# การเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19

# Travel selection of Thai tourists during the Covid-19 Pandemic

Received 9 April 2022
Revised 10 April 2022
Accepted 9 May 2022

ดนุพล แสงนาค[1], อัญชิษฐา ภูอุดม[1], ชนัญญู ตินตะบุระ[1],
อภิญญา สุพิชญ์[1], กาญจนาภา อินทรจักร์[1], ธีระพงศ์ คงด้วง[1],
พีรพล สุขสำราญ[2], วริศรา วงศ์สนิท[2], อาทิตยา ทองสีดา[2],
วรินทร์พร ชาติสุวรรณวัฒนา[2], และนันทิตา มีทัน[3],
[1] อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
[2] นิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Danupon Sangnak[1], Aunchistha Poo-Udom[1], Chananyoo Tintabura[1],
Apinya Supich [1], Kanjanapa Intarajak [1], Theerapong Kongduang[1],
Peeraphon Suksumran[2], Warisara Wongsanit[2], Arthitaya Thongseeda[2],
Warinphon Chartsuwanwatthana[2], and Nuntita Meetun[2],
[1] Lecturer, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University
[2] Student, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University
Corresponding author, E-mail: danupon.s@ku.th

**บทคัดย่อ**

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคคลที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยในช่วงระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโควิด-19 จำนวน 400 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา ทฤษฎี 5A สำหรับปัจจัยต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวซ้ำหรือการบอกต่อ ผลการศึกษา พบว่า การเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 คือ 1) นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเที่ยวในประเทศ 2) เดินทางไปเที่ยวที่ใกล้บ้านสามารถขับรถไปได้ 3) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 4) เลือกไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ 5) เลือกไม่ท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์นี้

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการท่องเที่ยว, การเลือกท่องเที่ยว, การเดินทางท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, โควิด-19

**Abstract**

This article aims to study the travel choices of Thai tourists during the epidemic situation of COVID-19. Quantitative research, the sample consisted of 400 persons living in Thailand during the COVID-19 epidemic situation. The questionnaire was used as a tool to collect and analyze data in Five-A theory study for factors in travel choice leading to travel decision making, repeat travel or referrals to other tourists. The results of the study revealed that the travel choices of Thai tourists during the COVID-19 epidemic situation were: 1) tourists chose to travel in the country 2) travel would choose to travel closer to home and Easy to

travel by car. 3) It is safe to travel. 4) Choose to travel in a new tourist destination 5) Choose not to travel during this situation.

**Keywords:** Tourism behavior, travel selection, travel, Thai tourists, COVID-19

**บทนำ**

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นรายได้หลักของประเทศไทยจะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางเข้ามาเที่ยวมากที่สุดทำให้สามารถสร้างรายได้จำนวนมากเข้าประเทศ ดังนั้น การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ในช่วงต้นปี 2563 เกิดวิกฤติโลกจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ประกาศให้เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) เป็นโรคติดต่ออันตรายในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ต่อมาได้ประกาศเป็นโรคติดต่อที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลกในวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 (กรมควบคุมโรค, 2564) จากสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นทำให้มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นทั่วโลกจนทำให้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศหยุดชะงักลง รวมไปถึงผลกระทบต่อกิจกรรมเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของโลก โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลในหลายประเทศได้ใช้มาตรการควบคุมการเดินทางเข้าออกประเทศของชาวต่างชาติหลายประเทศเลือกใช้มาตรการปิดประเทศระงับการเดินทางเข้าออกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชั่วคราว เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศ รวมถึงประเทศไทยได้ใช้แนวทางควบคุมการเดินทางเข้าประเทศทางอากาศและมีการปิดด่านชายแดนทั่วประเทศ (กรมควบคุมโรค, 2564)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาและเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการเตรียมการและปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนและตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณูปโภค เช่น การบริการที่พักสถานบันเทิง เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยจากโรคต้องมีการปรับรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปจากเดิม

**วัตถุประสงค์**

เพื่อศึกษาการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19

**ทบทวนวรรณกรรม**

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในอดีตมนุษย์มักเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหาที่อยู่อาศัยใหม่ หรือเพื่อการติดต่อซื้อขาย เผยแพร่ศาสนา รวมทั้งเดินทางเพื่อเชื่อมความสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศ ปัจจุบันการเดินทางเกิดขึ้นหลายวัตถุประสงค์ หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยว ผู้เดินทางมีความต้องการที่จะไปพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการคลายเครียดและความเพลิดเพลินใจจากวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่มากมาย จึงทำให้มีคนให้คำนิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลากหลายลักษณะ โดยองค์การท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ในปี พ.ศ. 2506 คือ การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการประชุม แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหลักฐาน หรือไปพำนักอยู่อย่างถาวร พร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน

(Visitors)" แทนคำว่า "นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist)" มีกิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1.ต้องมีการเดินทาง 2.ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ 3.ต้องมีจุดหมายของการเดินทาง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียดและการแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546) การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) ซึ่งการท่องเที่ยว มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ 1. การเคลื่อนที่ เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพักที่เหล่านั้น 2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วนคือ การเดินทางสู่จุดหมาย และการหยุดพักประกอบกิจกรรมที่จุดหมายนั้น 3. การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรม ซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก 4. การเดินทางสู่จุดหมายเป็นการเดินทางชั่วคราว ระยะสั้นๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางไม่ได้ไปเพื่อหลักแหล่งหรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางชั่วคราว เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ สำหรับสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization: IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากล (Gocldner and Riichir, 2006) คือ ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ หรือ ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทาง ดังนั้น การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากอีกแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน ในลักษณะวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ต้องการ เป็นการท่องเที่ยวชั่วคราวไม่อาศัยอยู่อย่างถาวร และไม่ใช้การเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว จัดเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อมนุษย์ อาจจำแนกออกได้ 3 ด้าน (ปวีณา โทนแก้ว, 2542) คือ 1. ความสำคัญต่อบุคคล เป็นสื่อสร้างสรรค์ความสำราญเพลิดเพลินใจแก่มนุษย์ เป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต และยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้มีทัศนคติที่กว้างไกลสามารถรับและเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง เสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต 2. ความสำคัญต่อสังคