....	47
4.11 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง.....	48
4.12 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด.....	48
ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	
4.13 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืน.....	49
4.14 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาอาหารเฉลี่ยต่อวัน.....	49
4.15 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก.....	50
4.16 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่จูงใจให้เดินทาง.....	50
มาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต	
4.17 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการแนะนำ.....	51
การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	52
ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	52
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พัก	53
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	54
4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้	55
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่น	56
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ที่มีต่อภาพรวมองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต	57
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ที่มีต่อความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต	58
4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามเพศ.....	59
4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ	60
4.28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามอายุ.....	60
4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ	61
4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของ..... นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ	62
4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว..... ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ	62
4.32 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว..... ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ	63
4.33 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยว... ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ	63
4.34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่..... โดยจำแนกตามอาชีพ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทยโดยจำแนกตามอาชีพ	65
4.36 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทย โดยจำแนกตามอาชีพ	65
4.37 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทย โดยจำแนกตามอาชีพ	66
4.38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่..... โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.39 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทย โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	68
4.40 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว..... ชาวไทย โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
4.41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่..... โดยจำแนกตามภูมิลำเนา	69
4.42 แสดงผลวิเคราะห์การหาค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	70
4.43 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักที่ 1: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี..... ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยว วิถีปกติใหม่แตกต่างกัน	71
4.44 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักที่ 2.....	73

ตารางภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กระบวนการหมุนเวียนความพึงพอใจ.....	13
2.2 ความแตกต่างของแต่ละช่วงอายุ (Generations).....	19
2.3 พื้นที่ชายหาด: (ก)ชายหาดกะตะ-หาดกะรน; (ข) พื้นที่กิจกรรมหาดกะตะ.....	26
2.4 จุดชมทิวทัศน์: (ก) แหลมพรหมเทพ และ (ข) จุดชมวิวยะราวัณ.....	28
2.5 จุดชมทิวทัศน์: (ก) อาคารชิโน-โปรตุกีสเมืองเก่าภูเก็ต และ (ข) ถนนถลาง.....	28

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของปัญหาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวสูงไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรที่เกิดจากธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่กว้างไกล ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนท่องเที่ยวและคนต่างถิ่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีการขยายตัวสูง เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศ นำมาซึ่งเงินตราจากต่างประเทศ สร้างความเจริญเติบโตให้กับภาคเศรษฐกิจภูมิภาค เศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนและเกิดการกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.01 ล้านล้านบาท เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.37 โดยมีรายได้จากชาวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทย 1.93 ล้านล้านบาท และคนไทยท่องเที่ยวในไทย 1.08 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย และเป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อยู่ในทะเลอันดามัน เป็นจังหวัดเดียวที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ซึ่งเป็นที่รู้จักในเรื่องความสวยงามของหาดทราย น้ำทะเลใส ท้องทะเลที่งดงามเหมาะสำหรับการดำน้ำ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน ในอดีตส่วนใหญ่ คนที่มีความเจริญรุ่งเรือง ทางเศรษฐกิจเป็นคนจีน ที่ทำเหมืองแร่ และพ่อค้าคนกลางขายยางพารา ความเจริญที่มาจากคนจีน ซึ่งเห็นได้จากศาลเจ้าจีน ที่ตั้งอยู่เรียงรายในตัวเมืองภูเก็ต เพื่อฉลองเทศกาลถือศีลกินผักในเดือนตุลาคมของทุกปี แต่ปัจจุบันความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ มาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปรียบได้กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ที่ค้นพบถึงความงดงามของแสงอาทิตย์ และทะเลที่ภูเก็ตมีไว้รองรับ และยังมีป่าเขาลำเนาไพร วนอุทยานแห่งชาติ โครงการคืนชะนีสู่ป่า รวมทั้งการนั่งช้างชมป่า จากข้อมูลของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานว่าช่วงเดือน มกราคม – สิงหาคม พ.ศ. 2563 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีถึง 313,186 ล้านบาท จึงสูงเป็นอันดับที่สองของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร (697,968 ล้านบาท) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ประเทศไทยได้มุ่งเน้นในการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟู การกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัว และเกิดความยั่งยืนเพื่อสร้างศักยภาพในการหารายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมด้านคุณภาพเพื่อการแข่งขัน การท่องเที่ยวไทยประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย ทั้งภายในและภายนอกในระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งทำให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง ทั้งปัญหาทางการเมือง ปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาจากภัยพิบัติสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีปัญหาด้านความเสี่ยงต่าง ๆ อย่างโรคระบาดที่ยังไม่มียาในการรักษา ซึ่งเป็นผลกระทบต่อรายได้หลักของประเทศที่มาจากภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องถดถอยลง

ทุกประเทศทั่วโลกประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคที่เกิดจากการติดเชื้อโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เรียกกันว่า “COVID-19” หรือ “ไวรัสโคโรนา” ไวรัสดังกล่าวทำให้เกิดโรคระบบทางเดินหายใจ ตั้งแต่โรคหวัดธรรมดาจนถึงโรคที่มีอาการรุนแรง เช่น โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS) และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง (SARS) ไวรัสโคโรนาที่ค้นพบล่าสุดทำให้เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งเป็นโรคติดต่อที่เกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด โดยมีการแพร่ระบาดผ่านคนสู่คนด้วยอาการไอ หรือจาม ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักในแวดวงทางการแพทย์ก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 (World Health Organization, 2563) โดยกรมควบคุมโรคมีรายงานการระบาดครั้งนี้มียอดผู้ป่วยสะสมภายในประเทศถึง 3,281,331 คน มีผู้เสียชีวิตสะสม 24,075 คน ในขณะที่มีผู้กำลังรักษา 230,603 คน ระยะเวลาจากเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือน วันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2565 วิกฤติโควิด-19 นี้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม หรือด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Carlsson & Szlezak, 2020) จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ประเทศไทยได้ออกมาตรการปิดเมือง (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้เกิดการหยุดชะงักของเศรษฐกิจทั่วโลกอย่างฉับพลัน การปิดเมือง ระวังการเดินทางเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อน หรือยกเลิกแผนการเดินทางทั้งหมด ทำให้สถิติผู้เยี่ยมชมเยือน รวมถึงนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเลี่ยนไม่ได้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาดรายได้อย่างฉับพลันและส่งผลกระทบต่อภาพรวมของธุรกิจหดตัวรุนแรง (คำณวน อึ้งชูศักดิ์ และ ศุภมิตร ชุณหสวัณ, 2563) อีกทั้งในประเทศไทยยังคงมีมาตรการในการจำกัดการเดินทาง การเคลื่อนย้าย และการรวมตัวของคนจำนวนมาก การควบคุมสถานการณ์ประเทศไทยมีข้อจำกัด ด้วยสถานการณ์ที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเริ่มระบาดมาตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 และดูเหมือนจะยังคงไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าจะสิ้นสุดเมื่อไร จนทำให้การท่องเที่ยวโลกหยุดชะงักลงด้วยการเติบโตของจำนวน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ติดลบร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลา เดียวกันของปี 2562 และหยุดนิ่งต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน 2563 ด้วยการลดลงของจำนวนผู้เยี่ยมชมสูงถึงร้อยละ 97เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2562 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เป็นวิกฤตการณ์ที่รุนแรงที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา และในวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ในระยะหลังมานี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในไทยได้คลี่คลายลง สะท้อนจากตัวเลขของ ผู้ติดเชื้อที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการกระจายวัคซีนที่ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น กรมควบคุมโรคได้มีมติเห็นชอบให้ผ่อนปรนมาตรการทางสาธารณสุขบางส่วน โดยมีการผ่อนคลายเปิดสถานบริการ และสถานบันเทิง (บางพื้นที่) ผ่อนคลายพื้นที่นำร่องการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีการจำกัดเวลาในให้บริการสถานบันเทิงเปิดให้บริการไม่เกิน 24.00 น. ห้ามบุคคลที่ยังไม่รับวัคซีน หรือรับวัคซีนไม่ครบตามเกณฑ์เข้าใช้บริการ และประชากรกลุ่มผู้ป่วยหรือเสี่ยงสูงหลีกเลี่ยงการเข้ารับบริการ (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2565) เมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวจะกลับมาฟื้นตัวผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องปรับตัว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแปลงไป การมีมาตรการป้องกันการระบาด และข้อปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในการเดินทางท่องเที่ยวนั้น ส่งผลให้ประชาชนป้องกันตนเอง ด้วยการสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์

หลีกเลี่ยงที่ชุมนุม ที่มีผู้คนมากมาย และหลีกเลี่ยงการอยู่ใกล้ชิดกับผู้เจ็บป่วยหรือผู้ที่มีประวัติเดินทางมาจากพื้นที่เสี่ยง จึงเกิดเป็นแนวทางปฏิบัติใหม่ หรือวิถีชีวิตใหม่ที่เราเรียกกันว่า “New Normal”

เดิม New Normal เป็นศัพท์ทางธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดย บิลล์ กรอส (Bill Gross) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน เพื่อนำมาใช้อธิบายถึงสภาวะเศรษฐกิจโลก หลังวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ ในสหรัฐอเมริกา โดยปัจจุบันในขณะที่โลกประสบกับวิกฤติการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 “New Normal” ถูกนำมากล่าวถึงอีกครั้งในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในภาคส่วนด้านธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ ภาคการศึกษา ภาคสังคม ภาคสุขภาพอนามัย ก็กล่าวถึงเช่นกัน และสิ่งที่จะกลายเป็นวิถีปกติใหม่ มนุษย์จะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การทำงาน การประชุม การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ การเว้นระยะห่างทางสังคมลดความเสี่ยงจากการพบปะผู้คน การใส่ใจสุขภาพ การล้างมือด้วย เจลแอลกอฮอล์หรือสบู่ การสวมหน้ากากอนามัย สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นเรื่องปกติใหม่ ดังนั้น New Normal หรือ วิถีปกติใหม่ จึงเป็นสิ่งที่มนุษย์จะต้องเรียนรู้และปรับตัว (พระปยุตญาพัฒน์ แสงวงศ์ดี, 2563) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปภายใต้สถานการณ์การระบาดของโควิด 19 เช่นกัน ในวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ ได้นำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการเป็นโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจและประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัย ด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการ

ท่ามกลางภาวะวิกฤติ COVID-19 เมื่อมีมาตรการป้องกันการระบาดของโรคโควิด 19 เข้ามาจึงมีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความรู้สึกพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในวิกฤติการเปลี่ยนแปลงนี้ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่และศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่ส่งผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์การปรับตัวก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาองค์กร พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยหลักที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยหลักที่ 2 ความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้แบ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทางวิชาการและปฏิบัติการ ดังนี้

1.4.1 การได้รับทราบถึงผลสรุปจากการศึกษา ได้แก่

1.4.1.1 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต

1.4.1.2 จากข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4.2 การนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน (Outcome) ในเรื่องต่อไปนี้

1.4.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับผลการวิจัย

1.4.2.2 ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ได้

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาครั้งนี้โดยใช้ การเลือกสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยได้กำหนดขอบเขตวิจัยไว้ ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ ความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในภาวะวิกฤตโควิด-19 และพักอาศัยอย่างน้อย 1 คืนหรือใช้เวลาท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง

1.5.3 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต ประกอบไปด้วยบริเวณชายหาด เช่น หาดบางเทา หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เมืองเก่าภูเก็ต จุดชมวิวเขารัง จุดชมวิวแหลมพรหมเทพ เป็นต้น

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

สำหรับระยะเวลาในการศึกษาเริ่มต้นตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม ถึงสิงหาคม พ.ศ. 2565

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ เมื่อความต้องการหรือความคาดหวังได้รับการตอบสนอง ทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม สถานที่พักที่มีมาตรฐาน ความสะดวกสบายในแหล่งท่องเที่ยวที่ครบครัน การเดินทางเข้าถึงได้ง่าย เป็นต้น

ภาวะวิกฤตโควิด-19 (COVID-19 pandemic) หมายถึง ภาวะวิกฤตที่ไม่มีสัญญาณเตือนล่วงหน้าที่เกิดจากการระบาดครั้งใหญ่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) ส่งผลให้เกิดสภาวะเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิด มีความสับสน เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน สร้างให้เกิดความตื่นตระหนก ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการเตรียมการเพื่อรับมือ โดยภาวะนั้นจะส่งผลเสียกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เป็นภัยคุกคาม ผลกระทบทางลบต่อคนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงองค์กร

การท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ (New Normal Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม อันเนื่องมาจากผลกระทบโรคระบาด ซึ่งปัจจุบันคือ โรคทางเดินหายใจ COVID-19 จึงมีแนวทางปฏิบัติใหม่ในการท่องเที่ยวตามโครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย:SHA ที่เป็นมาตรการสำคัญด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การใส่หน้ากากอนามัย การรักษาระยะห่างทางสังคม ลดการสัมผัสและใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด รักษาความสะอาด และล้างมือบ่อย ๆ ด้วยแอลกอฮอล์

โครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA) คือ โครงการที่จัดตั้งขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระตุ้นเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยกกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กับมาตรการด้านสุขอนามัย

ความภักดีในจุดหมายปลายทาง หมายถึง เป็นพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเมื่อมีการเดินทางไปเที่ยวที่หนึ่งแล้ว เกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อแหล่งเที่ยวนั้นๆ ส่งผลให้เกิดการกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมซ้ำ บอกเล่าประสบการณ์การและแนะนำสถานที่เที่ยวนั้นให้แก่บุคคลที่รู้จัก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทาง
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่
- 2.5 บริบทการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6As)

2.1.1 นิยามของการท่องเที่ยว

วารุณี ประไพเมือง (2565) ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรง แต่ก็มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่อาจมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม การสัมมนา ผักกอบรม โดยจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในครั้งนั้น ๆ ซึ่งอาจมีปัจจัยสนับสนุน และแรงผลักดันของแต่ละบุคคล ได้แก่ รายได้ โอกาส ครอบครัวยุค แหล่งข้อมูลข่าวสาร หรือ ความสนใจพิเศษ เช่น สนใจงานเทศกาล วัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติ กีฬา หรือ อาจสนใจประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยคาดหวังเชิงบวกในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2560) การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ในลักษณะของการเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติไปยังสถานที่ต่าง ๆ อาจใกล้หรือไกล ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อมนุษย์มีเหตุจูงใจจึงก่อให้เกิดการเดินทางไปยังจุดหมายต่าง ๆ โดยแรงจูงใจนั้น ประกอบไปด้วย ความต้องการทางกายภาพเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการเรียนรู้ในศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม รวมถึงประเพณีต่าง ๆ ความต้องการพบปะผู้คน อาจเป็นเพื่อน หรือญาติพี่น้อง รวมถึงการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ และความภาคภูมิใจ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านฐานะและเกียรติภูมิให้สูงขึ้น โดยการศึกษา การประชุม สัมมนา และการติดต่อธุรกิจ

2.1.2 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป ประกอบไปด้วย (ททท. กองวิชาการและแผนการ, ม.ป.ป. น. 3-4)

2.1.2.1 โรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ สถานที่สำหรับผู้มาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ มีสถานที่พักและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1.2.2 วัตถุประสงค์ ได้แก่ ทรัพยากรที่ชักจูงและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจ

2.1.2.3 โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พัก เป็นต้น

2.1.2.4 แรงงาน ได้แก่ สาธารณูปโภคต่าง ๆ สำหรับสร้างกระบวนการการผลิตและการบริการ

2.1.2.5 ผลิตผล ได้แก่ บริการของธุรกิจท่องเที่ยวที่รวมกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

2.1.2.6 การส่งเสริมการขาย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักที่แพร่หลาย มีการส่งเสริมให้เกิดความต้องการในการซื้อผลิตผลทั้งภายในประเทศ และนอกประเทศ

2.1.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งมีปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้ (ททท. กองวิชาการและแผนการ, ม.ป.ป. น. 6-11)

2.1.3.1 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หรือ “Tourism Resources” หมายถึง สิ่งดึงดูดใจในภูมิภาคนั้น ๆ เป็นแหล่งทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือสร้างขึ้นโดยมนุษย์รวมทั้งกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ประเภทธรรมชาติ เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ที่มีความสวยงาม เช่น ทะเลภูเขา น้ำตก บ่อน้ำพุร้อน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน ทะเลสาบ เกาะ เป็นต้น

2) ประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน วัด เป็นต้น

3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของกิจกรรม งานพิธี งานประเพณี วิถีชุมชน ศูนย์วัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิต รวมถึงสินค้าพื้นเมือง ผัก ผลไม้ และเหมือง

2.1.3.2 โครงสร้างพื้นฐาน หรือ “Infrastructures” เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงสถานที่นั้น ๆ เช่น ถนน สะพานไฟฟ้า น้ำประปา ระบบสื่อสาร เป็นต้น เพื่อความสะดวกสบายและส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1.3.3 ความปลอดภัย หรือ “Security” เป็นความมั่นใจในด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินในแหล่งท่องเที่ยว ก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงประสิทธิภาพและระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน

2.1.3.4 การกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือ “Advertising and Public Relation” เป็นปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สร้างระบบการไหลเวียนของข้อมูลให้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นที่รู้จัก ทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2.1.4.4 เครื่องอำนวยความสะดวก หรือ “Facilities” เป็นสถานที่ หรือบริการที่องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้สร้างขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้มาเยือน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ทั้งการคมนาคมขนส่ง การบริการข่าวสาร สถานที่พัก ที่มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และมีบริการตามมาตรฐานสากล ร้านอาหารที่หลากหลายถูกสุขลักษณะมีบริการตามมาตรฐานสากล

2.1.3.5 ของที่ระลึก หรือ “Souvenirs” เป็นผลิตจากวัสดุในท้องถิ่น ออกแบบอย่างมีเอกลักษณ์ บรรจุกันท์สวยงาม

2.1.3.6 ภาพลักษณ์ หรือ “Image” เป็นลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของสถานที่นั้น ๆ ส่งผลต่อการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2.1.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อม ดังนี้

2.1.4.1 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ หมายถึง รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามยุคสมัย และความนิยมของคนแต่ละยุคสมัย เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นต้น

2.1.4.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง เอกลักษณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น โดยท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และสร้างจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.1.4.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง สถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี โบราณสถาน และทางศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ วัด และสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า

2.1.4.4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ที่เป็นมรดกสืบทอดกันมา มีคุณค่าทางศิลปะ วัฒนธรรม ประกอบไปด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตของคนในชุมชน ภาษา ประเพณี หรือ เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.4.5 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการ

2.1.4.6 การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึง สถานที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อความสนุกสนานและเพื่อความบันเทิง เป็นกิจกรรมร่วมสมัย มีกิจกรรมเพื่อศึกษาหาความรู้ ผ่อนคลาย และเสริมสร้างสุขภาพ ตัวอย่างเช่น สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะพิเศษ และสนามกีฬา สถานบันเทิง เป็นต้น

2.1.4.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนที่มีมาตรฐานการให้บริการ และมีศักยภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในการรองรับการนักท่องเที่ยวและสามารถพัฒนาได้ในอนาคตเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.1.4.8 แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความผ่อนคลาย รวมถึงกิจกรรมนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การศึกษาหาความรู้บริเวณชายหาด

2.1.4.9 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีน้ำตกเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้มาเยือน เพื่อการพักผ่อน และนันทนาการแบบใกล้ชิดกับน้ำตกและธรรมชาติ เช่น การว่ายน้ำ การเดินสำรวจเส้นทางน้ำตก การชมนก เป็นต้น

2.1.4.10 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีถ้ำเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้มาเยือน เพื่อการศึกษา และนันทนาการใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น การเข้าชมหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การสำรวจเส้นทางธรรมชาติ การให้อาหารสัตว์ การศึกษาโบราณสถาน/วิถีชีวิตชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในถ้ำ เป็นต้น

2.1.4.11 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติโดยมีเกาะที่เปิดใช้งานเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้มาเยือน เพื่อพักผ่อน เพลิดเพลินกับธรรมชาติ และทำกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นน้ำ การดำน้ำดูปะการัง การพายเรือ เป็นต้น

2.1.4.12 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติที่เปิดใช้งานโดยมีแก่งเป็นสิ่งที่จูงใจสำหรับผู้มาเยือน เพื่อทำกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นน้ำ การล่องแก่ง และการเดินป่า หรือเพื่อการศึกษาธรรมชาติ

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (6As)

พิมพ์วิภา ตราชูวนิช และ ณิชพงษ์ พันธน้อย 2565 อธิบายแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ หรือ 3As ดังต่อไปนี้

1) “Attraction” (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) เป็นสิ่งจูงใจผู้คนที่อยากเดินทางมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ประกอบไปด้วย

1.1 ความสวยงามของทิวทัศน์ เช่น ทักษณียภาพของชายหาด ทะเล ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ แก่ง เกาะต่าง ๆ ทะเลสาบ เป็นต้น

1.2 สภาพอากาศ เป็นความประทับใจที่เกิดขึ้นจากสภาพอากาศในพื้นที่นั้น ๆ เช่น อากาศที่บริสุทธิ์ อากาศเย็น แสงแดด หมอก เป็นต้น

1.3 วัฒนธรรม เป็นความต้องการเรียนรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นต้น

1.4 วิถีชีวิตชุมชน เป็นความต้องการศึกษาความเป็นอยู่ของผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ เช่น วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชีวิตชาวเขา ประเพณีหรือเทศกาล เป็นต้น

1.5 กิจกรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งหวังทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น การปีนเขา การดำน้ำ การดูนก เป็นต้น

2) “Accessibility” (ความสามารถในการเข้าถึง) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โดผ่านเส้นทางคมนาคม

2.1 การให้บริการ เช่น การรถไฟ เครื่องบิน รถไฟฟ้า การขนส่งทางบก เป็นต้น

2.2 เส้นทางคมนาคมการเดินทาง

2.3 คุณภาพและมาตรฐาน และความปลอดภัยของยานพาหนะ

2.4 แบบแผนการเดินทาง พิจารณาตามประเภทยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

2.5 สถานที่อำนวยความสะดวก เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ เป็นต้น

2.6 ปัญหาการจราจร เช่น การจราจรติดขัดในช่วงวันหยุดยาวหรือเทศกาล เป็นต้น

3) “Amenity” (สิ่งอำนวยความสะดวก) เป็นสถานที่ให้บริการเพื่อความความสะดวกสบาย และเพื่อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

3.1 ประเภทอาคารและสิ่งปลูกสร้างในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ลานจอดรถ ศูนย์บริการข้อมูล ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก เป็นต้น

3.2 ด้านบริการ เช่น ป้ายบอกทาง โต๊ะ เก้าอี้ ลานกิจกรรม เป็นต้น

3.3 ด้านความปลอดภัย ประกอบไปด้วย การป้องกันความปลอดภัยทางร่างกาย สิทธิประโยชน์ อุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ

3.4 ด้านป้ายสัญลักษณ์ ประกอบไปด้วย ป้ายบอกทาง แผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ป้ายสื่อความหมาย เป็นต้น

วันทิกา หิรัญเทศ (2565) กล่าวสรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว และเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ สอดคล้องกับ Buhalis (2000) และ Pelasol et al. (2012) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่

1) “Attractions” หรือ “สิ่งดึงดูดใจ” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากสถานที่ใดที่หนึ่ง (Site) อาจเป็นทรัพยากรธรรมชาติ หรืออาจเกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ กิจกรรม ประเพณี หรือเหตุการณ์ (Event) ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

2) “Accessibility” หรือ “การเข้าถึง” คือ การคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง

3) “Amenities” หรือ “สิ่งอำนวยความสะดวก” คือ สิ่งปลูกสร้างพื้นฐาน โครงสร้างต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมที่เกิดขึ้น เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้มาเยือน และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน น้ำประปา ไฟฟ้า สถานีตำรวจ โรงพยาบาล เป็นต้น

4) “Accommodation” หรือ “ที่พัก” คือ สถานที่พักรวมสำหรับผู้มาเยือน เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น

- 5) “Activities” หรือ “กิจกรรม” คือ สิ่งที่มีผู้มาเยือนสามารถทำได้ในสถานที่ท่องเที่ยว
- 6) “Ancillary Service” หรือ “บริการเสริม” คือ การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือผู้มาเยือน อาจเป็นหน่วยงาน องค์กร หรือภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ เป็นต้น

นอกจากนั้น อลาสแตร์ มอริสัน (Morrison, 2019) ได้กล่าวถึง จุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จ (The successful destinations) สามารถเพิ่มศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำของโลกที่มีผู้มาเยือนมากที่สุดตามที่ UNWTO ระบุ โดยองค์ประกอบสำคัญของ “The 10As” ได้แก่

- 1) “Attractiveness” หรือ ความน่าดึงดูดใจ คือ จุดหมายปลายทางที่สามารถดึงดูดให้มาผู้มาเยือน
- 2) “Access” หรือ การเข้าถึง คือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าและออกจากจุดหมายปลายทาง ตลอดจนการเดินทางเคลื่อนย้ายภายในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ
- 3) “Awareness” หรือ การรับรู้ คือ ระดับความรู้ การได้รับรู้ ดีความ และตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น โดยวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เช่น การประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยว การมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำและช่วยเหลือในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ รวมถึงการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
- 4) “Assurance” หรือ ความเชื่อมั่น คือ ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของจุดหมายปลายทาง รวมถึงการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
- 5) “Appreciation” หรือ การเห็นคุณค่า คือ ความรู้สึกจากระดับของการต้อนรับที่ผู้มาเยือนได้รับตลอดเวลาในการเดินทาง
- 6) “Availability” หรือ ความพร้อม คือ ความพร้อม ความสะดวกในการจองหรือมีช่องทางที่บ่งบอกถึง ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่พัก
- 7) “Appearance” หรือ ลักษณะที่ปรากฏ คือ การวัดผลที่ปลายทางเมื่อนักท่องเที่ยวมาเยือนครั้งแรก ลักษณะความทรงจำของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ครั้งแรกที่เห็น และตลอดระยะเวลาการเข้าพักในสถานที่แห่งนั้น
- 8) “Activities” หรือ กิจกรรม คือ กิจกรรมที่มีสำหรับนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางนั้น ๆ
- 9) “Action” หรือ การดำเนินการ คือ การวางแผนการจัดการของจุดหมายปลายทางในระยะยาว และการวางแผนทางการตลาดที่จำเป็นสำหรับจุดหมายปลายทาง
- 10) “Accountability” หรือ ความรับผิดชอบ คือ การประเมินคุณภาพของจุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4As จาก 6As ของ (วันทิกา หิรัญเทศ, 2565) และแนวคิด The successful destination; 10As ของ Morrison (2019) โดยเลือกใช้ 2As สรุปได้ว่า องค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมศักยภาพ

ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ประกอบไปด้วย ประกอบด้วย 1) ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4) สถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) 5) การรับรู้ (Awareness) และ 6) ความเชื่อมั่น (Assurance)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourists Satisfaction)

Yamane and Kapil (2017) ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือการประเมินส่วนบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากความคาดหวังส่วนบุคคลการประเมินผลโดยรวมจากประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าหรือบริการของลูกค้า ว่ามีความรู้สึกชอบและประทับใจที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับการบริการนั้น ๆ

Zeithaml et al. (2009) ระบุว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ 1) ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ 2) ด้านคุณภาพสินค้า 3) ด้านราคา 4) ปัจจัยภายนอก เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ เป็นต้น 5) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้บ่งบอกถึงสิ่งที่ได้รับจริงจากองค์กร (perceived performance) และเป็นตัวเปรียบเทียบประเมินความคาดหวัง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ลูกค้าส่วนใหญ่มักไม่สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าและราคาได้อย่างถูกต้อง และมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจผ่านการรับรู้คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Kotler & Armstrong, 2010)

Saayman et al. (2018) นิยาม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ว่าเป็นการตัดสินใจว่าคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ โดยจะมีการประเมินระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกภายในของแต่ละคนเมื่อประเมินและเปรียบเทียบความคิดกับสถานการณ์ที่คาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับ แล้วเกิดผลลัพธ์ที่น่าพอใจหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกส่วนบุคคล

Mcdowall (2011) ได้นิยาม ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การเดินทาง ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อาจเกิดจากความคาดหวังเมื่อได้รับรู้ข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ จากคำบอกเล่า หรือจากการศึกษาก่อนตัดสินใจเดินทาง หากสิ่งที่ได้รับในระหว่างหรือหลังจากการเดินทางตรงตามที่คาดหวังหรือดีกว่าจะก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก หากสิ่งที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลต่อความรู้สึกเชิงลบ

รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่ (2563) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction) ว่า เป็นการประเมินความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์ความรู้สึกที่เกิดจากการเปรียบเทียบตามความคาดหวัง ความต้องการ สิ่งกระตุ้น และความเชื่อของนักท่องเที่ยว ในระหว่างการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ (Kucukosmanglu & Sensoy, 2010) (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 กระบวนการหมุนเวียนความพึงพอใจ

ที่มา: (รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่, 2563)

Tan (2017) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ท่าที ความรู้สึก หรือเจตคติในทางที่ดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยเกิดจากการคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนการเข้ามาท่องเที่ยว และการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวหลังได้เข้ามาท่องเที่ยวแล้ว และเกิดเป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีแบบประเมินระดับความพึงพอใจในแต่ละบุคคล เมื่อนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มที่จะเกิดการแนะนำและบอกต่อ รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ท่องเที่ยว

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือความรู้สึก ความคิด และทัศนคติ เป็นความรู้สึกที่เกิดจากความคาดหวังและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านจิตใจ และร่างกาย ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความคาดหวัง และต้องการส่วนบุคคล และการตอบสนองจากปัจจัยภายนอกและประสบการณ์ที่ได้รับแตกต่างกันไป หากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองที่ดีสอดคล้องตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวังจะก่อให้เกิดความพึงพอใจเชิงบวก หากการตอบสนองน้อยกว่าความคาดหวังหรือความต้องการจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มที่จะเกิดการแนะนำและบอกต่อ รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในจุดหมายปลายทาง

ความภักดี เป็นข้อผูกมัดของลูกค้าที่มีต่อร้านค้า แแบรนด์ หรือการให้บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับตัวเลือกอื่น ๆ ในการเข้าถึง เป็นการสร้างทัศนคติที่ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำเมื่อเวลาผ่านไป มีความเชื่อมโยงระหว่างการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าความภักดี และผลกำไรของบริษัท กล่าวได้ว่า วงจรระบบธุรกิจทำงานได้ โดยผ่านการส่งเสริมจากความภักดีของลูกค้า ส่วนแบ่งและรายได้เพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากการรักษาลูกค้าประจำที่กลับมาซื้อซ้ำ รวมถึงต้นทุนในการโฆษณาลดลงจากการที่ลูกค้าเก่าแนะนำและบอกต่อ (Serenko & Stach, 2009)

Arminda and Sergio (2018) กล่าวว่า ความภักดี คือ ความมุ่งมั่นอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อสินค้าหรือบริการอีกครั้งในอนาคต ซึ่งทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำ ๆ ในแบรนด์เดิมหรือจุดหมายปลายทางเดิม ๆ แม้ว่า

อิทธิพลของสถานการณ์และปัจจัยทางการตลาดจะมีศักยภาพในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม ดังนั้นการรักษาความภักดีของลูกค้าจึงกลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญเนื่องจากประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าประจำไม่เพียงแต่เป็นตัวแทนของแหล่งรายได้ที่มั่นคงเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลให้กับกับเพื่อนหรือคนรู้จัก เป็นผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง มีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยกว่า และแสดงความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น

ตุ๊กตา ไสมณี และ ชาตยา นิลพลับ 2562 กล่าวว่า ความภักดีในจุดหมายปลายทาง (Destinations Loyalty) มีการกำหนดองค์ประกอบความภักดีของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

- 1) การกลับมาเยือนซ้ำ เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึง ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว โดยเป็นความตั้งใจว่าในอนาคตจะกลับมาเยือนอีกครั้ง ซึ่งเกิดจากการรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เมื่อมีความต้องการท่องเที่ยวมักจะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ เป็นอันดับแรก
- 2) การแนะนำบอกต่อ เป็นการแนะนำให้เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นผ่านการบอกเล่าประสบการณ์ความประทับใจทางบวก
- 3) ความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น เป็นความรู้สึกไม่หวั่นไหวต่อราคาค่าบริการท่องเที่ยว ยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้รับการบริการ และประสบการณ์ที่ดีขึ้น

นวพร บุญประสม และคณะ (2564) กล่าวว่า การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกในสถานที่ที่เคยมาเยือน และเต็มใจกลับมาสถานที่เดิม (อรชร มณีสงฆ์ และ พัชรา ตันติประภา, 2561) โดยสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่ม Latent เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจสถานที่ท่องเที่ยว แต่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำ
2. กลุ่ม High เป็นกลุ่มที่พึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวสูงและกลับมาเยือนซ้ำเสมอ
3. กลุ่ม Low เป็นกลุ่มที่ไม่พึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวหรือมีความจงรักภักดีแหล่งท่องเที่ยวในระดับต่ำ
4. กลุ่ม Spurious เป็นกลุ่มที่กลับไปท่องเที่ยวที่เดิมแต่มีเหตุผลเหนือกว่าความพึงพอใจ โดยมีเหตุผลอื่น ๆ ในการเดินทาง

กล่าวสรุปได้ว่า ความภักดีในจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างทัศนคติที่ส่งผลให้เกิดการมาเยือนซ้ำเมื่อเวลาผ่านไป มีความเชื่อมโยงระหว่างการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์และรู้จักในตัวแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ เป็นอย่างดี ก่อนให้เกิดการบอกเล่าประสบการณ์ท่องเที่ยวแนะนำและเชิญชวนเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ อย่างเต็มใจ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิถีปกติใหม่

2.4.1 วิถีปกติใหม่ (New Normal)

New Normal ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดยบิลล์ กรอส (Bill Gross) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน โดยตอนนั้นเขาใช้อธิบายถึงสภาวะเศรษฐกิจโลก หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ ในสหรัฐฯ ช่วงระหว่างปี 2007-2009 สาเหตุที่ต้องใช้คำว่า "New Normal" เพราะเดิมทีวิกฤติเศรษฐกิจจะมี

รูปแบบค่อนข้างตายตัวและเป็นวงจรเดิม คือเมื่อเศรษฐกิจเติบโตไปได้ช่วงระยะหนึ่ง จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจ และหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ไม่นานเศรษฐกิจก็จะเริ่มฟื้นตัว แล้วก็กลับมาเติบโตได้ดีอีกครั้ง สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติ จนเรียกได้ว่าเป็น ‘เรื่องปกติ’ (Normal) แต่หลังจากการเกิดวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ (กรมสุขภาพจิต, 2563) หลายคนมองว่าเศรษฐกิจโลกจะไม่สามารถกลับไปเติบโตได้ดีเหมือนเดิม ด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น การพยายามกระตุ้นเศรษฐกิจมากเกินไป ทั้งที่หลายประเทศมีหนี้สาธารณะสูงมาก การยืมเงินจากอนาคต เพื่อแลกกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในวันนี้ จะส่งผลให้เติบโตได้ลดลงในอนาคต ดังนั้นคำว่า “New Normal” จึงถูกนำมาใช้เพื่อพูดถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ถดถอยลงและคาดว่าจะไม่กลับมาเติบโตในระดับเดิมได้อีกต่อไป

ก่อนสถานการณ์โควิด-19 ในแง่การพัฒนาประเทศและเศรษฐกิจ ประเทศไทยได้เผชิญวิกฤติมาหลายครั้ง แต่โควิด-19 ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมหาศาล เพราะเป็นการระบาดใหญ่ทั่วโลก ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างรุนแรงในระยะสั้น และหลายพฤติกรรมจะอยู่ถาวรกลายเป็น New Normal ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายองค์กรกำลังศึกษาอยู่ เนื่องจากโควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่เรายังไม่รู้จักมาก่อน ส่งผลต่อวิถีชีวิต การทำงาน ชีวิตประจำวัน การเกิดขึ้นและการดำเนินโควิด-19 ครั้งนี้ จึงเป็นสถานการณ์ที่หลายคนคาดว่าจะยาวนานพอสมควร จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรในหลายพฤติกรรมของผู้คน ความไม่แน่นอนและการคาดเดาสถานการณ์ไม่ได้ ประกอบกับการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงผลกระทบต่างๆ อาจก่อให้เกิดความเครียด ความกลัว ในจิตใจของคนไทยได้ทุกเพศทุกวัย

จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุเกี่ยวกับگردำเนินมาตรการจำกัดการเดินทาง ณ วันที่ 18 พฤษภาคม 2563 ที่ชี้ให้เห็นว่า จาก 217 ทุกประเทศทั่วโลกมีการดำเนินการเข้มงวดในการเดินทางระหว่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันอีกหลายประเทศได้หาแนวทางเพื่อรองรับผู้มาเยือนในรูปแบบต่าง ๆ เช่นเดียวกับสภาการเดินทางและท่องเที่ยวโลก (WTTC) ได้ออกมานำเสนอข้อเสนอแนะมาตรการรองรับกับการฟื้นตัวจากโควิด-19 ด้านการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับแนวคิด New Normal ที่เน้น “การเดินทางที่ปลอดภัย” (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

คำว่า “New Normal” ที่แปลว่า ความปกติใหม่, วิถีปกติใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563) ปกติแล้วสถานการณ์ที่เรียกว่า วิถีปกติใหม่ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ เช่น โครงสร้างทางกายภาพ โครงสร้างทางการตลาดหรือโครงสร้างทางสังคม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่คาดฝัน ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ โครงสร้างความต้องการใหม่ วิถีปฏิบัติใหม่

วิถีปกติใหม่ คือ การปรับตัวของทุกภาคส่วน นอกจากทุกคนต้องปรับตัวแล้ว สิ่งที่ยากขึ้นคือธุรกิจต่าง ๆ ก็ต้องปรับตัวเช่นกัน การใช้ชีวิตแบบ รักษาระยะห่าง หรือ "Social Distancing" ก็ถือว่าเป็นการใช้ชีวิตแบบ "วิถีปกติใหม่" ซึ่งเป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกัน จากที่เราเคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน เราต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้าน หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ ต้อง

ใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือก่อนด้วยสบู่และน้ำ หรือเจลแอลกอฮอล์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การใช้เทคโนโลยี ออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้ เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

ดังนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากเดิม อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติเปลี่ยนแปลงไป เพื่อเสริมสร้างและปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่ให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการบ่ยเบนออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ จนในที่สุด เมื่อเวลาผ่านไปจนทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติใหม่ของผู้คนในสังคม

2.4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในยุควิถีปกติใหม่

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 คลี่คลายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดยุทธศาสตร์การฟื้นฟูการท่องเที่ยว โดยการให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคนักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ การจ้างงานภาคประชาชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจภาคโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว (วิไลวรรณ วัชรประภา และ ยุภาพร ยุภาศ, 2564) นักท่องเที่ยวอาจมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากอดีต (Old Normal) ปรับมาเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวความเป็นปกติใหม่ (New Normal) โดยจะเพิ่มความใส่ใจในองค์ประกอบหลัก ๆ คือ “ความปลอดภัย (Safety)” “ความสะอาด (Hygiene)” “ความสมดุล (Balance)” “สุขอนามัย (Sanitation)” “ดิจิทัล (Digital)” “ความเชื่อถือได้ (Reliability)” และ “ความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility)” ซึ่งก็คือความสามารถในการบริหารจัดการกับ ซึ่งสถานะที่ไม่เป็นปกตินี้ได้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวต่าง ๆ จำเป็นอย่างยิ่งยิ่ง ที่จะต้องเตรียมความพร้อมและปรับรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการและการบริโภคแบบปกติใหม่ (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

ผลกระทบจากโควิด -19 แม้ว่าความกังวลในปัจจุบันจะลดลง และผู้คนเริ่มกลับมาใช้ชีวิตนอกบ้านตามปกติ แต่คนไทยยังมองว่าเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว 63 เปอร์เซ็นต์ คิดว่าจะมีผลกระทบกับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมในระยะยาว ดังนั้นพวกเขายังคงระมัดระวังกับการวางแผนทางการเงิน และการใช้จ่าย เพราะยังไม่มั่นใจกับอนาคตนั่นเองจากการทำวิจัยของบริษัท คันทาร์ พบการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ดังต่อไปนี้ (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563)

1. ผู้บริโภคใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จากความเครียด ความกังวล และความเหงา ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่กระทบกับผู้บริโภคชาวไทย คือเรื่องของสุขภาพจิต โดยร้อยละ 44 ของคนไทยบอกว่าได้รับผลกระทบทางอารมณ์และจิตใจจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เพราะ เห็นว่าปัญหาสุขภาพจิต

เป็นผลกระทบมาจากโควิด-19 ผู้บริโภคในประเทศไทย ใช้ Social Media Platform ต่าง ๆ ในการฟื้นฟูจิตใจ โดยการโพสต์ และแชร์ ความรู้สึกหรือปัญหาของตัวเอง การขอกำลังใจจากคนอื่น ๆ

2. ผู้บริโภคใช้ชีวิตอยู่บ้านมากขึ้น ถึงแม้ว่าเราจะสามารถเดินทางออกไปใช้ชีวิตได้เกือบปกติแล้ว แต่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ยังคงชอบที่จะหาความสุขจากการทำกิจกรรมในบ้าน เพราะติดกับการใช้ชีวิตในช่วง Lock down มีการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องครัว อุปกรณ์ทำอาหาร เพื่อตอบสนองกับการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ งานอดิเรกใหม่ หรือ การทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกครอบครัว

3. ผู้บริโภคต้องการ “ความสุข” ในขณะที่ออกไปข้างนอกบ้าน โดยความสุขนั้นต้องมาพร้อมกับ ความรู้สึกปลอดภัย ดังนั้น พวกเขาจึงออกไปท่องเที่ยว ช็อปปิ้ง หรือทำกิจกรรมนอกบ้าน เพื่อให้สอดคล้องกับ ความต้องการของสังคม ในขณะที่ยังคงใช้การช็อปปิ้งออนไลน์ (Online Shopping) เพื่อตอบสนอง “Functional shopping needs” หรือ การช็อปปิ้งที่สามารถใช้งานได้จริง เป็นหลัก ผู้บริโภครู้สึกว่า ชีวิตในปี นี้มีความเครียด มีเหตุการณ์ที่ชวนให้กังวล และมีหลายๆ ปัญหาทับซ้อนกันไม่ว่าเป็นโรคระบาด ปัญหาสังคม และการเมือง อีกทั้งเรื่องของภัยธรรมชาติ ดังนั้น ผู้คนจึงโยกหา “ความสุขเล็กๆ” คาดหวังกับ “Customer experience” ที่ดีขึ้น ที่สามารถทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และได้รับการต้อนรับที่ดี

4. ผู้บริโภคสร้าง “Content online” มากขึ้น โดยแสดงถึงตัวตนและเรื่องราวชีวิตของพวกเขา ผู้บริโภคมีความกระตือรือร้นมากขึ้นในการสร้างเนื้อหา และการแชร์เนื้อหาต่าง ๆ ซึ่งสิ่งนี้กระตุ้นให้เกิด ปรากฏการณ์ เช่นนี้ คือ การมีเวลากับโลกออนไลน์มากขึ้น การที่มี Platform ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาเพื่อให้ง่ายต่อ การสรรหา Content ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่มีกรอบความคิดต่าง ๆ น้อยลง และความต้องการในการได้รับการยอมรับ และได้รับ feedback จากคนอื่น ๆ เพื่อสร้างผลงานต่อ ๆ ไป

5. ผู้บริโภคมีความตื่นตัวมากขึ้นกับเรื่องของเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม โดยเฉพาะเรื่องของ เสรีภาพของการแสดงออก และความโปร่งใสและคุณธรรม ผู้บริโภคใช้สื่อ Social Media ในการแสดงออกถึง ความคิดเห็น เมื่อมีการรวมตัวเป็นกลุ่มทางสื่อสังคมออนไลน์ สื่อออนไลน์มีผลกับพลังและการแสดงออกของ ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าการสื่อสารที่รวดเร็ว สามารถทำให้กลุ่มนักเคลื่อนไหวมีความยืดหยุ่นในการ รวมตัวกัน นอกจากนี้ยังมีการแสดงออกถึง identity บางอย่าง ซึ่งเพิ่มสีสัน และอารมณ์ร่วม โดยเฉพาะในกลุ่ม วัยรุ่น และคนหนุ่มสาว เช่น การแต่งตัวตาม theme ต่าง ๆ การปักหมุดเชิงสัญลักษณ์ทางออนไลน์ หรือการ สร้าง Content ต่าง ๆ ใน Social Media เป็นต้น

จากบทความเรื่อง “Revitalising Thailand’s tourism sector: In search of enablers for future sustainability” ของ Bank of Thailand ร่วมวิจัยกับ Visa International (Thailand) (2021) ได้ ศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบ ลักษณะการท่องเที่ยว ประเภทของนักท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือก จุดหมายปลายทาง ในยุคเก่า (Old legacy) ก่อน New Normal และยุคใหม่ (New Positioning) ยุค New Normal ไว้ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงเปรียบเทียบการท่องเที่ยวในยุคเก่า และยุคปกติใหม่

ยุคเก่า (Old legacy)	ยุคปกติใหม่ (New Normal)
ลักษณะการท่องเที่ยว (Features) <ul style="list-style-type: none"> ● กิจกรรมในร่ม (In-door activities) ● ท่องเที่ยวในพื้นที่ยอดนิยมผู้คนแออัด ● พื้นที่สุ่มเสี่ยง (Crime-prone areas) 	ลักษณะการท่องเที่ยว (Features) <ul style="list-style-type: none"> ● กิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor activities) ● การท่องเที่ยวชุมชน และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Green & Communities based tourism) ● ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Medical & wellness) ● การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Meeting)
ประเภทของนักท่องเที่ยว (Travelers' Types) <ul style="list-style-type: none"> ● นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass/cheap tours) ● นักท่องเที่ยวรายได้น้อย (Low-Income Travelers) 	ประเภทของนักท่องเที่ยว (Travelers' Types) <ul style="list-style-type: none"> ● การท่องเที่ยวแบบส่วนตัว (Private tours) ● ท่องเที่ยวตามลำพัง : FITs ● นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic travelers) ● นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business travelers)
จุดหมายปลายทาง (Destinations) <ul style="list-style-type: none"> ● เลือกจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมอันดับต้น ๆ 	จุดหมายปลายทาง (Destinations) <ul style="list-style-type: none"> ● เลือกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่แออัด ● เลือกแหล่งท่องเที่ยว Unseen

จากตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบการจัดการการท่องเที่ยวในยุคเก่า (Old legacy) และยุคใหม่ (New Positioning) กล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวในยุคเก่า (Old legacy) และยุคใหม่ (New Positioning) มีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. ด้านลักษณะการท่องเที่ยว (Features) ในยุคก่อน New Normal ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด 19 ลักษณะการท่องเที่ยวมักจัดเป็นกิจกรรมในร่ม ในพื้นที่ปิด เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่แออัด แต่ในยุค New Normal ลักษณะการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่แออัด ทำกิจกรรมกลางแจ้งมากกว่าในร่ม สนใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชน และใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น

2. ประเภทของนักท่องเที่ยว (Travelers' Types) ในยุคก่อน “New Normal” เน้นการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และนักท่องเที่ยวรายได้น้อย ในยุค “New Normal” นักท่องเที่ยวเลือกการเดินทางแบบส่วนตัว ท่องเที่ยวแบบส่วนตัวมากขึ้น และเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศมากกว่าต่างชาติ รวมถึงเน้นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมากขึ้น

3. จุดหมายปลายทาง (Destinations) ในยุคก่อน “New Normal” นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมอันดับต้น ๆ แต่ในยุค “New Normal” นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่แออัด แหล่งท่องเที่ยว “Unseen” ที่ไม่ค่อยมีผู้คนรู้จัก






จิตรกร วิจารณ์รงค์ (2564) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวก่อนยุคปกติใหม่ และในยุคปกติใหม่ (New Normal) จะมีการเปลี่ยนแปลง 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของทุกคน บุคลากรต้องมีความรู้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ตามมาตรฐาน SHA

2. ด้านราคา การจัดการท่องเที่ยวก่อนยุคปกติใหม่นักท่องเที่ยวมักเดินทางเป็นหมู่คณะ ในการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่นั้น แต่ในปัจจุบันมักเดินทางด้วยตนเองส่งผลให้ต้นทุนค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูงขึ้น

3. ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากเกิดการระบาดของโรคทางเดินหายใจ COVID-19 นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางโดยรถส่วนตัว ไปแบบครอบครัว สถานที่พัก ร้านอาหาร เลือกร้านที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นสำคัญ

พุทธชาติ ลุนคำ และ รชฎ เลียงจันทร์ (2564) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ ในหลายปีที่ผ่านมา กลุ่มประชากรชนชั้นกลาง (Growing middle class) มีการขยายตัวของจำนวนประชากรจำนวนมาก มีข้อสันนิษฐานว่าประชากรกลุ่มนี้จะเป็นแรงขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้ทำให้สมมุติฐานในข้อนี้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวมองแบบ “เหมารวม” (Broad-based approach) มาเป็นแบบ “เฉพาะเจาะจง” (Targeted approach) ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุหรือแต่ละ เจนเนอเรชั่น (Generations) (ภาพที่ 2.2)

Generation	Age	Travel preferences	Hospitality preferences	Influencers	Changes after COVID
 Generation Z	< 24 years old (born after 1995)	Open-minded, bucket-list oriented, love adventure and eco-travel, love night life	Non-traditional hotels, eco-hotels	Social media	Less fear, ready to travel with fun (short-term), budgeted
 Generation Y (or Millennials)	24-37 years old (born between 1981-1994)	Travel solo or in pairs with a friend, visit family, prefer all-inclusive, relaxing and romantic gateways and sports	Smaller boutique brands, shared economy (AirBnB)	Advertising	Less fear, short-term travel, respond to travel campaigns
 Generation X	38-53 years old (born between 1965-1980)	Focus on experiences, travel less frequent than other generations, family trips, sports, business trips	Resort, family hotel, business trips	Tour groups, search engine tools	Fear, limit big spend, limit business trips
 Baby-boomers	54-72 years old (born between 1946-1964)	Focus on relaxed and non-adventure trips, big spend	Upscale, family hotel, traditional hotel concepts	Tour groups, word of mouth	Fear, somewhat limit travel
 Silver-hair generation	> 72 years (born before 1946)	Large group travel (more than 4 people), deep pocket, long vacations, big spend	Upscale, traditional hotel concepts	Tour groups, word of mouth, family	Fear, limit travel

ภาพที่ 2.2 ความแตกต่างของแต่ละช่วงอายุ (Generations)

ที่มา: Everymarketing, Index Creative Village Public Company Limited (Krungsri Research, 2021)

กลุ่ม Generation Y และ Generation Z เป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี และความสะดวกสบาย เป็นผู้ชื่นชอบการเดินทางแบบผจญภัยและมีจุดประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มักเดินทางคนเดียว เป็นคู่ หรือเป็นกลุ่มเล็ก แม้คนกลุ่มนี้กลัวโรคระบาดอยู่บ้างแต่พร้อมที่จะออกเดินทางอีกครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มียงบประมาณจำกัดและเลือกพำนักเพียงระยะสั้น ๆ

กลุ่ม Generation X เป็นกลุ่มประชากรที่เน้นการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจ เช่น การเดินทางกับครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือการเดินทางเพื่อธุรกิจ หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 กลุ่มประชากร Generation X ระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ Generation X มักเป็นกลุ่มที่มีครอบครัวและต้องดูแลผู้สูงอายุ จึงมีความกังวลต่อการเดินทางมากกว่ากลุ่ม Generation Z และ Generation Y การใช้จ่ายเพื่อการเดินทางจะใช้งบประมาณไม่สูงนัก มักเดินทางในช่วงวันหยุดยาวและระยะไม่ไกลมาก

กลุ่ม Baby-boomers และ Silver hair ก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 มีการคาดการณ์ว่ากลุ่มนี้มีศักยภาพในการใช้จ่าย เนื่องจากมีกำลังซื้อสูงและไม่มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการท่องเที่ยว แต่หลังการแพร่ระบาด คนกลุ่มนี้จะมีความกังวลในการเดินทางมากเป็นพิเศษ จากข้อมูลชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะมีอาการข้างเคียงจากการติดเชื้อรุนแรงกว่าเมื่อเทียบกับประชากรกลุ่มอื่น ซึ่งอาจนำไปสู่การป่วยหนักและเป็นอันตรายถึงชีวิต ผู้ประกอบการโรงแรมจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้คนกลุ่มนี้ โดยเฉพาะในเรื่องความสะอาด

ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคในยุควิถีปกติใหม่ไม่ได้หมายความว่า ชีวิตของคนเปลี่ยนไปจากเดิม แต่เป็นการที่คนไทยเปลี่ยนแปลง ปรับตัว รั้งกับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ โดยผสมผสานกับวิถีแบบเดิม ในบางด้านเป็นการจำใจต้องเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ขณะที่บางด้านเป็นการเปลี่ยนแปลงโดยอัตโนมัติ หลังจากมีพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นพฤติกรรม ณ ปัจจุบัน ที่มีเอกลักษณ์แบบไทย

2.4.3 การจัดการการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal Tourism)

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขที่ได้ออกแนวปฏิบัติโครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (The Amazing Thailand Safety and Health Administration) มาตรฐานภาคสมัครใจสำหรับผู้ประกอบการ หรือ ข้อกำหนดเบื้องต้นที่สถานประกอบการพึงมี เพื่อป้องกัน COVID-19 ซึ่งมาจากมาตรการด้านสาธารณสุขบวกกับมาตรฐานของสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย สภา สมาพันธ์ และสมาคมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการตรวจประเมิน Checklist พร้อมรับรองผลการปรับปรุงสถานประกอบการตามมาตรฐาน SHA โดยแบ่งเป็น 10 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ 1) ประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2) ประเภทโรงแรม/ที่พักและสถานที่จัดประชุม 3) ประเภทนันทนาการและสถานที่

ท่องเที่ยว 4) ประเภทยานพาหนะ 5) ประเภทบริษัทนำเที่ยว 6) ประเภทสุขภาพและความงาม 7) ประเภทห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า 8) ประเภทกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 9) ประเภทโรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม 10) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ โดยมีการระบุหมายเลขของตราสัญลักษณ์ SHA โดยมีมาตรฐานเบื้องต้นจากกรมควบคุมโรคของทุกสถานประกอบการ คือ สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค และการป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้มีรายละเอียดของมาตรฐานเฉพาะประเภทกิจการเพิ่มเติม โดยผู้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ต่อไป

ตารางที่ 2.2 แนวทางปฏิบัติตามมาตรการการจัดการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่

ผู้ประกอบการ/ผู้ให้บริการ	สำหรับนักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ
1. ตรวจวัดอุณหภูมิบริเวณทางเข้า-ออก	1. ลงทะเบียนก่อนเข้าสถานประกอบการ
2. ทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ	2. ให้ความร่วมมือในการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย
3. ให้บริการเฉพาะผู้สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย	3. สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย
4. มีระบบระบายอากาศที่เพียงพอ	4. เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
5. มีระบบไทยชนะหรือลงทะเบียนเข้าสถานประกอบการ	5. ล้างมือก่อนและหลังใช้บริการด้วยสบู่และน้ำหรือเจลแอลกอฮอล์
6. มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์	6. หลีกเลี่ยงการชำระเงินด้วยเงินสด เช่น การชำระเงินผ่านระบบโอนเงิน เป็นต้น
7. เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร	7. ปฏิบัติตามคำแนะนำของสถานที่ประกอบการอย่างเคร่งครัดเพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส
8. มีถังขยะที่มีฝาปิดมิดชิดและคัดแยกประเภทขยะ	8. นักท่องเที่ยวต้องได้รับวัคซีนป้องกันโรค COVID-19
9. บุคลากรต้องได้รับวัคซีนป้องกันโรค COVID-19	

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของทุกคน บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต้องมีความรู้ในด้านการจัดการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ตามมาตรฐาน SHA ของกระทรวงสาธารณสุข

การจัดการท่องเที่ยวประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทยในการช่วยให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับโรคระบาดครั้งนี้ ประกอบด้วย(กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

1. จำกัดการแพร่เชื้อจากคนสู่คน ในกลุ่มบุคคลที่สัมผัสใกล้ชิดป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ

2. ระบุแยก และดูแลผู้ป่วยระยะเริ่มต้น
3. ให้ความกระจ่างในประเด็นที่ยังคลุมเครือ เช่น ความรุนแรงของโรคติดต่อ ขอบเขตการแพร่ระบาด แนวทางการรักษาในปัจจุบัน และแนวทางปฏิบัติ
4. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่สำคัญและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน
5. ลดผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจผ่านการร่วมมือทุกภาคส่วน
6. การจัดการการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ภายหลังสถานการณ์การระบาดโรค COVID-19 ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว ต้องมีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมและปรับตัว เพื่อรองรับการปรับตัวเข้าสู่วิถีปกติใหม่ ร่วมมือกันตามแนวทางการจัดการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ดังนี้

ภาครัฐ มีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

ภาคเอกชน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและให้ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยว

ชุมชน ให้ความร่วมมือในการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาตนเองในการรองรับนักท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่

นักท่องเที่ยว ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามวิถีปกติใหม่ และปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด

ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) กล่าวไว้ว่าการฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 เน้นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นสำคัญ โดยการผลักดันการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเน้นการเพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ภายในภูมิภาคเพื่อเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ ธนาคารกรุงไทยได้จัดตั้งโครงการเราเที่ยวด้วยกันโดยมีนโยบาย คือ “เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชนผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในองคร่วม” โดยมีระยะเวลาโครงการเราเที่ยวด้วยกันครั้งที่ 4 ส่วนต่อขยาย คือ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม – 31 ตุลาคม 2565 มีรายละเอียดดังนี้ (เราเที่ยวด้วยกัน, 2565)

1. สนับสนุนส่วนลดค่าโรงแรมที่พัก
 - 1.1 สนับสนุนส่วนลดค่าโรงแรมที่พัก
 - 1.2 รัฐบาลสนับสนุนค่าโรงแรม 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน ทั้งนี้ไม่เกิน 3,000 บาทต่อห้องต่อคืน โดยจำกัดสิทธิคนละไม่เกิน 10 ห้อง หรือ 10 คืน
 - 1.3 เมื่อจองที่พักแล้ว ไม่สามารถยกเลิกได้แต่สามารถเลื่อนวันเข้าพักได้ การเลื่อนเข้าพักต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่โครงการกำหนด

2. สนับสนุนส่วนลดค่าอาหารและค่าเช่าสถานที่ท่องเที่ยว

2.1 รัฐบาลจะสนับสนุนคูปองอาหาร/ท่องเที่ยวมูลค่า 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับประชาชน เมื่อเช็คอินและเข้าพักโรงแรมสำเร็จ

2.2 จะได้รับคูปองอาหาร/ท่องเที่ยว วันละ 1 ครั้ง หลังเวลา 17:00 น. ของวัน check-in โดยคูปองจะหมดอายุเวลา 23:59 น. ของวัน check-out

2.3 บัตรกำนัล (คูปอง) อาหาร/ท่องเที่ยว ที่สามารถใช้ได้ที่ร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยวที่ร่วมโครงการ โดยประชาชนชำระ 60% และรัฐบาลสนับสนุนอีก 40% ผ่านการตัดเงินจากคูปอง

3. สนับสนุนค่าเดินทางโดยเครื่องบิน

3.1 ประชาชนที่เข้ามากรอกข้อมูลเพื่อรับเงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินจะต้องเป็นผู้ที่จองโรงแรมผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันเท่านั้น โดยมีสิทธิในการได้รับเงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบิน 2 สิทธิผู้โดยสาร ต่อ 1 ห้องโรงแรมที่จอง ทั้งนี้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท ต่อผู้โดยสาร

3.2 สิทธิเพิ่มเติมรับเงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อผู้โดยสาร เมื่อเดินทางท่องเที่ยวไปยัง ภูเก็ต พังงา กระบี่ สุราษฎร์ธานี สงขลา เชียงใหม่ และเชียงราย

3.3 ประชาชนต้องจ่ายเงินค่าตัวเต็มจำนวนไปก่อน ณ ตอนจองตัวเครื่องบิน และต้องมีการเดินทางในเที่ยวบินนั้นจริง รวมถึง check-in และ check-out ที่โรงแรมที่จองไว้กับโครงการจริง

3.4 ตัวเครื่องบินเป็นประเภทไปหรือกลับ หรือทั้งไปและกลับจากจังหวัดที่อยู่ภาคเดียวกัน จังหวัดที่จองโรงแรม (กรณีขึ้นลงคนละจังหวัดก็สามารถทำได้ กับเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคเดียวกันกับจังหวัดที่จองโรงแรม)

3.5 วันที่เดินทางไปหรือกลับ ต้องไม่ห่างจากวัน check-in หรือ check-out โรงแรมที่จองผ่านโครงการไม่เกิน 5 วัน และการเดินทางกลับจากการท่องเที่ยวจะต้องอยู่ภายใน 31 ตุลาคม 65

อรรถพล ศิริเวชพันธุ์ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: กรณีศึกษาร้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และศึกษาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่ความปกติใหม่ กล่าวว่า ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานความปกติใหม่ที่สอดคล้องกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย มีการประยุกต์ใช้มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย: SHA เพื่อรองรับการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด 19 ชุมชนมีการวางรูปแบบการจัดการด้วยตนเอง โดยมุ่งเน้นองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านผู้ประกอบการ ด้านผู้ให้บริการ และด้านผู้รับบริการ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน SHA

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ พบว่า การท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ (New Normal Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อันเนื่องจาก

ผลกระทบโรคทางเดินหายใจ COVID-19 ทำให้เกิดการปรับตัว เกิดแนวทางปฏิบัติใหม่ในการท่องเที่ยว โครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ที่เป็นมาตรการสำคัญด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การใส่หน้ากากอนามัย การรักษาระยะห่างทางสังคม ลดการสัมผัสและใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด รักษาความสะอาด และล้างมือบ่อย ๆ ด้วยแอลกอฮอล์ในยุค COVID-19 ที่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องใส่ใจ

2.5 บริบทการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

“ภูเก็ต” เป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อว่าเป็นไข่มุกอันดามัน คือดินแดนที่มีความงามทางธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอันดีงาม สถาปัตยกรรมสไตล์ซิโน-โปรตุกีสที่ปลูกเสหน์ของย่านเมืองเก่าเป็นที่น่าหลงใหลสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่อยู่ทางใต้ของประเทศไทย และได้ชื่อว่า เมือง “East Meet West” ที่ที่ซึ่งตะวันออกพบตะวันตก เนื่องจากภูเก็ตมีลักษณะของความทันสมัยและเป็นเมืองนานาชาติที่ในขณะเดียวกันก็ดำรงศิลปะและวัฒนธรรมได้อย่างเด่นชัด จึงทำให้ภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมและต้องการเดินทางไปพักผ่อน เนื่องจากมีความหลากหลายทางด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางทะเล และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจังหวัดเดียวที่มีสภาพเป็นเกาะตั้งอยู่ในทะเลอันดามันเป็นแนวจากทิศเหนือไปทิศใต้ พื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 เป็นภูเขา มียอดเขาที่สูงที่สุด คือ ยอดเขาไม้เท้าสิบสอง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 529 เมตร และประมาณร้อยละ 30 เป็นพื้นที่ราบอยู่ตอนกลางและตะวันออกของเกาะ พื้นที่ชายฝั่งด้านตะวันออกเป็นดินเลนและป่าชายเลน ส่วนชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกเป็นภูเขา และหาดทรายที่สวยงามจังหวัดภูเก็ตและถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย มีพื้นที่ 543.034 ตารางกิโลเมตร ในปี 2561 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติถึง 13,410,658 คน และเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 377,878.09 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2563)

เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากมีจุดแข็ง (Strength) ในด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก ทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา มีความได้เปรียบด้านที่ตั้งที่เหมาะสมมีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและหลากหลาย มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยช่วงก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ในปี พ.ศ. 2562 จังหวัดภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวถึง 14,576,466 คน สร้างรายได้ 422,891 ล้านบาท โดยรายได้ส่วนใหญ่ของจังหวัดภูเก็ตถึงร้อยละ 97 เป็นรายได้ที่มาจากภาคการท่องเที่ยวและบริการ หลังจากเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากสาเหตุหลัก คือ ในหลายปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจและรายได้ของจังหวัดภูเก็ตพึ่งพิงการท่องเที่ยว เป็นสำคัญ เมื่อมีปัจจัยกระทบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีผลต่อวิกฤตทางเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างมาก (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2565)

ตารางที่ 2.3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2562 – 2564 (คน)

นักท่องเที่ยว	ปี 2564	ปี 2563	การเปลี่ยนแปลง	ปี 2562	การเปลี่ยนแปลง
ชาวไทย	923,767	1,892,436	-51.19	3,977,545	-52.42
ชาวต่างชาติ	224,537	2,110,854	-89.36	10,598,921	-80.08
รวม	1,148,304	4,003,290	-71.32	14,576,466	-72.54

ที่มา: รายงานสถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2563 และ ปี 2564

สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ปี 2562 มีจำนวน 3.97 ล้านคน ในขณะที่ ปี 2563 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.89 ล้านคน ซึ่งอัตราการนักท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 52.42 และในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวน 0.92 ล้านคน เมื่อเทียบกับสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2563 ลดลงถึง ร้อยละ 51.19 ในขณะที่สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต 14.58 ล้านคน ในปี 2563 มีจำนวน 2.11 ล้านคน ลดลงร้อยละ 80.08 และในปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 0.22 ล้านคน ลดลงถึงร้อยละ 89.36 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

ตารางที่ 2.4 แสดงรายได้จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2562 – 2564 (ล้านบาท)

นักท่องเที่ยว	ปี 2564	ปี 2563	การเปลี่ยนแปลง	ปี 2562	การเปลี่ยนแปลง
ชาวไทย	8,263.94	20,936.53	-60.53	49,725.77	-57.90
ชาวต่างชาติ	13,056.16	87,527.00	-85.08	393,164.90	-77.74
รวม	21,320.00	108,464.00	-80.34	442,891	-75.51

ที่มา: รายงานสถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2563 และ ปี 2564

ด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2562 จังหวัดภูเก็ตมีรายได้ 49,725 ล้านบาท ในขณะที่ในปี 2563 หลังจากสถานการณ์โควิด 19 มีรายได้ 20,936 ล้านบาท รายได้ลดลงถึง ร้อยละ 57.9 และในปี 2564 มีรายได้ 8,263.94 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 60.53 เมื่อเทียบกับปี 2563 ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปี 2562 เท่ากับ 393,164 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 ที่มีรายได้ 87,527 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลงถึง ร้อยละ 77.74 และในปี 2564 มีรายได้เพียง 13,056 ล้านบาท ลดลงถึงร้อยละ 85.08

ตารางที่ 2.5 แสดงจำนวนผู้เข้าพักในจังหวัดภูเก็ต ปี 2562-2564

จังหวัด	ปี 2564	ปี 2563	การเปลี่ยนแปลง	ปี 2562	การเปลี่ยนแปลง
ภูเก็ต	925,209	3,544,395	-73.90	13,047,000	-72.83

ที่มา: รายงานสถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2563 และ ปี 2564

ด้านจำนวนผู้เข้าพักในจังหวัดภูเก็ต ปี 2562-2564 แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้เข้าพักที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในปี 2562 มีจำนวนผู้เข้าพัก 13 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 ที่มีผู้เข้าพัก 3.54 ล้านคน ลดลงร้อยละ 75.83 ในขณะที่ ปี 2564 มีจำนวนผู้เข้าพักเพียง 9.25 แสนคน ลดลงถึงร้อยละ 73.9 จากปีที่ผ่านมา

2.5.1 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

การแบ่งกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตามพื้นที่จังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวตามพื้นที่ได้ ดังนี้ (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2563)

2.5.1.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แบ่งได้เป็น

1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด จังหวัดภูเก็ตมีชายหาดอยู่หลายแห่งซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี ชายหาดส่วนใหญ่อยู่ทางฝั่งตะวันตกของเกาะ ได้แก่

หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน (ภาพที่ 2.3) เป็นหาดทรายยาว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน กิจกรรมชายหาด กีฬาทางน้ำ และกิจกรรมนันทนาการรูปแบบต่าง ๆ



(ก)



(ข)

ภาพที่ 2.3 พื้นที่ชายหาด: (ก)ชายหาดกะตะ-หาดกะรน และ (ข) พื้นที่กิจกรรมบนชายหาดกะตะ

ที่มา: <https://blog.bangkokair.com/หาดกะตะ-หาดกะรน/>

หาดสุรินทร์ หาดกมลา หาดกะหลิม หาดในหาน หาดราไวย์ เป็นชายหาดทรายน้อย ๆ แต่มีความเป็นส่วนตัว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน

ชายหาดอ่าวบางเทา เป็นชายหาดที่เงียบสงบและเป็นที่ตั้งของโรงแรมที่พัก และบ้านพักตากอากาศรองรับกลุ่มผู้มีรายได้สูง

ชายหาดที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติสิรินาถ ได้แก่ หาดทรายแก้ว หาดไม้ขาว หาดในยาง หาดในทอน เป็นชายหาดที่ค่อนข้างเงียบสงบ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์จะมีเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่

อ่าวต่าง ๆ ทางฝั่งตะวันออก มีทิวทัศน์ที่สวยงาม แต่ไม่เหมาะในการลงเล่นน้ำ จึงเป็นที่ตั้งของท่าเรือไปเกาะต่าง ๆ และมารีน่า ได้แก่ อ่าวปอ อ่าวสะบ้า อ่าวภูเก็ต อ่าวมะขาม และอ่าวฉลอง

2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว มีสิ่งที่น่าสนใจ ได้แก่ โครงการคืนชะนีสู่ป่า น้ำตกโดนไพร น้ำตกบางแป และต้นปาล์มหลังขาว ศูนย์ศึกษาธรรมชาติทำฉัตรไชย มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนระยะทาง 600 เมตร ตั้งอยู่ในอำเภอถลาง

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ จังหวัดภูเก็ตมีเกาะบริวารทั้งหมด 39 เกาะ ส่วนใหญ่อยู่ทางตะวันออกและทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต เกาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่

เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย เกาะเฮ เกาะโลขน เกาะบอน เกาะแก้ว และเกาะไม้ท่อน ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต เหมาะสำหรับพักผ่อนชายหาด ดำน้ำดูปะการัง (เกาะเฮ เกาะไม้ท่อน) ตกปลา (เกาะราชาน้อย) และพักผ่อน บนเกาะแก้วมีรอยพระพุทธรูปบาทจำลองตั้งอยู่ด้วยเกาะที่มีที่พักให้บริการบนเกาะ ได้แก่ เกาะราชาใหญ่ เกาะเฮ เกาะโลขน และเกาะไม้ท่อน (รีสอร์ทส่วนตัว)

เกาะตะเภาใหญ่ ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะภูเก็ตบริเวณอ่าวภูเก็ต มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ นกเงือก และมีที่พักแรมบริการบนเกาะ

เกาะรังใหญ่ เกาะมะพร้าว เกาะไข่นอก ตั้งอยู่ทางตะวันออกของเกาะภูเก็ตบริเวณอ่าวสะบ้า เหมาะสำหรับพักผ่อนชายหาด และเล่นน้ำ ที่เกาะรังใหญ่มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ ฟาร์มหอยมุก กิจกรรมพายเรือแคนู และขี่จักรยานรอบเกาะ ส่วนเกาะมะพร้าวมีหมู่บ้านประมงที่ยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เส้นทางศึกษาธรรมชาติ นักท่องเที่ยวสามารถขี่จักรยาน และพักผ่อนบนเกาะได้

เกาะนาคาน้อย ตั้งอยู่ทางตะวันออกของเกาะภูเก็ตใกล้กับอ่าวปอมีฟาร์มหอยมุกและการสาธิตการเลี้ยงมุกให้นักท่องเที่ยวชม มีร้านอาหารทะเลบริการ แต่ไม่มีที่พักแรม

เกาะแรด และเกาะนาคาใหญ่ ปัจจุบันกำลังดำเนินการก่อสร้างรีสอร์ทหรูหราชองเอกชนรองรับกลุ่มผู้มีรายได้สูง

จุดชมทิวทัศน์ ได้แก่ จุดชมทิวทัศน์แหลมพรหมเทพ (ภาพที่ 2.3) แหลมกาแหลมพันวา หาดกะตะ-กะรน จุดชมวิวเขารัง (ภาพที่ 2.4) และเขาขาด



(ก)



(ข)

ภาพที่ 2.4 จุดชมทิวทัศน์: (ก) แหลมพรหมเทพ และ (ข) จุดชมวิวยูเออาร์
ที่มา: <https://www.arunphuketcarrent.com/9-จุดชมวิวที่ตึกภูเก็ต/>

4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา กระจายอยู่บนเกาะภูเก็ตทางตอนในของเกาะ

4.1 ในอำเภอเมือง ที่สำคัญ ได้แก่ ตัวเมืองภูเก็ต ซึ่งมีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ ถนนกลางและอาคารศิลปะแบบชิโนโปรตุกีสอยู่หลายแห่ง (ภาพที่ 2.5) เช่น พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต ธนาคารนครหลวงไทย ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขหลังเก่า อาคารสำนักงานที่ดิน บ้านหลวงอำนางนราธิราช วัดฉลอง ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต



(ก)



(ข)

ภาพที่ 2.5 จุดชมทิวทัศน์: (ก) อาคารชิโนโปรตุกีสเมืองเก่าภูเก็ต และ (ข) ถนนกลาง
ที่มา: <https://travel.kapook.com/view147299.html>

4.2 ในอำเภอกลางที่สำคัญ ได้แก่ อนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรี และท้าวศรีสุนทร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกลาง วัดพระทอง วัดพระนางสร้าง วัดม่วงโกมารภัจจ์ (เชียมซีประวัติศาสตร์ที่เดียวในภูเก็ต) วัดไชยธาราราม (พระบรมสารีริกธาตุ) วัดสี่ลสุการาม (แหล่งปฏิบัติธรรม หลวงปู่สุภาภณุตสีโล) บ้านพระยาวิชิตสงคราม (เมืองกลางเก่า) บ้านพระพิทักษ์ชินประชา

5) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made attraction) ทั้งในรูปแบบของสถานบันเทิง การแสดงโชว์ต่าง ๆ สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ (Theme park) พิพิธภัณฑ์เฉพาะทางสวนสัตว์ และสวนสนุกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กระจายกันอยู่ทั่วไปตามชายหาดสำคัญและทางตอนในของเกาะ เช่น ภูเก็ตแฟนตาซี โซม่อน คาบาเรย์ ในอำเภอกะทู้ ฟาร์มจระเข้ และสวนเสือภูเก็ต สวนผีเสื้อ และอควาเรียมภูเก็ต พิพิธภัณฑ์เปลือกหอย ไตโนปาร์ค สวนสัตว์ภูเก็ต สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หมู่บ้านไทยและสวนกล้วยไม้ภูเก็ต ในอำเภอเมือง และมีสวนสาธารณะที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในจังหวัด และนักท่องเที่ยวที่สะพานหิน และเขารัง

6) แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมและความสนใจพิเศษ มีหลากหลายประเภทที่เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดภูเก็ต ได้แก่

6.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งสถานที่ประกอบกิจกรรมกีฬาทางบก เช่น สนามกอล์ฟ สนามขี่ม้า แหล่งตกปลา สถานที่ประกอบกิจกรรมกีฬาทางน้ำ เช่น วินด์เซิร์ฟ เคเบิลสกี สถานที่ประกอบกิจกรรมกีฬาผาดโผน (Extreme games) เช่น บันจี้จัมพ์ เพนท์บอลโกคาร์ท ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณหาดป่าตอง บนเกาะภูเก็ตมีสนามกอล์ฟกระจายอยู่ 5 แห่ง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอกลาง 4 แห่ง และอำเภอกะทู้ 1 แห่ง แหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียงมีทั้งกิจกรรมดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก ได้แก่ หมู่เกาะราชา เกาะเฮ เกาะไม้ท่อน หินหมูสังนอกและหินหมูสังใน (Anemone Reef และ Shark Point) เรือจมคิงส์ครุยเซอร์ (ระหว่างเกาะภูเก็ตและเกาะพีพี) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเดินไต้ทะเล (Sea Walking) ที่เกาะเฮด้วย ปัจจุบันมีการสร้างแหล่งดำน้ำแห่งใหม่บริเวณอ่าวบางเทา โดยนำซากเครื่องบินรบสมัยสงครามเกาหลีมาทำเป็นปะการังเทียม จำนวน 10 ลำ ห่างจากชายฝั่ง 1 กิโลเมตร ลึก 15-20 เมตร ซึ่งคาดว่าจะมีผู้มาดำน้ำปีละ 2,000 คน

6.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สปาให้บริการตามโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ศูนย์บริการทางการแพทย์ (Medical health care center)

6.3 แหล่งซื้อสินค้า ได้แก่ ร้านค้าขายของที่ระลึกทั่วไป ร้านค้าตามชายหาดที่เป็นที่นิยม เช่น หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน สินค้าพื้นเมืองที่เป็นที่รู้จักกันดี เช่น น้ำพริกกุ้งเสียบ แกงไตปลา ผ้าบาติก เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ขนมหั้ว ส้อ เครื่องประดับจากไข่มุก นอกจากนี้ ยังมีแหล่งซื้อสินค้าแบรนด์เนมในลักษณะของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้าจังซีลอน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล และภูเก็ตเอาท์เลท

6.4 การล่องเรือยอร์ชไปยังเกาะต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จิรวัดน์ จูเจริญ และ ชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” เป็นการวิจัยเชิงอธิบาย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.5) มีอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 44.25) มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 53.25) ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ

29.25) และมีรายได้ 10,001-17,000 บาท (ร้อยละ 42.25) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ครั้งแรก (ร้อยละ 80.25) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 89.25) เดินทางมาเป็นหมู่คณะกับเพื่อน (ร้อยละ 48.5) นิยมวางแผนรูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 57.75) มีระยะเวลาในการเดินทาง 2-4 วัน (ร้อยละ 38.25) รู้จักแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 49.6) ยานพาหนะในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คือ เช่น รถยนต์ (ร้อยละ 61.36) สถานที่พัก คือ โฮสเทล (ร้อยละ 40.25) มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด ต่อคน/ต่อครั้ง 10,001-17,000 บาท (ร้อยละ ร้อยละ 42.25) จะกลับมาท่องเที่ยวอีก (ร้อยละ 77) และจะแนะนำชักชวนให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 86.25) ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ก่อนการเดินทาง ด้านการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.57) ระหว่างการเดินทาง ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.86) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.45) ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.37) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.63) ด้านระยะเวลาอยู่ในระดับปานกลาง 3.28 ด้านการไหลเวียนทางการเงินมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.54) ความคิดเห็นหลังการเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.95)

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ผลการวิจัย พบว่า จึงตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้เครื่องบิน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3-4 วัน แหล่งข้อมูลข่าวสารได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ นิยมเดินทางกับเพื่อนหรือคู่รัก ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากความมีชื่อเสียง เลือดย่านที่พักในโรงแรม/รีสอร์ท โดยมีวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สาเหตุของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือรู้สึกเครียดเรื่องงานจึงอยากผ่อนคลาย ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทาง ช่วงเวลา และการตัดสินใจเลือกสถานที่ อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้เดินทาง ช่วงเวลา และการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทาง พาหนะที่เลือกใช้ ระยะเวลาในการเดินทาง แหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทาง พาหนะที่เลือกใช้ ระยะเวลาในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และการเลือกที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

Chebli and Foued (2020) ได้ศึกษาเรื่อง “The impact of Covid-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และระบุความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยระบุว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแง่ของความปลอดภัยส่วนบุคคล โดยพบว่านักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงการเดินทาง

เป็นกลุ่มและหลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีผู้คนแออัด ด้านค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวจึงระมัดระวังค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้นเนื่องจากวิกฤติทางเศรษฐกิจ ด้านความเชื่อมั่น นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานและแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจ และทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเชิงบวกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

พัชรี แก้วชู (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19” ผลการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวแบบ New Normal นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการสวมใส่หน้ากากอนามัยของพนักงานที่ให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ต่างกัน และประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ทัศนคติต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 และปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นภาพรวมปัจจัยการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวแบบปกติใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.65) โดยให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.91) รองลงมาคือ ด้านราคา (\bar{X} = 4.50) ด้านที่พัก (\bar{X} = 4.48) และด้านสถานที่ท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.47) ตามลำดับ ผลชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจเดินทาง เพราะการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นเรื่องความสมัครใจ และทุกอย่างจะหยุดชะงักหากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัย

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ ชนม์ชนก ชิตประเสริฐ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “ความเชื่อมั่นแบบปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเชื่อมั่นแบบปกติใหม่ที่จะใช้บริการสายการบินภายในประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.55) โดยด้านความปลอดภัยมีความสำคัญมากที่สุด (\bar{X} = 4.88) รองลงมา คือ กระบวนการให้บริการ (\bar{X} = 4.51) และด้านราคา (\bar{X} = 4.40) ตามลำดับ ซึ่งก่อนการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ตนไม่คุ้นเคย นักท่องเที่ยวมักจะต้องการสร้างความมั่นใจให้กับตนเองว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นปลอดภัย การท่องเที่ยวจะหยุดชะงักทันทีถ้าหาก นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีอันตราย

ชนิสรา กุลสันตวิวงศ์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19” การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาด

โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ความปลอดภัยทางธรรมชาติ ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และโรคระบาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19

ศุภัตรา ฮวบเจริญ และ นันทินี ทองอร (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโรคระบาด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโควิด 19 โดยใช้โครงการนำร่อง “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” เป็นต้นแบบ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-30 ปี มีรายได้ 15,001-30,000บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโควิด 19 มีความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโรคระบาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.45) รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (\bar{X} = 4.58) ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.48) ด้านการให้บริการ (\bar{X} = 4.37) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.35) ตามลำดับ

นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ และคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด 19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรฐานความปลอดภัยของที่พักในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมเชิงปริมาณโดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า มาตรฐานความปลอดภัยของที่พักในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากกว่าราคาของที่พักต่างจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอดีต

2.6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ประเสริฐ ใจสม และคณะ (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “บุพปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง” ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะมีสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างกันไป และพบว่า การรับรู้จุดดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ล้วนมีผลต่อความรู้สึกพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยว และพบอีกว่า ความพึงพอใจด้านการบริการ และด้านการเข้าถึงมีอิทธิพลทางตรงต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวเมืองรอง และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดีจะก่อให้เกิดความประทับใจและส่งผลกระทบต่อความต้องการกลับมาเยือนซ้ำ

กมล เกียรติพงษ์ และ พัชรียา หลีกเพ็ชร (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีจากมุมมองการรับรู้องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ทักษะคนดี และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อำเภอแม่เมาะ จังหวัด

ลำปาง” โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 660 คน ทำทศวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.25) ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.28) การรับรู้ปัจจัยความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงบวก และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดี รวมถึงปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จรินทร์ พักประไพ และ ณิชฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 305 คน ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์ขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การนั่งรถรางชมสัตว์พร้อมบรรยายให้ความรู้และเดินชมสวนสัตว์ต่างโซนต่าง ๆ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นหลังได้รับการบริการ เกิดจากการรับรู้และความคาดหวังในผลิตภัณฑ์และบริการ ถ้าการรับรู้ของนักท่องเที่ยว หรือประสิทธิภาพของสินค้าต่ำกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามถ้าหากการรับรู้ของนักท่องเที่ยว หรือประสิทธิภาพของสินค้าสูงกว่าความคาดหวัง นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

เพียงใจ คงพันธ์ และ ภัทรารวรรณ วังบุญคง (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาศูนย์จังหวัดนครศรีธรรมราช” ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ คือ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขาศูนย์ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขาศูนย์ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาศูนย์ที่ถูกจำแนกตามเพศและอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาศูนย์ถูกจำแนกตามอายุ สถานภาพ และรายได้ แตกต่างกัน ด้านบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน สำหรับด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปรับปรุงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสามารถเข้าถึงแหล่งเที่ยวนั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

บุญยวีร์ เตี้ยวานิช (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะพะงัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 30,001-60,000 USD และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เหตุผลที่มาท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน เดินทางมากับเพื่อนด้วยโดยรถโดยสารประจำทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 2,000 USD ช่วงเวลาเดินทางคือวันหยุดตามเทศกาล และแหล่งสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ด้านความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านความดึงดูดโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ในด้านสถานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ

ฐิตาภา ตันติพันธ์วดี (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด-19” โดยศึกษาผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านกลุ่มตัวอย่าง 401 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความเต็มใจที่จะจ่าย และด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในช่วงระยะเวลาการระบาด โควิด-19 ประกอบไปด้วย (1) การได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว (2) การตัดสินใจเลือกจังหวัดภูเก็ตเป็นสิ่งที่ถูกต้อง (3) การได้รับประสบการณ์ตรงตามที่คาดหวัง (4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว (5) คุณภาพการบริการที่พึกและแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (6) ความประทับใจในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตช่วงระบาดโรคโควิด-19 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.99 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวภูเก็ตซ้ำและแนะนำบอกต่อ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.6.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดหมายปลายทาง

Suptytchayangkool, (2012) ศึกษาเรื่อง “ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจกับไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการและการกลับมาเที่ยวซ้ำพัทยา” ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวอเมริกาและยุโรป พบว่า ผลการสำรวจ นักท่องเที่ยว 307 คน ที่มีความพึงพอใจ ในขณะที่นักท่องเที่ยว 93 คน ไม่พึงพอใจ ในด้านคุณภาพการให้บริการของเมืองพัทยา จากจำนวน 307 ของนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจ 264 คน เป็นชาวยุโรป ในขณะที่ 43 คน เป็นชาวอเมริกัน และนักท่องเที่ยวที่ไม่พึงพอใจ ประกอบด้วย ชาวยุโรป 85 คน และชาวอเมริกัน 8 คน ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาซ้ำในเชิงบวก ในด้านประสบการณ์ ข้อมูล การต้อนรับ ราคาการเงิน การคมนาคม และอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจคุณภาพการบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะพิจารณาองค์ประกอบคุณภาพการในด้านความตั้งใจที่จะทบทวนประสบการณ์หลังท่องเที่ยว ข้อมูล การต้อนรับ สุขอนามัย ความคุ้มค่า และการคมนาคม เมื่อเปรียบเทียบกันพบว่าการรับรู้ที่สูงขึ้นต่อคุณภาพการให้บริการของเมืองพัทยา

Sangpikul (2016) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” พบว่า ตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวและความภักดีของนักท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์การเดินทาง โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 457 คน ที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน ในขณะที่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีด้านสภาพภูมิอากาศ และความสะอาดของจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในเรื่องสิ่งดึงดูดใจทางชายทะเลและคนในท้องถิ่นมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมในจุดหมายปลายทาง

Thanh et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง “Relationships among Expectations, Satisfaction and Loyalty of Visitors to Craft Village” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างความ

คาดหวัง ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้มาเยือนต่องานฝีมือในการท่องเที่ยวหมู่บ้านหัตถกรรม ผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และคุณค่าทางการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ($\beta = 0.6$) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ($\beta = 0.5$) และความภักดีของนักท่องเที่ยว ($\beta = 0.39$) ในทำนองเดียวกัน ผลลัพธ์บ่งชี้ว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกของคุณค่าทางการรับรู้ ต่อความพึงพอใจ ($\beta = 0.28$) และความภักดีของนักท่องเที่ยว ($\beta = 0.2$) การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งระหว่างความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความภักดี ซึ่งจะเป็นการค้นพบที่สำคัญสำหรับนักการตลาดด้านการท่องเที่ยวในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง นักการตลาดคาดหวังว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยมีค่า $\beta = 0.176$

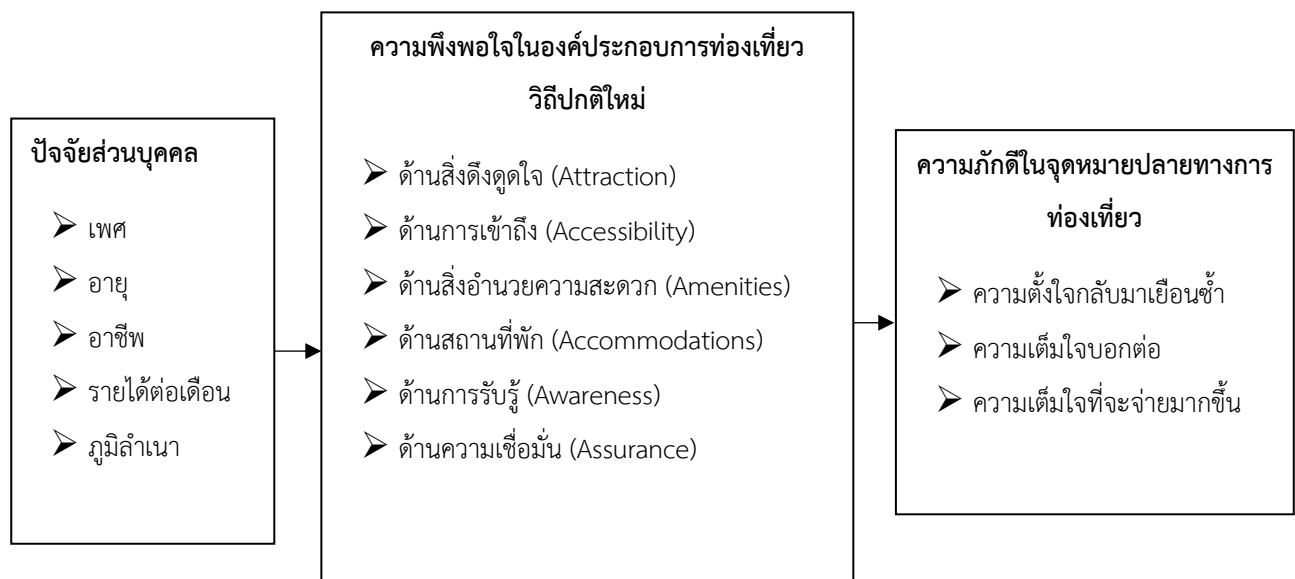
ชญาณิศ วังษ์พันธุ์ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป” โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 246 คน ใช้วิธีเลือกโดยอาศัยความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามภาษาอังกฤษ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริการ รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านบุคคล ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง มีอิทธิพลต่อการจะไม่กลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ฤดี หลิมไพโรจน์ และ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2563) ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ตามด้วยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมตามลำดับ และความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด ในขณะที่ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และของที่ระลึก มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำรองลงมาตามลำดับ

2.7 กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต” จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตัวแปรตาม ผู้วิจัยใช้แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประยุกต์ใช้ทฤษฎี

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6As ของ Pelasol et al. (2012) โดยเลือกใช้ 4As ประกอบไปด้วย ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านสถานที่พักแรม (Accommodation) และแนวคิดจุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จ (The Successful Destination) โดยเลือก 2As จาก 10As ของ อลาสแตร์ มอร์ริสัน (Morrison, 2019) ประกอบด้วย การรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว (Awareness) ความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยว (Assurance) สร้างเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ ความเต็มใจบอกต่อ และความคุ้มค่ากับเงินและเวลา โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณที่ประกอบไปด้วย ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลผลข้อมูล วิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ และการทดสอบสมมติฐาน โดยมีลำดับ ดังนี้

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัยครั้งนี้จำแนกได้ 2 ประเภท คือ

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อมุ่งศึกษาข้อเท็จจริงจากความคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้าเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ สิ่งพิมพ์ เอกสารอื่น ๆ ตลอดจนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร (Population)

ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและพักอาศัยอย่างน้อย 1 คืนหรือใช้เวลาท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยการเลือกเฉพาะ (Purposive Sampling) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี และพำนักอย่างน้อย 1 คืน หรือใช้เวลาท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n คือ กลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ Z คือ ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ คือ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เมื่อ E คือ สัดส่วนค่าความคลาดเคลื่อน

ในที่นี้ความต้องการการคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ($E=0.05$) ด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดผู้วิจัยจึงสำรวจไว้ 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Check - list) เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check - list) เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 คำถามปลายปิด (Close ended questionnaire) เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6As) จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีปกติใหม่ โดยใช้โครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับโดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลข้อมูลอัตราภาคชั้น โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้ช่วงระหว่างชั้นเท่ากับ 0.8 คะแนน แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและเกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close ended questionnaire) เกี่ยวกับความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการทบทวนวรรณกรรมของ Robinson and Etherington (2006) และ Sangpikul (2016) ที่เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจในจุดหมายปลายทาง เพื่อให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับโดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลข้อมูลอัตราภาคชั้น โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้ช่วงระหว่างชั้นเท่ากับ 0.8 คะแนน แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและเกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open ended questionnaire) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลและให้ผลการวิจัยที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือได้มากที่สุด มีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างคำถามในแบบสอบถาม

3.4.2 การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นมาแล้วนำเสนอแบบสอบถามให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.4.3 การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อความคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงวิธีเก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha กับแบบสอบถามที่จะไปเก็บจริงจะต้องได้ผลการวิเคราะห์ในแต่ละมิติมากกว่า 0.7 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่า Cronbach's Alpha

ตัวแปร	Cronbach's Alpha (30 ชุด)
ด้านความดึงดูดใจ (Attractions)	.773
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	.860
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	.878
ด้านสถานที่พัก (Accommodation)	.862
การรับรู้ (Awareness)	.789
ความเชื่อมั่น (Assurance)	.860
ความภักดีในจุดหมายปลายทาง	.861

จากตารางได้ค่า Cronbach's Alpha ในแต่ละมิติมากกว่า 0.7 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ

3.4.4 เมื่อเห็นว่าแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

3.5.2 เก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.5.2.1 ทำการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ของพื้นที่ก่อนที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แหล่งท่องเที่ยว แนวทางปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

3.5.2.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่ทำการศึกษ

3.5.2.3 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ประกอบด้วย

3.6.1.1 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล และส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง มาแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 นำข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และส่วนที่ 4 ความภักดีในจุดหมายปลายทาง มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้สถิตินี้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ประกอบด้วย

3.6.2.1 ใช้การทดสอบ ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าของตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

3.6.2.2 การวิเคราะห์การหาค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ที่มีต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดีในจุดหมายทางการท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยบทนี้จะเป็นการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายการแปลผลความหมายของผลวิเคราะห์ และการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมโดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเลือกเฉพาะ (Purposive Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและพำนักอย่างน้อย 1 คืน หรือใช้เวลาท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง เลือกเก็บข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้ หาดป่าตอง หาดบางเทา หาดกะตะ หาดกะรน วัดฉลอง วัดใหญ่ จุดชมวิวเขารัง เมืองเก่า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และโรงแรมในเขตลาภูน่า โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 385 คน และสำรองไว้ 15 คน เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด จึงนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป โดยผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย

- 4.1 ข้อมูลทั่วไป
- 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต
- 4.4 ข้อมูลระดับความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
- 4.5 ข้อมูลวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	213	53.3
หญิง	151	37.8
อื่น ๆ ได้แก่ เพศทางเลือก	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ซึ่งมากกว่าเพศหญิงที่มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และ เพศทางเลือก มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 30 ปี	193	48.3
31 - 40 ปี	122	30.5
41 - 50 ปี	69	17.3
51 - 60 ปี	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และอันดับสุดท้ายคือมีอายุ 51-60 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	45	11.3
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	83	21.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	112	28.0
พนักงานบริษัทเอกชน	158	39.5
อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมา คือ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	39	9.8
15,001 – 30,000 บาท	176	44.0
30,001 – 45,000 บาท	135	33.8
45,001 บาทขึ้นไป	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	82	20.5
ภาคกลาง	142	35.5
ภาคตะวันออก	53	13.3
ภาคตะวันตก	56	14.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23	5.8
ภาคใต้	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาทางภาคกลาง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ภาคเหนือ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือ ภาคตะวันตก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาคือ ภาคตะวันออก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 รองลงมาคือ ภาคใต้ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และอันดับสุดท้ายคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในระยะเวลา 1 ปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	115	28.8
2-3 ครั้ง/ปี	191	47.8
มากกว่า 3 ครั้ง/ปี	94	23.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทาง 2-3 ครั้ง/ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง/ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และอันดับสุดท้ายคือ เดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง/ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการพำนักในจังหวัดภูเก็ต

ระยะเวลาการพำนักในจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 วัน	120	30.0
4-6 วัน	190	47.5
7-9 วัน	59	14.8
มากกว่า 9 วัน	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในจังหวัดภูเก็ตเฉลี่ย 4-6 วัน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 1-3 วัน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ท้องเที่ยว 7-9 วัน มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอันดับสุดท้ายเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 9 วัน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยว (ตัวเครื่องบินและที่พัก)	141	35.3
เดินทางมากับบริษัททัวร์	83	20.8
วางแผนด้วยตัวเองทุกอย่าง	176	44.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ซื้อแพ็คเกจทัวร์ (ตัวเครื่องบินและที่พัก) จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และอันดับสุดท้ายคือ เดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 83 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่จูงใจให้ตัดสินใจท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ จังหวัดภูเก็ต

บุคคลที่จูงใจให้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	125	31.3
ภรรยา/สามี	84	21
แฟน	79	19.8
เพื่อน ๆ	76	19.0
พ่อ/แม่ และญาติ	36	9
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 สามารถอธิบายได้ว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการจูงใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ สามี/ภรรยา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ แฟน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และอันดับสุดท้ายคือ พ่อ แม่ และญาติ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางโดยลำพัง	71	17.8
เดินทางกับสามี/ภรรยา	46	11.5
เดินทางกับเพื่อน/แฟน	182	45.5
เดินทางกับครอบครัวและลูก ๆ	66	16.5
เดินทางกับพ่อ/แม่	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตกับเพื่อนหรือแฟน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ เดินทางโดยลำพัง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมาคือ เดินทางกับครอบครัวและลูก ๆ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ เดินทางกับสามี/ภรรยา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 อันดับสุดท้าย คือ เดินทางกับพ่อ/แม่ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถโดยสาร	65	16.3
รถยนต์ส่วนตัว	123	30.8
รถเช่า/รถเช่าพร้อมคนขับ	55	13.8
เครื่องบิน	157	39.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตโดยเครื่องบิน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ เดินทางรถโดยสาร จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 รองลงมาคือ เดินทางรถเช่า/รถเช่าพร้อมคนขับ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุดในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	57	14.2
ท่องเที่ยวชายทะเล และแหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียง	220	55.0
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การบำบัดรักษา การทำสปา	39	9.8
แหล่งซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง (Shopping)	48	12.0
แหล่งสถานบันเทิงยามค่ำคืน	32	8.0
อื่นๆ ได้แก่ Workcation และการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวชายทะเล และแหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียงมากที่สุด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 รองลงมาคือ แหล่งซื้อสินค้า (Shopping) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 รองลงมาคือ สนใจในแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และสุดท้ายคือ การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และ Workcation จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืน

ราคาที่พักเฉลี่ยต่อคืน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1,000 บาท หรือน้อยกว่า	95	23.7
1,001-3,000 บาท	206	51.5
3,001-5,000 บาท	77	19.3
5,001 บาท หรือ มากกว่า	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้านราคาที่พักต่อคืน 1,001-3,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ ราคาที่พักเฉลี่ย 1,000 บาท หรือน้อยกว่าต่อคืน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ ราคาที่พักเฉลี่ย 3,001-5,000 บาทต่อคืน มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอันดับสุดท้ายคือ ราคาที่พักเฉลี่ยต่อคืน มากกว่า 5,001 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาอาหารเฉลี่ยต่อวัน

ราคาอาหารเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
300 บาท หรือน้อยกว่า	50	12.7
301-600 บาท	195	48.8
601 บาท หรือ มากกว่า	155	38.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้านอาหารเฉลี่ยต่อวัน 301 – 600 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ มากกว่า 601 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และอันดับสุดท้ายคือ น้อยกว่า 300 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก

ประเภทของที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรมหรู 5 ดาว	109	27.3
โรงแรม 4 ดาว	140	35.0
โรงแรม 3 ดาว	95	23.8
เกสต์เฮาส์	55	13
บ้านเพื่อน หรือญาติ	4	1
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พำนักในที่พักประเภทโรงแรม 4 ดาว มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมา คือ โรงแรม 5 ดาว จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ โรงแรม 3 ดาวจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และพักบ้านเพื่อนหรือญาติ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่จูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อมวลชน (ทีวี/ หนังสือพิมพ์)	35	8.8
อินเทอร์เน็ต	204	51.0
เพื่อน/ญาติ/พ่อแม่	79	19.8
ตัวแทนการท่องเที่ยว/บริษัททัวร์	61	15.3
หนังสือการท่องเที่ยว	21	5.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 สามารถอธิบายได้ว่า แหล่งข้อมูลที่จูงใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตมากที่สุดคือ แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือ เพื่อน ญาติ หรือพ่อแม่ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาคือ ตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบริษัททัวร์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 รองลงมาคือ สื่อมวลชน (ทีวี/หนังสือพิมพ์) จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และหนังสือการท่องเที่ยว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

การแนะนำบอกต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารใต้	78	19.5
ผู้คนในพื้นที่	37	9.3
แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	92	23.0
ชายหาด/แหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียง	165	41.3
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกลับไปยังภูมิลำเนาจะแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับชายหาด/แหล่งดำน้ำบริเวณใกล้เคียง มากที่สุด มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ แนะนำอาหารใต้ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาคือ แนะนำเรื่องผู้คนในพื้นที่ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และแนะนำเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต

ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว และด้านความเชื่อมั่นต่อแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ของจังหวัดภูเก็ต	4.60	.59	มากที่สุด	1
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)	4.14	.69	มาก	3
3. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย	4.24	.75	มากที่สุด	2
4. ระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.93	.74	มาก	4
รวม	4.22	.52	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.18 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (ระดับมาก) และอันดับสุดท้ายคือ เรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. มีศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 และโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานสากล	4.19	.75	มาก	1
2. มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ	4.04	.70	มาก	2
3. ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามมาตรฐาน SHA	3.99	.76	มาก	3
4. ร้านอาหารมีการรับรองตามโครงการมาตรฐาน SHA และปฏิบัติตามอย่างเหมาะสม	3.98	.70	มาก	4
รวม	4.05	.55	มาก	-

จากตารางที่ 4.19 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า มีความพึงพอใจด้านการมีศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 และโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานสากลในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามมาตรฐาน SHA มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (ระดับมาก) และอันดับสุดท้ายคือ ร้านอาหารมีการรับรองตามโครงการมาตรฐาน SHA และปฏิบัติตามอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พัก

ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. พนักงานสวมใส่หน้ากากและปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA อย่างเคร่งครัด	4.31	.76	มากที่สุด	3
2. สถานที่ส่วนกลางในบริเวณที่พักคำนึงถึงการเว้นระยะห่างที่เหมาะสม	4.11	.70	มาก	4
3. สถานที่พักผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว	4.40	.71	มากที่สุด	1
4. ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับมาตรฐานและคุณภาพการบริการ	4.33	.69	มากที่สุด	2
รวม	4.29	.57	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.20 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พักในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในสถานที่พักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับมาตรฐานและคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ พนักงานสวมใส่หน้ากากและปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA อย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ สถานที่ส่วนกลางในบริเวณที่พักคำนึงถึงการเว้นระยะห่างที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีความปลอดภัย	4.20	.73	มาก	3
2. มีตารางบินและตารางเดินรถมายังจังหวัดภูเก็ต	4.35	.68	มากที่สุด	1
3. มีจุดบริการตรวจโรค COVID-19 ก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต	4.22	.72	มากที่สุด	2
4. มีการคัดกรองนักท่องเที่ยว เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การให้ผู้เดินทางสวมใส่หน้ากากในพื้นที่ส่วนรวม หรือลดการเดินทาง ตามมาตรฐาน SHA มีความเหมาะสม	4.07	.71	มาก	4
รวม	4.21	.56	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.21 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมีตารางบินและตารางเดินรถมายังจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ การมีจุดบริการตรวจโรค COVID-19 ก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.20 (ระดับมาก) และอันดับสุดท้ายคือ มีการคัดกรองนักท่องเที่ยว เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การให้ผู้เดินทางสวมใส่หน้ากากในพื้นที่ส่วนรวม หรือลดการเดินทาง ตามมาตรฐาน SHA มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้

การรับรู้ (Awareness)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ	4.38	.63	มากที่สุด	1
2. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชน	4.31	.63	มากที่สุด	2
3. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.09	.76	มาก	4
4. มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.21	.64	มากที่สุด	3
รวม	4.25	.53	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.22 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น (Assurance)	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภัยธรรมชาติ เช่น การเตือนภัยสึนามิ ชงเตือนภัยคลื่นลมแรง เป็นต้น	3.89	.81	มาก	4
2. แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย/โรคระบาด/ (เอกสาร บุคลากร หรือป้ายประกาศ) อย่างชัดเจน	4.20	.67	มาก	2
3. แหล่งท่องเที่ยวผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว	4.23	.68	มากที่สุด	1
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน	4.04	.73	มาก	3
รวม	4.09	.57	มาก	-

จากตารางที่ 4.23 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการที่แหล่งท่องเที่ยวผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย/โรคระบาด/ (เอกสาร บุคลากร หรือป้ายประกาศ) อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (ระดับมาก) และอันดับสุดท้ายคือ แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภัยธรรมชาติ เช่น การเตือนภัยสึนามิ ชงเตือนภัยคลื่นลมแรง เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพรวมองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.22	.515	มากที่สุด	3
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	4.05	.555	มาก	6
3. ด้านสถานที่พัก (Accommodation)	4.28	.567	มากที่สุด	1
4. ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	4.21	.559	มากที่สุด	4
5. ด้านการรับรู้ (Awareness)	4.24	.526	มากที่สุด	2
6. ด้านความเชื่อมั่น (Assurance)	4.09	.571	มาก	5
รวม	4.18	.465	มาก	-

จากตารางที่ 4.24 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมาค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายข้อ (1-6) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (ระดับมากที่สุด) ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (ระดับมากที่สุด) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (ระดับมากที่สุด) ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (ระดับมาก) ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลระดับความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต

ความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ จังหวัดภูเก็ต	\bar{x}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ท่านคิดว่าท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งในอีก 1 ปีข้างหน้า	4.49	.69	มากที่สุด	2
2. ท่านจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้แก่คนที่รู้จัก	4.50	.63	มากที่สุด	1
3. ท่านจะแนะนำการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตให้แก่คนที่รู้จัก	4.40	.68	มากที่สุด	3
4. การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตคุ้มค่ากับเงินและเวลา	4.22	.71	มากที่สุด	4
รวม	4.40	.57	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.25 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 เมื่อวิเคราะห์รายข้อ (1-4) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นต่อการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่คนที่รู้จัก มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ การกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งในอีก 1 ปีข้างหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ การแนะนำการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตให้แก่คนที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ การเดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตคุ้มค่ากับเงินและเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (ระดับมากที่สุด) ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยหลักข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ (Scheffe) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.1: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามเพศ

องค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่	เพศชาย	เพศหญิง	เพศ ทางเลือก	F	P
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.27	4.15	4.24	2.77	.066
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.08	4.00	4.02	1.07	.342
3. ด้านสถานที่พัก	4.32	4.24	4.27	0.83	.433
4. ด้านการเข้าถึง	4.27	4.12	4.23	3.06	.048*
5. ด้านการรับรู้	4.24	4.22	4.31	0.38	.678
6. ด้านความเชื่อมั่น	4.09	4.05	4.24	1.65	.192

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 สามารถอธิบายได้ว่า ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($P = 0.06$), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($P = 0.34$), ด้านสถานที่พัก ($P = 0.43$), ด้านการรับรู้ ($P = 0.67$) และด้านความเชื่อมั่น ($P = 0.19$) มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย	เพศชาย	เพศหญิง	เพศทางเลือก
เพศชาย	4.27	-	0.49*	0.94
เพศหญิง	4.12		-	0.55
เพศทางเลือก	4.23			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 สามารถอธิบายได้ว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.2: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว วิถีปกติใหม่	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	F	P
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}		
1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.32	4.16	4.06	4.23	5.03	.002*
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	4.01	3.847	3.95	4.50	.004*
3.ด้านที่พัก	4.36	4.21	4.17	4.34	2.86	.057
4.ด้านการเข้าถึง	4.34	4.16	3.92	4.23	10.31	.000*
5.ด้านการรับรู้	4.31	4.21	4.06	4.39	4.75	.003*
6.ด้านความเชื่อมั่น	4.18	4.03	3.94	4.09	3.57	.014*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่พัก ($P = 0.56$) ซึ่งมีค่า P มากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พักไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่รายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($P = 0.00$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($P = 0.00$) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($P=0.00$) ด้านการรับรู้ ($P = 0.00$) และด้านความเชื่อมั่น ($P = 0.01$) ซึ่งมีค่า P น้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
20-30 ปี	4.32	-	.07	.00*	.93
31-40 ปี	4.16		-	.65	.96
41-50 ปี	4.06			-	.71
51-60 ปี	4.23				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
20-30 ปี	4.14	-	.26	.08*	.61
31-40 ปี	4.01		-	.41	.97
41-50 ปี	4.87			-	.96
51-60 ปี	4.95				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
20-30 ปี	4.34	-	.52	.00*	.90
31-40 ปี	4.16		-	.03*	.97
41-50 ปี	3.92			-	.24
51-60 ปี	4.23				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
20-30 ปี	4.31	-	.38	.00*	.96
31-40 ปี	4.21		-	.28	.65
41-50 ปี	4.06			-	.16
51-60 ปี	4.39				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-30 ปี

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
20-30 ปี	4.18	-	.19	.03*	.95
31-40 ปี	4.03		-	.73	.98
41-50 ปี	3.94			-	.81
51-60 ปี	4.09				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่น แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่นน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.3: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่โดยจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	แม่บ้าน	F	P
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.42	4.22	4.12	4.25	4.25	2.91	.02*
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.21	4.01	4.01	4.05	4.00	1.27	.28
3. ด้านที่พัก	4.32	4.32	4.22	4.30	4.25	.52	.72
4. ด้านการเข้าถึง	4.39	4.16	4.17	4.21	4.25	1.39	.23
5. ด้านการรับรู้	4.47	4.19	4.32	4.15	4.12	4.61	.00*
6. ด้านความเชื่อมั่น	4.33	3.98	4.12	4.06	4.00	3.03	.02*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต เมื่อพิจารณารายค่า พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($P = 0.28$), ด้านสถานที่พัก ($P = 0.72$) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($P = 0.23$) ซึ่งมีค่า P มากกว่า 0.05 คือยอมรับสมมติฐานหลักหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

เมื่อพิจารณาด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น พบว่า มีค่า P เท่ากับ 0.02, 0.00 และ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่บ้าน
นักเรียน/นักศึกษา	4.41	-	.38	.029*	.45	.99
ธุรกิจส่วนตัว	4.22		-	.73	.99	1.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.11			-	.35	.99
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25				-	.45
แม่บ้าน	4.25					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจมากกว่าข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่บ้าน
นักเรียน/นักศึกษา	4.47		.07	.61	.00*	.92
ธุรกิจส่วนตัว	4.19			.52	.97	1.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.33				.09	.98
พนักงานบริษัทเอกชน	4.15					1.0
แม่บ้าน	4.12					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านการรับรู้จำแนกตามอาชีพ

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติกใหม่ด้านการรับรู้ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติกใหม่ด้านการรับรู้มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่บ้าน
นักเรียน/นักศึกษา	4.33	-	.02*	.35	.09	.95
ธุรกิจส่วนตัว	3.98		-	.56	.89	1.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.12			-	.94	.99
พนักงานบริษัทเอกชน	4.06				-	1.0
แม่บ้าน	4.00					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติกใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติกใหม่ด้านความเชื่อมั่น แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติกใหม่ด้านความเชื่อมั่น มากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.4: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	F	P
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}		
1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.35	4.23	4.16	4.26	1.66	.17
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	4.06	4.02	3.99	.69	.55
3.ด้านที่พัก	4.26	4.22	4.30	4.45	2.28	.07
4.ด้านการเข้าถึง	4.35	4.16	4.19	4.29	1.67	.17
5.ด้านการรับรู้	4.45	4.21	4.18	4.34	3.41	.01*
6.ด้านความเชื่อมั่น	4.33	4.09	4.02	4.07	3.03	.02*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้อันเนื่องของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($P = .17$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($P = 0.55$), ด้านสถานที่พัก ($P = 0.07$) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($P = 0.17$) ซึ่งมีค่า P มากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

เมื่อพิจารณาด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น พบว่า มีค่า P เท่ากับ 0.01 และ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.45		.08	.05*	.80
15,001-30,000 บาท	4.21			.97	.49
30,001-45,000 บาท	4.18				.35
มากกว่า 45,001 บาท	4.34				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านการรับรู้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.33		.14	.03*	.19
15,001-30,000 บาท	4.09			.71	.99
30,001-45,000 บาท	4.02				.97
มากกว่า 45,001 บาท	4.07				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตในด้านความเชื่อมั่น จำแนกตาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่นแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่นมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.5: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	F	P
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}		
1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.28	4.25	4.25	4.18	4.13	4.11	.98	.42
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	4.05	4.09	4.01	3.96	3.95	.70	.62
3.ด้านที่พัก	4.26	4.34	4.20	4.24	4.26	4.28	.59	.70
4.ด้านการเข้าถึง	4.22	4.23	4.17	4.22	4.09	4.17	.36	.87
5.ด้านการรับรู้	4.29	4.21	4.27	4.18	4.22	4.29	.53	.75
6.ด้านความเชื่อมั่น	4.13	4.03	4.17	4.06	4.23	4.04	.96	.43

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ โดยจำแนกตามภูมิลำเนา เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (P= .42) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (P = 0.62), ด้านสถานที่พัก (P = 0.70), ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (P = 0.87), ด้านการรับรู้ (P = 0.75) และด้านความเชื่อมั่น (P = 0.43) ซึ่งมีค่า P มากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานการวิจัยหลักที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 6 ตัวแปร ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น ตัวแปรตามคือ ความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต ทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์การหาค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.
	b	Std. Error	Beta		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.008	.056	.018	.350	.726
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-.185	-.185	-.177	-3.16	.002*
ด้านสถานที่พัก	.402	.402	.380	7.93	.000*
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.216	.216	.245	4.07	.000*
ด้านการรับรู้	.151	.151	.133	2.39	.017
ด้านความเชื่อมั่น	.267	.267	.251	4.52	.000*
ค่าคงที่	.692	.178		3.88	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Note: R = 0.756, Adjust R² = 0.565, F = 87.53, SEest = 0.380, p = 0.000

จากผลการศึกษตารางที่ 4.42 แสดงการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression) ความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น พบว่า มีความสัมพันธ์กับความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.756 และสามารถรวมพยากรณ์ความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ร้อยละ 56.5 (Adjust R² = 0.565) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามความสำคัญ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสถานที่พัก ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการรับรู้ (Beta = -.380, .251, .245, -.177, .133) มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Beta = 0.018) พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานหลักที่ 1

ตารางที่ 4.43 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักที่ 1: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่แตกต่างกัน

สมมติฐานเชิงสถิติ	ผลการทดสอบ
<p>สมมติฐานเชิงสถิติ 1.1: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน</p> <p>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</p> <p>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>ด้านสถานที่พัก</p> <p>ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ด้านการรับรู้</p> <p>ด้านความเชื่อมั่น</p>	<p>ยอมรับสมมติฐาน</p> <p>ยอมรับสมมติฐาน</p> <p>ยอมรับสมมติฐาน</p> <p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p> <p>ยอมรับสมมติฐาน</p> <p>ยอมรับสมมติฐาน</p>
<p>สมมติฐานเชิงสถิติ 1.2: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน</p> <p>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</p> <p>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>ด้านสถานที่พัก</p> <p>ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ด้านการรับรู้</p> <p>ด้านความเชื่อมั่น</p>	<p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p> <p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p> <p>ยอมรับสมมติฐาน</p> <p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p> <p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p> <p>ปฏิเสธสมมติฐาน</p>

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักที่ 2

ตารางที่ 4.44 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.1: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.2: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสถานที่พัก มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.4: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.5: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านการรับรู้ มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.6: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มแบบเลือกเฉพาะ (Purposive Sampling) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและพำนักอย่างน้อย 1 คืน หรือใช้เวลาท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง โดยแจกแบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต เมื่อได้ข้อมูลสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยใช้การทดสอบ t-test และ ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามและเพื่อทดสอบสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 การวิเคราะห์การหาค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ จังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 213 คน (ร้อยละ 53.3) รองลงมาคือเพศหญิงที่มีจำนวน 151 คน (ร้อยละ 37.8) และไม่ประสงค์ที่จะระบุ 36 คน (ร้อยละ 9.0) มีช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 193 คน (ร้อยละ 48.3) รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 122 คน (ร้อยละ 30.5) และอันดับสุดท้าย มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.0) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คน (ร้อยละ 39.5) รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 112 คน (ร้อยละ 28) และอันดับสุดท้าย คือ แม่บ้าน จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.5) มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 176 คน (ร้อยละ 44.0) รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 135 คน

(ร้อยละ 33.8) รองลงมาคือ และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.8) มีภูมิลำเนาทางภาคกลาง จำนวน 142 คน (ร้อยละ 35.5) รองลงมาคือ ภาคเหนือ มีจำนวน 82 คน (ร้อยละ 20.5) และอันดับสุดท้ายคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) ตามลำดับ

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต 2-3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี มีจำนวน 191 คน (ร้อยละ 47.8) มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวและพำนักในจังหวัดภูเก็ต 4-6 วัน จำนวน 190 คน (ร้อยละ 47.5) นิยมวางแผนการเดินทางทุกอย่างด้วยตนเอง มีจำนวน 176 คน (ร้อยละ 44) และตัดสินใจด้วยตัวเอง มีจำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.3) มีเพื่อนหรือแฟนเป็นผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 182 คน (ร้อยละ 45.5) นิยมเดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.3) โดยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่สนใจมากที่สุดคือ ชายทะเล แหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียง จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55) ในส่วนของค่าใช้จ่ายกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ย 1,001-3,000 บาทต่อคืน มีจำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.5) และมีค่าใช้จ่ายด้านอาหาร 301-600 บาทต่อวัน จำนวน 195 คน (ร้อยละ 48.8) เข้าพักในโรงแรมประเภท 4 ดาว มีจำนวน 140 คน (ร้อยละ 35) โดยมีแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่สนใจให้เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ จำนวน 204 คน (ร้อยละ 51) หากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางกลับไปยังภูมิลำเนาจะแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับชายหาด/แหล่งดำน้ำบริเวณใกล้เคียง มากที่สุด มีจำนวน 165 คน (ร้อยละ 41.3)

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่พักมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ ($\bar{X} = 4.24$) ตามมาด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.21$) ด้านความเชื่อมั่น ($\bar{X} = 4.09$) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการที่สถานที่พักผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับมาตรฐานและคุณภาพการบริการ ตามด้วยเรื่องพนักงานสวมใส่หน้ากากและปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA อย่างเคร่งครัด และอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ส่วนกลางในบริเวณที่พักคำนึงถึงการเว้นระยะห่างที่เหมาะสม

ด้านการรับรู้ (Awareness) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชน ตามด้วยเรื่องการมีป้ายสื่อความหมาย

บริเวณแหล่งท่องเที่ยว และอันดับสุดท้ายคือ มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยว ในวิถีสปอร์ตใหม่ภายในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในสิ่งดึงดูด โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ของจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย ตามด้วยเรื่องแหล่งท่องเที่ยวมีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) และอันดับสุดท้าย คือ เรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการมีตารางบินและตารางเดินรถมายังจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาคือ การมีจุดบริการตรวจโรค COVID-19 ก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต ตามด้วยเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ตมีความปลอดภัย และอันดับสุดท้ายคือ มีการคัดกรองนักท่องเที่ยว เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การให้ผู้เดินทางสวมใส่หน้ากากในพื้นที่ส่วนรวม หรือตลอดการเดินทาง ตามมาตรฐาน SHA มีความเหมาะสม

ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านการเชื่อมั่น โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัย/โรคระบาด ได้แก่ เอกสาร บุคลากร หรือป้ายประกาศ อย่างชัดเจน ตามด้วยเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และอันดับสุดท้ายคือ แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภัยธรรมชาติ เช่น การเตือนภัยสึนามิ ป้ายเตือนดินถล่ม ป้ายเตือนคลื่นลมแรง เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 และโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานสากลในจังหวัดภูเก็ตส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ ตามด้วย ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และอันดับสุดท้ายคือ ร้านอาหารมีการรับรองตามโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

ผลจากการศึกษาความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีสปอร์ตใหม่จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเรื่องการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่คนรู้จักมากที่สุด (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ การกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งในอีก 1 ปีข้างหน้า (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ การเดินทางท่องเที่ยววิถีสปอร์ตใหม่ในจังหวัดภูเก็ตคุ้มค่ากับเงินและเวลา (ระดับมากที่สุด)

5.1.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยหลักข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติจังหวัดภูเก็ตด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติจังหวัดภูเก็ตด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้ ด้านความเชื่อมั่น น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติจังหวัดภูเก็ตด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจมากกว่าจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในด้านการรับรู้มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีความพึงพอใจในด้านการเชื่อมั่นมากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการรับรู้ และความเชื่อมั่นมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติจังหวัดภูเก็ตด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานการวิจัยหลักที่ 2 ความพึงพอใจในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสถานที่พัก ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการรับรู้ มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ ในขณะที่ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

จากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 20-30 ปี รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท อาจกล่าวได้ว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 15,000-30,000 บาท สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับศุภัตรา ฮวบเจริญ และนนทินี ทองอร (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตโรคระบาด” โดยใช้โครงการนำร่อง “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” เป็นต้นแบบซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในภาวะวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 มีช่วงอายุ 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000บาท และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต 2-3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี มีระยะเวลาในการพำนัก 4-6 วัน นิยมวางแผนการเดินทางทุกอย่างด้วยตนเองและตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีเพื่อนหรือแฟนเป็นผู้ร่วมเดินทาง และนิยมเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ตโดยเครื่องบิน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุดคือ ชายทะเล และแหล่งดำนํ้าบริเวณเกาะใกล้เคียง โดยมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสนใจให้ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุของกลุ่มประชากร Generation Y หรือกลุ่มประชากรยุค Millennials เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543 ที่มี

อายุ 22-42 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2565) ซึ่งเป็นประชากรวัยทำงาน มีอาชีพ และมีรายได้ประจำ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Moreno et al. (2017) ที่กล่าวว่า กลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่นิยมวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นคนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และชื่นชอบความสะดวกสบาย สอดคล้องกับการศึกษาของ พุทธชาติ ลุนคำ และ รชฏ เลียงจันทร์ (2564) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจกับเพื่อน นิยมวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (วันทิกา หิรัญเทศ, 2565) ในขณะที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยในวิถีปกติใหม่ด้านการเลือกสถานที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกโรงแรมประเภท 4-5 ดาว และมีค่าจ่ายด้านที่พักเฉลี่ย 1,001-3,000 บาท ต่อคืน มีค่าใช้จ่ายด้านอาหาร 301-600 บาทต่อวัน อาจเนื่องมาจากความคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์การและบริการที่ดีในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริมด้านราคาที่กระตุ้นการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเนื่องจากในช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2565 กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน ส่วนต่อขยาย” ซึ่งเป็นมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 เน้นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นสำคัญ โดยรัฐบาลได้สนับสนุนค่าสถานที่พักถึงร้อยละ 40 ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน แต่ไม่เกิน 3,000 บาท และสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านอาหารและการท่องเที่ยว มูลค่า 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ลงทะเบียนสำรองห้องพักและเช็คอินสำเร็จ (กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) อาจกล่าวได้ว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านราคา (Prices) ส่วนลดพิเศษมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พัก สอดคล้องกับ รัฐธาดา ตันติพันธ์วดี (2565) ที่ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด-19” พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านความเต็มใจที่จะจ่าย และสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ที่กล่าวว่า อาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พัก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์ (2563) กล่าวว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคใต้แตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Armstrong (2005) ที่กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อความต้องการและความคาดหวังที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันไป

ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านเพศที่

แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในลักษณะเฉพาะ การที่นักท่องเที่ยวมีเพศที่ไม่เหมือนกันจะส่งผลให้มีความคิด ทัศนคติ การแสดงออก และความต้องการแตกต่างกันไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีการตลาด (Kotler & Armstrong, 2005) การที่เพศหญิงมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าเพศชาย อาจเป็นเพราะเพศหญิงถือเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนใส่ใจกับรายละเอียดเพียงเล็กน้อยที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์รอบด้าน (อุกฤษ ทงบุญนุ้ม, 2561) และเพศหญิงยังให้ความสำคัญกับการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากกว่า เพราะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการเดินทางที่ทำให้การท่องเที่ยวในครั้งนั้น ๆ มีความสมบูรณ์ ในขณะที่เพศชายอาจไม่ได้ใส่ใจกับเรื่องดังกล่าวเพราะมองว่าไม่ใช่ประเด็นสำคัญ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจในระดับที่แตกต่าง สอดคล้องกับ สิริภักขรณ์ นัยเนตร (2565) พบว่า เพศที่แตกต่างส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง

ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อาจเนื่องมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี อายุ 20-30 ปี มีแนวโน้มอยู่ใน Generation Z ที่มีช่วงอายุมากที่สุดอยู่ที่ 27 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2565) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีเพื่อสร้างความสะดวกสบาย ซึ่งในยุควิถีปกติใหม่ได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่เพื่อลดการสัมผัสส่งผลให้มีความพึงพอใจในด้านการรับรู้ที่มากกว่า และเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการพจญภัยและแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ พร้อมออกทางท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่ ทำให้มีความกังวลและความกลัวที่น้อยกว่า (พุทธชาติ ลุนคำ และรชฏ เลียงจันทร์, 2564) ซึ่งส่งผลให้มีความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่น ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงที่มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี ซึ่งอยู่ในกลุ่ม Generation X ที่มีช่วงอายุ 42-57 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2565) ที่มักจะเดินทางพร้อมครอบครัวและต้องดูแลผู้สูงอายุจึงมีความกังวลต่อการเดินทางในวิถีปกติใหม่มากกว่ากลุ่ม Generation Z และมีความระมัดระวังในการท่องเที่ยวมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล แก้วสังข์ (2564) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า นักเรียนหรือนักศึกษามีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อมั่น มากกว่าข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว อาจกล่าวได้ว่า นักเรียนเป็นผู้ไม่มีรายได้จากการประกอบอาชีพ มาเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจึงส่งผลต่อให้มีความพึงพอใจในระดับที่มากกว่า สอดคล้องกับ ปุณยวีร์ เตียววานิช (2563) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษามีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสุราษฎร์ธานีแตกต่างกับกลุ่มอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

ปัจจัยด้านมีรายได้ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่แตกต่างกัน โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจใน

ด้านการรับรู้ และความเชื่อมั่นมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท อาจเป็นเพราะรายได้เป็นตัวกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด กลุ่มประชากรที่มีรายได้เฉลี่ย 30,000-45,000 บาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงและมีกำลังซื้อสูง สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ (กองวิจัยการตลาด ททท., 2561) อาจมีแนวโน้มเป็นผู้มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่งผลให้เกิดความคาดหวังที่สูงกว่าส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแตกต่างกัน สอดคล้องกับ อทิตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุตตา (2558) ที่พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ที่ 2: เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของจังหวัดภูเก็ต

ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) โดยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านความเชื่อมั่น และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พักมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่พักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) มากที่สุด ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของที่พักเป็นหลัก สอดคล้องกับ นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ และคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด 19” พบว่า ความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในสถานที่พักมีความสำคัญมากกว่าราคาของที่พัก ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอดีต มาตรฐานความปลอดภัยของที่พักมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chebli and Foued (2020) กล่าวว่า ในยุคที่มีโรคระบาด ความปลอดภัย ค่าใช้จ่าย ส่งผลต่อการเลือกสถานที่พัก นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังด้านสุขอนามัยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก ต้องมีการพิจารณามากขึ้นตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้ (Awareness) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ใช้สื่อเพื่อค้นหาคำถามและตอบสนองความต้องการของมนุษย์ การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ไม่คุ้นเคยการรับรู้ข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อความรู้สึกและประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก หากนักท่องเที่ยวไม่มีการรับรู้ข่าวสารและความเข้าใจสื่อต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายสื่อความหมาย ข้อห้าม-ข้อควรปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เป็นต้น ดังนั้นการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ผ่านทางเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ จึงมีความสำคัญต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่ง

สอดคล้องกับการศึกษาของ ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ (2564) ที่พบว่า ในยุคโควิด 19 มนุษย์มีความต้องการรับรู้ข่าวสารสารสนเทศในด้านการดูแลป้องกันตนเองจากโรคระบาด โดยพบว่าช่องทางที่รับสื่อส่วนใหญ่ คือ โทรศัพท์ของภาครัฐและสื่อสังคมออนไลน์ (Ebrahim et.al., 2020)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ของจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย เนื่องจากการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นและเป็นปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสิ่งนั้น ๆ หรือบริการนั้น ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มองสถานที่ที่สวยงามจะเกิดความสนใจ เกิดความคาดหวัง และมีความต้องการ ตามแนวคิดของ Kotler and Armstrong (2004) เมื่อได้สัมผัสกับสิ่งนั้น ๆ หรือได้มีประสบการณ์ตรงในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังก่อให้เกิดความพึงพอใจ และอาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการสัมผัสกับความสวยงามของทะเลเพื่อการพักผ่อน ลดความตึงเครียดจากการทำงาน สอดคล้องกับ จรินทร์ พักประไพ และ ญัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2564) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นหลังได้รับการบริการ เกิดจากการรับรู้และการเติมเต็มความคาดหวังในผลิตภัณฑ์และการบริการ ถ้าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหรือประสิทธิภาพของบริการท่องเที่ยวต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) โดยตารางบินและตารางเดินรถมายังจังหวัดภูเก็ตส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อาจเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและประสิทธิภาพในด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจในระบบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ เกียรติภูมิ กลีบกลาง (2558) ในเรื่องจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีระบบการขนส่งที่ดีและมีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก และสามารถเดินทางได้ทั้งทางรถ ทางเรือ และทางอากาศ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Morrison (2019) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวนั้นการเดินทางเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับความสะดวกสบาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$) โดยแหล่งท่องเที่ยวผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข (SHA) ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช (2564) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุดนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัยในแหล่ง

ท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจเดินทาง ทุกอย่างอาจหยุดชะงักหากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัย ถึงแม้สถานที่ท่องเที่ยวจะมีความน่าสนใจถ้าขาดความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบในการสนับสนุนการท่องเที่ยวก็ทำให้สถานที่นั้นไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว (ณัฐธิดา แสงงาม, 2565)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.05) โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการมีศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 และโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานสากลในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ผลชี้ให้เห็นว่าศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจโควิด 19 และโรงพยาบาล คือคุณลักษณะสำคัญในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ และศูนย์บริการข้อมูลยังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลที่ให้บริการในระดับสากลทั้งโรงพยาบาลรัฐและเอกชน รวม 9 แห่ง (The Government Public Relation Department, 2021) สอดคล้องกับการศึกษาของ ประเสริฐ ใจสม และคณะ (2563) ที่พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมนั้นมักให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตและทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกยังส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และยังถูกจัดเป็นอันดับที่ 14 ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกด้วย (Trip Advisor, 2021) สอดคล้องกับผลวิจัยของ Bagdare (2016) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ภาพลักษณ์ที่ดีเกิดจากการมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3: เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยหลักที่ 2 ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ ด้านสถานที่พัก ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการรับรู้ มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ ในขณะที่ความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

จากผลการศึกษามีข้อสังเกตว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักมีแนวโน้มส่งผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อับบาส พาสิเขตต์ (2565) ที่พบว่า ความพึงพอใจในสถานที่พักส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการ อาจเนื่องมาจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับพัชรียา แก้วชู (2563) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางในช่วงวิกฤตโควิด 19 จะมีความระมัดระวังด้านสุขอนามัยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการเลือกสถานที่พักต้องมีการพิจารณาเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมาเป็นหลัก อีกทั้งสถานที่พักในจังหวัดภูเก็ตได้มีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ในยุควิถีปกติใหม่ โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นหลักส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความภักดีในจุดหมายปลายทางจังหวัดภูเก็ต

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับการศึกษาของ ชญาณิศา วงษ์พันธ์ุ (2562) ที่พบว่า ความรู้สึกไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านปลอดภัยและอาชญากรรมส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และมีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวการให้คำแนะนำและข้อปฏิบัติตนอย่างชัดเจน เช่น เอกสาร บุคลากร ป้ายเตือนภัย หรือป้ายประกาศ เป็นต้น เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจในระดับมากและส่งผลให้เกิดความภักดีในจุดหมายปลายทางและเลือกกลับมาเยือนซ้ำ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับการศึกษาของ กนกพร กิ่งเกตุ และ จันทรเพ็ญ วรรณารัก (2565) ที่พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยส่งผลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โควิด 19 อาจกล่าวได้ว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและประสิทธิภาพในด้านการคมนาคม และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ นักท่องเที่ยวจึงได้รับความสะดวกสบายจากการมีตารางบินหรือตารางรถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และมีมาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทางและด้านสุขอนามัย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของจุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จ (Morrison, 2019)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นจังหวัดนำร่อง “ภูเก็ตแซนด์บ็อก” การท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด 19 โดยมีหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุน เช่น การมีศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 ในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานสากล สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมนั้นมักให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตและทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย (ประเสริฐ ใจสม และคณะ, 2563) ซึ่งสอดคล้องกับ Santana & Gosling (2018) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานให้มีการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉราพรรณ ตั้งจาศรีโสภณ และคณะ (2563) ที่พบว่า ความพึงพอใจในการรับรู้ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เหตุที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจาก เอกสาร แผ่นพับ รวมทั้งข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน การอ่านเข้าใจยาก การกระจายข้อมูลน้อย ไม่มีการแจ้งข่าวสารการปิดซ่อมแซม

เวลาการเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยว และไม่มีจุดอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่ผลจากการศึกษานี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านการรับรู้ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีความต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อดูแลป้องกันตนเองจากโรคระบาด (ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ, 2564) โดยจังหวัดภูเก็ตมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชน ส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของจังหวัดภูเก็ตมากยิ่งขึ้น

ในขณะที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง อาจเนื่องมาจากแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่บางกลุ่มอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวชาวไทยอาจไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพียงเพราะปัจจัยด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับ ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2564) ที่กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะจุดเด่นหรือสิ่งดึงดูดใจ มีสินค้าหรือบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจบริเวณใกล้เคียงไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังโรคระบาดโควิด-19 อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวบางคนยังคำนึงถึงความคุ้มค่า และความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรืออาจเดินทางท่องเที่ยวด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อสัมผัสกับความแปลกใหม่ หรืออาจท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อแนวทางพัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีและกลับมาเยือนซ้ำ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1) ภาครัฐผลักดันนโยบายสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ โดยประยุกต์ใช้สื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น สื่อนั้นควรเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย เหมาะกับทุกช่วงอายุ สะดวกต่อการใช้งาน ไม่ซับซ้อน สร้างการรับรู้ที่ชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่ ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมสืบค้นข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต

2) จากผลการศึกษาที่พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศชายในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนใส่ใจกับรายละเอียดเพียงเล็กน้อยมากกว่าเพศชาย เช่น นักท่องเที่ยวหญิงอาจไม่สะดวกใจที่จะระอโนพื้นที่ที่มีผู้คนแออัด หรือรู้สึกเหนื่อยง่ายกว่าเพศชายหากต้องเดินทาง เป็นต้น ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญกับกระบวนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การคมนาคมควรปรับปรุงมาตรฐานการคัดกรองผู้มาเยือนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ แม้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 จะดีแล้ว แต่ภาครัฐก็ควรใส่ใจในมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยอย่างสม่ำเสมอ อาจปรับเปลี่ยนขั้นตอนให้มีความสะดวกสบายและรวดเร็วมากขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการและ

ความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งเพศหญิงและเพศชายรู้สึกว่าการเดินทางในครั้งนั้น ๆ มีความสมบูรณ์

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านความเชื่อมั่น มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41- 50 ปี อยู่ในกลุ่ม Generation X ที่มีช่วงอายุ 42-57 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2565) ที่มักจะเดินทางพร้อมครอบครัว และต้องดูแลผู้สูงอายุจึงมีความกังวลต่อการเดินทางในวิถีปกติใหม่มากกว่ากลุ่ม Generation Z ที่มีอายุน้อยกว่า ดังนั้นภาครัฐควรสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยฝึกอบรมพนักงานด้านความปลอดภัย ให้เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้และความเข้าใจในแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันภัยและรับมือกับปัญหาได้อย่างถูกต้อง สามารถแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน และคอยตรวจสอบระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุ

4) ควรผลักดันโครงการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเที่ยวภายในประเทศไทยมากขึ้น เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ เช่น การสนับสนุนโครงการเราเที่ยวด้วยกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นโครงการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับส่วนลดค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถสำรองห้องพักโรงแรมระดับหรูหรานาในราคาที่ถูกลง ส่งผลให้ได้รับประสบการณ์การพำนักในโรงแรมระดับหรูหรานา และยังได้รับส่วนลดค่าอาหารส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพราะประสบการณ์ที่แปลกใหม่จะส่งผลให้เกิดความประทับใจ เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ด้านสถานที่พักมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากที่สุด

5) ภาครัฐควรมีมาตรการตรวจความเรียบร้อยของเส้นทางการเดินทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ให้มีความพร้อมและความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงง่าย เดินทางไม่ยาก มีตารางเดินรถหรือตารางบินสม่ำเสมอ และมีบริการที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย

6) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นและพัฒนาระบบการจัดการท่องเที่ยวให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ให้สามารถปรับเปลี่ยนทิศทางหรือแนวทางให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ เช่น การมีศูนย์บริการข้อมูลเรื่องสุขอนามัย การตรวจสอบคุณภาพของน้ำประปา ระบบไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ตให้มีคุณภาพเสมอ ตรวจสอบความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ และการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกก็มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทาง

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยววางแผนการตลาดควรเน้นการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย เพื่อนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ได้แก่ Facebook, Instagram เป็นต้น ในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นแบบแผนการเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือการวางแผนด้วยตนเอง กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สอดคล้องกับงบประมาณที่เหมาะสม โดยใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูล เพื่อการประมวลผลที่มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเภทโรงแรม รีสอร์ท ควรรักษามาตรฐานการบริการและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สร้างความมั่นใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ (Kotler and Armstrong, 2010) ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกมั่นใจในบริการที่ถูกสุขอนามัยผ่านการมองเห็น เช่น มีป้ายรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) หรือการมีป้ายสัญลักษณ์การทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้เป็นออนไลน์ เช่น ใช้แอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสารระหว่างเข้าพัก เพื่อลดการสัมผัส รวมไปถึงการจัดทำแบบประเมินระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและรักษามาตรฐานของสถานที่พักเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งและแนะนำบอกต่อ รวมถึงความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสถานที่พักมีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากที่สุด

3) หน่วยงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรส่งเสริมและมุ่งเน้นด้านความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านสถานที่พัก ด้านการรับรู้ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความเชื่อมั่น สิ่งเหล่านี้เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้กลับมาเยือนอีกครั้ง และเต็มใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีแก่คนรู้จัก รวมถึงมีความรู้สึกยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการศึกษาภาพรวมของจุดหมายปลายทาง คือ จังหวัดภูเก็ต ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

5.4.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบ ในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างออกไป เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง เป็นต้น

5.4.3 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป

5.5 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.5.1 เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ดำเนินการศึกษาในช่วงที่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ดังนั้นการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงต้องระมัดระวัง และติดตามข่าวสาร มาตรการการป้องกัน และแนวทางการปฏิบัติที่มีการเปลี่ยนแปลง

5.5.2 ช่วงเวลาที่ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2565 เป็นช่วงฤดูฝน ซึ่งเป็นฤดูกาล “Low Season” ซึ่งเป็นช่วงที่มีสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตน้อย และที่พักมีราคาที่ถูกและเป็นช่วงที่ภาครัฐจัดทำโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 4” (กรกฎาคม-ตุลาคม 2565)

5.5.3 ช่วงเวลาที่ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในเดือน มีการเปลี่ยนแปลงมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด 19 โดยมีมาตรการผ่อนคลายการเดินทาง ไม่บังคับสวมใส่หน้ากากอนามัย ในขณะที่ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยว และผู้เดินทางสวมใส่หน้ากากอนามัยขณะอยู่ในพื้นที่สาธารณะ และยังคงทำการคัดกรองในพื้นที่สนามบิน และสถานีขนส่งสาธารณะโดยกระทรวงสาธารณสุข

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกพร กิ่งเกตุ และ จันทร์เพ็ญ วรรณารัก. (2565). ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เชียงประวัติศาสตร์ ภายใต้สถานการณ์โควิด ๑๙. *วารสารมหาจุฬาริชาการ*, 9(2), 260-273.
- กมล เกียรติพงษ์ และ พัชรียา หลีกเพ็ชร. (2563). การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีจากมุมมองการรับรู้องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ทักษะคนดี และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. *วารสารศิลปศาสตร์ วิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 22(2), 219-241.
- กรมการท่องเที่ยว. (2563). *คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แนวทางปฏิบัติสำหรับเจ้าของกิจการ/ผู้ให้บริการ/ผู้ใช้บริการ*. กรมอนามัย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
<https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-group/91>
- กรมควบคุมโรค. (2563, 8 กรกฎาคม). *สาธารณสุขลงพื้นที่ทำซบสถานบันเทิง ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด*.
<https://ddc.moph.go.th/brc/news.php?news=13662&deptcode=brc>.
- กรมสุขภาพจิต. (2563, 27 พฤษภาคม). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่*.
<https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2562 กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา*.
<https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2562compressed.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถิตินักท่องเที่ยว*.
<https://www.mots.go.th/news/category/411>
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). *New Normal*.
<http://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่*. <https://www.Ddc.moph.go.th>.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563, 17 พฤศจิกายน). “การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังโควิด-19 ในไทย”.
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/126423>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563, 27 พฤศจิกายน). “New Normal” คืออะไร? เมื่อโควิด-19 ผลักเรารู้ชีวิต ‘ปกติวิถีใหม่’ <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/882508>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2565, 30 พฤษภาคม). “ไทย” คลายล็อกมาตรการโควิด เริ่ม 1 มิ.ย. 65 มีอะไรบ้าง?. <https://www.bangkokbiznews.com/news/1007277>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *COVID-19* ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางแก้ปัญหา. *หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)*, 1(1), 1-8.
- กองวิจัยการตลาด ทพท. (2560). *Understanding Y*, TAT review.
<http://etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-32017/798-32017-gen-y>
- กองวิจัยการตลาด ทพท. (2561). *การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*.
- กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, *กองวิชาการและฝึกอบรม*. (ม.ป.ป.). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *การท่องเที่ยวประเทศไทยภาคเหนือ*.
<http://www.thai.tourismthailand.org/home>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *Infographic the Amazing Thailand Safety and Health Administration*. <http://www.thai.tourismthailand.org/home>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563, 25 พฤษภาคม). *2 กระทรวงจับมือ สร้างมาตรฐานท่องเที่ยวมั่นใจปลอดภัยด้วยสาธารณสุข มอบสัญลักษณ์ “SHA” แก่ผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์*.
<https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=12671>
- เกียรติภูมิ กลีบกลาง. (2558). *ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต*. *วารสารบัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(2.1), 495-509.
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2564). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(3), 113-128.
- คำนวน อึ้งชูศักดิ์ และ ศุภมิตร ชุณหะวัณ. (2563). *วิกฤติโควิด-19 ในประเทศไทย: การเปลี่ยนผ่านจากมาตรการ “กึ่งล็อกดาวน์” สู่การมี “เสถียรภาพ”*. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 29(2), 377-380.
- จรินทร์ พักประไพ และ ณิชฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2564). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น*. *ว.มทรส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 6(1), 50-63.
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และ ชุตินา ศรีจารุเมธีญาณ. (2563). *กลยุทธ์การปรับตัวองค์กรเข้าสู่ยุค 4.0*. *วารสารพุทธมอค์*, 5(1), 54-62.
- จิตกร วิจารณรงค์. (2564). *การจัดการท่องเที่ยวไทยในยุค NEW NORMAL*. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 10(4), 372-381.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จิรวัดน์ จุเจริญ และ ชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2564). แนวทางการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 17(3), 183-202.
- จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน. (2563). พฤติกรรมสารสนเทศในยุควิด-19. *วารสารห้องสมุด*, 64(2), 36-49.
- เจนจิรา บรรจงนึก. (2555). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2560). การวิจัยการท่องเที่ยว: หลักการสู่การปฏิบัติในมุมมองอันสังคม. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 12(1), 1-5.
- ฉันทน์ ขววรรณอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สามลดา.
- ชญานิศ วังษ์พันธุ์. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 14(1), 65-78.
- ชนิสรา กุลสันติวงศ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว Generation Y หลังโรคระบาดโควิด 19* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. Dspace at Bangkok University.
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4804>
- ชมัยพร แก้วรอด. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตตำบลป่าตอง อำเภอกระบี่ จังหวัดภูเก็ต* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. Dspace at Bangkok University.
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1753>
- ฐิตาภา ตันติพันธ์วี. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด-19* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4652>
- ณัฐธิดา แสงงาม. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาคใต้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง กลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4533>
- ณัฐพล สิริพรพิสุทธิ์ และ ปรีดา ไชยา. (2559). องค์ประกอบของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 11(38), 56-66.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ตัญญา เพชรสง, ชมพูนุช จิตติถาวร และ ผกามาศ ชัยรัตน์. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพัทลุง. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(5), 269-280.
- ตุ๊กตา ไสมณี และ ชาตยา นิลพลับ. (2562). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสาร มทร. อีสาน*, 6(1), 126-141.
- ทศพล ว่องไวกลยุทธ์. (2556). *การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทุมพร อําเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุพรรณบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. Silpakorn University Central Library. <http://www.opac.lib.su.ac.th/record=b1419520>
- ธนพล แก้วสังข์. (2564). ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนเค็ม อําเภอดงหลวง จังหวัดกระบี่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=116896>
- นวพร บุญประสม, เบญจมาภรณ์ ชานาญณา, ศุภลักษณ์ สุริยะ, อติ เรียงสุวรรณ, ประวีร์ เหวียนระวี, และ วัลยา ชูประดิษฐ์. (2564). แรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา: วัดสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 27(1), 113-127.
- นันทิกานต์ ศรีสุวรรณ, ศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์, ธนา กิติศรีวรพันธุ์, และ วีระ วีระโสภณ. (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด 19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(1), 16-28.
- บุญทวารณ วิงวอน, มนต์รี พิริยะกุล, พิเชฐ ทองคำ, กนกวรรณ อุทุมพรทรัพย์, และ เจิมขวัญ รัชชุสานติ (2565). บทบาทการคั่นกลางความพึงพอใจและการกำกับของการจัดการความสัมพันธ์ ความคาดหวัง ขยายความสัมพันธ์เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวปลายทางตามมุมมองของนักท่องเที่ยว. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์*, 10(1), 75-102.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ประยูร แสนสมัคร และ กมลทิพย์ คำใจ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 32(1), 63-76.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญญา ฐประจ่าง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปริญญา บุญผดุง, และ เอื้ออัมพร ทิพย์
ทิมมพร. (2563). บุพปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์*,
8(1), 133-144.
- บุญยวีร์ เตียววานิช. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะ
พะงัน* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok
University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4915>
- พระปัญญาพัฒน์ แสงวงศ์ดี. (2563). “วิกฤติการณ์โลกกรณีการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออุบัติใหม่: บทบาท
ขององค์การอนามัยโลก สถานการณ์ในประเทศไทย และ New Normal,” *วารสารสังคมวิวัฒน์*,
11(1), 88-108.
- พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ช.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย* [สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3662>
- พัชรียา แก้วชู. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ “New normal”
หลังการแพร่ระบาดโควิด 19* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชสิริ ชมภูคำ และ ณัฐธิดา จักรภักดิ์ศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการ
ทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร.
จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 42(3), 1-18.
- พิมพ์วิภา ตราชวณิช และ ณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย. (2565). ปริทัศน์บทความวิจัยเรื่อง: พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทประเทศไทย. *สารศาสตร์*, 3, 497-508.
- พุทธชาติ ลุนคำ และ รชฎ เลียงจันทร์. (2564). *ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19*. Research
Intelligence; Krungsri Research. https://www.krungsri.com/getmedia/ab21638a-4089-4bb4-bb8a-62ba89d2c7da/RI_Future
- เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนิก. (2564). *องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของจังหวัดระนอง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้
และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. [https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-
detail.pl?biblionumber=115227](https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=115227)
- เพียงใจ คงพันธ์ และ ภัทราวรรณ วังบุญคง. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวเขาสุกัญชาจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 15-29.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่. (2563). องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน: กรณีศึกษาเขตธนบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. คลังปัญญาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://repository.nida.ac.th/items/a19b98d8-b5d6-4f1e-8372-c6382180a568>
- เราเที่ยวด้วยกัน. (2565). ข้อมูลโครงการ: โครงการเราเที่ยวด้วยกัน. <https://www.xn--12c1bik6bbd8ab6hd1b5jc6jta.com/information>
- ฤดี หลิมไพโรจน์ และ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2563). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ*, 6(2), 448-460.
- วันทิกา หิริญเทศ. (2565). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 8(2), 66-81.
- วารุณี ประไพเมือง. (2565). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงพหุวิถีใหม่ New Normal. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(3), 396-408.
- วิไลวรรณ วัชระแก้ว และ ยุภาพร ยุภาศ. (2564). การท่องเที่ยวไทยแลนด์แดนสยามยุคโควิด. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 6(3), 719-732.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว อนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(1), 79-98.
- ศุภัตรา ฮาบเจริญ และ นันทินี ทองอร. (2565). แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติโรคระบาด. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 17(1), 46-59.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ. (2564). สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 5(1), 37-56.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ ชนม์ชนก ชิตประเสริฐ. (2564). ความเชื่อมั่นแบบปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 37-48.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และ อริยา พงษ์พานิช. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบปรกติใหม่. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 12-24.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. (2550). *การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2561-2565): ฉบับทบทวนงบประมาณ พ.ศ. 2565*. ผู้แต่ง.
- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2566 – 2570)*. ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567, ผู้แต่ง
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์กับการท่องเที่ยวไทย ไตรมาส 1/2563. *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 1(4), 1-66. <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว* 2(1), 1-88. <https://www.mots.go.th/news/category/708>
- สิริภักดิ์ นัยเนตร. (2565). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่งานตรวจคนเข้าเมืองขาเข้า ด้านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานกรุงเทพ [สารนิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/8372/>
- อรชร มณีสงฆ์ และ พัชรา ตันติประภา. (2561). ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14(1), 59-76.
- อรรถพล ศิริเวชพันธ์. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองสะ อำเภอยักษ์ทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 58-75.
- อรรถพล ศิริเวชพันธ์. (2565). ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: กรณีศึกษานบ้านเมืองจันทร์ อำเภอมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 8(1), 101-110.
- อัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ, บุษยา วงษ์ขวลิตกุล, และ ธนวรรณ แสงสุวรรณ. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดหมายปลายทาง ในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย. *วารสารชุมชนวิจัย*, 14(2), 174-188.
- อับบาส พาสิทธิ์. (2565). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พักในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(2), 125-136.
- อติยา บัวศรี และ สุพาดา สิริกุดตา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 114-123.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อุกฤษ ทองบุญนุ้ม. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล (CUSTOMIZATION) ของธุรกิจเสื้อผ้าทางอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3111>
- Arminda, A. S., & Sergio M.G. (2018). Understanding tourism loyalty: Horizontal vs. destination loyalty. *Tourism Management*, 65, 245-255.
- Bagdare, S. (2016). A Conceptual Framework for Management of Tourism Experience. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(6), 718-722.
- Bank of Thailand VISA. (2021). *Revitalising Thailand's tourism sector In search of enablers for future sustainability*.
https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/27062021_RevitalisingThailandTourism.pdf
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Carlsson-Szlezak, P., Reeves, M., & Swartz, P. (2020). *What Coronavirus Could Mean for the Global Economy*. Harvard Business Review.
- Chebli, A., & Foued, B. S. (2020). The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Collier, A. & Harraway, S. (1987). *The New Zealand Tourism Industry*. Longman.
- Ebrahim, A.H., Saif, Z.Q., Buheji, M., Albasri, N., Al-Husaini, F.A., & Jahrami, H. (2020). COVID-19 Information-Seeking Behavior and Anxiety Symptoms among Parents. *OSP Journal of Health Care and Medicine*, 1(1), 1-9.
- Grappi, S. & Montanari, F. (2011). The Role of Social Identification and Hedonism in Affecting Tourist Re-Patronizing Behaviors: The Case of an Italian Festival. *Tourism Management*, 32(5), 1128-1140.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing* (10th ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing* (11th ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principle of Marketing* (13th ed.). Prentice-Hall.
- Kolter, P. (2010). *Marketing management*. Prentice Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Krungsri Research. (2021). *Everydaymarketing, Index Creative Village Public Company Limited*. <https://www.krungsri.com/en/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21>
- Kucukosmanglu, A., & Sensoy, E. (2010). *Customer satisfaction, a central phenomenon on marketing advanced consumer behavior theory*. Yeditepe University.
- Li, X. (Robert)., & Petrick, J. F. (2010). Towards an Integrative Model of Loyalty Formation: The Role of Quality and value. *Leisure Sciences An Interdisciplinary Journal*, 32(3), 201-221.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). Harpers and Row.
- Mcdowall, S. (2010). International Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 21-42.
- Moreno, F. M., Lafuente, J. G., Avila, F., & Moreno, S. M. (2017). The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 9(5), 135-144.
- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations* (2nd ed.). Routledge.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(3), 67-78.
- Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer loyalty: a guide for time travelers*. Palgrave Macmillan.
- Saayman, M., Li, G., Uysal, M., & Song, H. (2018). Tourist satisfaction and subjective well-being: An index approach. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 388-399.
- Sangpikul, A. (2016). *Relationships between destination quality, tourist satisfaction and destination loyalty: A case study of Phuket Island*. Dhurakij Pundit University. <https://bit.ly/3HuNrYB>
- Santana, L. D., & Gosling, M. (2018). Dimensions of image: A model of destination image formation. *Tourism Analysis*, 23(3), 303-322.
- Serenko, A., & Stach, A. (2009). The impact of Expectation Disconfirmation on Customer Loyalty and recommendation behavior: Investigating Online Travel and Tourism Service. *Journal of Information Technology Management*, 20(3), 26-41.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Supitchayangkool, S. (2012). The differences between satisfied/dissatisfied tourists towards service quality and revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 30-39.
- Tan, W. K. (2017). The relationship between smartphone usage, tourist experience and trip satisfaction in the context of a nature-based destination. *Telematics and Informatics*, 34(2), 614–627.
- TAT Newsroom. (2021, October, 1). *General Information – Phuket Sandbox*.
<https://www.tatnews.org/2021/10/initial-information-phuket-sandbox/>
- Thanh, N. T. K., Vinh, N. Q., & Tuan, N. T. (2020). Relationships among Expectations, Satisfaction and Loyalty of Visitors to Craft Village. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 16, 776-783.
- The Government Public Relations Department. (2021). *Department of Health Recommends Wearing a Mask Correctly, Adheres to the D–M–H–T–A Principle to Prevent Covid*. Retrieved from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/15501>
- Trip Advisor. (2021). *World Top Destinations*. <https://th.tripadvisor.com/TravelersChoice–Destinations–cPopular–g>
- World Health Organization. (2020). *Report of the WHO-China Joint Mission on Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*. <https://www.who.int/docs/defaultsource/coronaviruse/who-china-joint-mission-on-covid-19-final-report.pdf>
- World Health Organization. (2021). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic*.
<https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19>
- World Health Organization. (2020). *Report of the WHO-China Joint Mission on Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*. <https://www.who.int/docs/defaultsource/coronaviruse/who-china-joint-mission-on-covid-19-final-report.pdf>
- World Tourism Organization. (2018). *Global Report on Inclusive Tourism Destinations: Model and Success Stories*. UNWTO.
- Yamane, G., & Kapil, S. (2017). Tourists Satisfaction in Tourist Destination. *International Journal of Research in Finance and Marketing (IJRFM)*, 7(4), 138-151.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ชื่อเรื่องการวิจัย การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่จังหวัดภูเก็ต การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

***การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวที่ภายใต้แนวทางปฏิบัติใหม่ในการท่องเที่ยวตามโครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย:SHA เช่น การสวมใส่หน้ากากในพื้นที่ส่วนรวม การล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์สม่ำเสมอ และการเว้นระยะห่างที่เหมาะสม

***โครงการมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย:SHA** เป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีมาตรการเพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรคระบาด COVID-19

คำถามคัดกรอง: ท่านเป็นผู้ที่ไม่ได้พักอาศัย/ทำงาน อยู่ในจังหวัดภูเก็ตใช่หรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ โดยกากบาท (X) หน้าข้อมูลที่ตรงกับสถานะภาพของท่านมากที่สุด

1. เพศ 1.1) ชาย 1.2) หญิง 1.3) อื่นๆ
2. อายุ 2.1) 20-30 ปี 2.2) 31-40 ปี
 2.3) 41-50 ปี 2.4) 51-60 ปี
3. อาชีพ 3.1) นักเรียน/นักศึกษา 3.2) ประกอบกิจการส่วนตัว
 3.3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3.4) พนักงานบริษัทเอกชน
 3.5) อื่นๆ (โปรดระบุ)
4. รายได้ต่อเดือน 4.1) น้อยกว่า 15,000 บาท 4.2) 15,000-30,000 บาท
 4.3) 30,001-45,000 บาท 4.4) 45,001 บาทขึ้นไป
5. ภูมิลำเนา 5.1) ภาคเหนือ 5.2) ภาคกลาง 5.3) ภาคตะวันออก
 5.4) ภาคตะวันตก 5.5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5.6) ภาคใต้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ โดยกากบาท (X) หน้าข้อมูลที่ตรงกับสถานะภาพของท่านมากที่สุด

6. ท่านเดินทางท่องเที่ยววิถีปกติใหม่บ่อยแค่ไหนในระยะเวลา 1 ปี

- 6.1) 1 ครั้ง/ปี 6.1) 2-3 ครั้ง/ปี 6.3) มากกว่า 3 ครั้ง/ปี

7. ระยะเวลาของท่านในการเข้าพัก/พำนักที่จังหวัดภูเก็ตกี่วัน

- 8.1) 1-3 วัน 8.2) 4-6 วัน 8.3) 7-9 วัน 8.4) มากกว่า 9 วัน

8. ท่านวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างไร

- 8.1) ซื้อแพ็คเกจทัวร์ (ตัวเครื่องบินและที่พัก) 8.2) เดินทางมากับบริษัททัวร์
- 8.3) วางแผนด้วยตัวเองทุกอย่าง

9. ใครช่วยท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

- 9.1) ตัวท่านเอง 9.2) ภรรยา/สามี 9.3) แฟน
- 9.4) เพื่อน ๆ 9.5) พ่อแม่ หรือญาติ 9.6) อื่นๆ

10. ผู้ร่วมเดินทาง

- 10.1) เดินทางโดยลำพัง 10.2) เดินทางกับสามี/ภรรยา
- 10.3) เดินทางกับเพื่อน/แฟน 10.4) เดินทางกับครอบครัวและลูกๆ
- 10.5) เดินทางกับพ่อ/แม่ 10.6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดภูเก็ต

- 11.1) รถโดยสาร 11.2) รถยนต์ส่วนตัว 11.3) รถเช่า
- 11.4) เครื่องบิน 11.5) อื่นๆ (โปรดระบุ)

12. แหล่งท่องเที่ยวใดที่ท่านสนใจมากที่สุด

- 12.1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา 12.2) ชายหาด / แหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียง
- 12.3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 12.4) แหล่งซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง (Shopping)
- 12.5) แหล่งสถานบันเทิงยามค่ำคึกคัก 12.6) อื่นๆ (โปรดระบุ)

13. ท่านใช้จ่ายเรื่องที่พักต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- 13.1) 1,000 บาท หรือน้อยกว่า 13.2) 1,001-3,000 บาท
- 13.3) 3,001-5,000 บาท 13.4) 5,001 บาท หรือ มากกว่า

14. ท่านใช้จ่ายเรื่องอาหารและเครื่องดื่มต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- 14.1) 300 บาท หรือน้อยกว่า 14.2) 301-600 บาท 14.3) 601 บาท หรือ มากกว่า

15. ประเภทของที่พักรของท่านในจังหวัดภูเก็ต

- 15.1) โรงแรมหรู 5 ดาว 15.2) โรงแรม 4 ดาว 15.3) โรงแรม 3 ดาว
 15.4) เกสต์เฮาส์ 15.5) บ้านเพื่อน หรือญาติ
 15.6) อื่นๆ (โปรดระบุ)

16. แหล่งข้อมูลใดที่จูงใจให้ท่านอยากเดินทางมาท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต

- 16.1) สื่อมวลชน (ทีวี/ หนังสือพิมพ์) 16.2) อินเทอร์เน็ต
 16.3) เพื่อน/ญาติ/พ่อแม่ 16.4) ตัวแทนการท่องเที่ยว/บริษัททัวร์
 16.5) หนังสือการท่องเที่ยว 16.6) อื่น ๆ

17. เมื่อท่านกลับไปยังภูมิลำเนาของท่าน ท่านจะแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในด้านใดให้แก่คนรู้จัก

- 17.1) อาหารได้ 17.2) ผู้คนในพื้นที่
 17.3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา 17.4) ชายหาด/แหล่งดำน้ำบริเวณเกาะใกล้เคียง
 17.5) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา 17.6) อื่น ๆ

ส่วนที่ 3

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (X) หรือ (✓) ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยแทนค่า (5) = มากที่สุด, (4) = มาก, (3) = ปานกลาง, (2) = น้อย, (1) = น้อยที่สุด

การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต	ระดับความพึงพอใจ				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)					
18. ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ของจังหวัดภูเก็ต					
19. แหล่งท่องเที่ยวมีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)					
20. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย					
21. ระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)					
22) มีศูนย์บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคทางเดินหายใจ COVID-19 และโรงพยาบาลที่มีมาตรฐานสากล					
23) มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ					

การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต	ระดับความพึงพอใจ				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
24) ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามมาตรฐาน SHA					
25) ร้านอาหารมีการรับรองตามโครงการมาตรฐาน SHA และปฏิบัติตามอย่างเหมาะสม					
ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)					
26) พนักงานสวมใส่หน้ากากและปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA อย่างเคร่งครัด					
27) สถานที่ส่วนกลางในบริเวณที่พักคำนึงถึงการเว้นระยะห่าง					
28) สถานที่พักผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว					
29) ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับมาตรฐานและคุณภาพการบริการ					
เส้นทางคมนาคมการเข้าถึง (Accessibility)					
30) การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีความปลอดภัย					
31) มีตารางบินและตารางเดินรถมายังจังหวัดภูเก็ต					
32) มีจุดบริการตรวจโรค COVID-19 ก่อนเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ต					
33) มีการคัดกรองนักท่องเที่ยว เช่น การให้ผู้เดินทางสวมใส่หน้ากากในพื้นที่ส่วนรวม หรือตลอดการเดินทาง ตามมาตรฐาน SHA มีความเหมาะสม					
การรับรู้ (Awareness)					
34) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ					
35) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชน					
36) มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ภายในแหล่งท่องเที่ยว					
37) มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
ความเชื่อมั่น (Assurance)					
38) แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและขอปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภัยธรรมชาติ เช่น การเตือนภัยสึนามิ ระวังภัยคลื่นลมแรง เป็นต้น					

การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ต	ระดับความพึงพอใจ				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
39) แหล่งท่องเที่ยวมีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาด/ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (เอกสาร บุคลากร หรือป้ายประกาศ) อย่างชัดเจน					
40) แหล่งท่องเที่ยวผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว					
41) มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน					

ส่วนที่ 4 ความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย เครื่องหมาย (X) หรือ (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยแทนค่า (5) = มากที่สุด, (4) = มาก, (3) = ปานกลาง, (2) = น้อย, (1) = น้อยที่สุด

ความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	(5)มากที่สุด	(4) มาก	(3)ปานกลาง	(2) น้อย	(1)น้อยที่สุด
42) ท่านคิดว่าท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งในอีก 1 ปีข้างหน้า					
43) ท่านจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้แก่มิตรที่รู้จัก					
44) ท่านจะแนะนำการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตให้แก่มิตรที่รู้จัก					
45) การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ในจังหวัดภูเก็ตคุ้มค่ากับเงินและเวลา					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

.....

.....

5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวรณิภา หงษ์โม้
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการท่องเที่ยว) หลักสูตรนานาชาติ คณะบริหารธุรกิจบัณฑิตการจัดการท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	พนักงานบริษัทเอกชน Musement Representative, Service Delivery Tour Desk บริษัท รุย เดสติเนชั่น เอ็กพีเรียนเซส (ประเทศไทย) จำกัด (TUI DESTINATION EXPERIENCES (THAILAND) CO., LTD.)
	พนักงานโรงแรม แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Club Lounge Receptionist) โรงแรมเอาท์ทริกเกอร์ ลากูน่า บีช รีสอร์ท (Outrigger Laguna Phuket Beach)

ผลงานตีพิมพ์

- Wiroon B., Ranipa H., Tanakorn C., Siwat K., & Kanlaya S. (2020). *Covid-19: The readiness and adaptation of Tour Operator to Health Tourism A case study of TUI Destination Experience Thailand Co., LTD. UBT International Conference. 478.*
https://knowledgecenter.ubt-uni.net/conference/2020/all_events/478
- รณิภา หงษ์โม้, ศิวัช คงทอง, วิรุฬห์ บุญอ่อน และ Shu Shi. (2564). *การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจศูนย์ประชุมระดับชาติในประเทศไทย. DPU International Conference on Business Innovation and Social Sciences 2021. National Sessions (2021/05); p.149-164.*
- รณิภา หงษ์โม้ และ มณฑกานติ ชูชวงค์. (2566). *การศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 29(2), 8-23.*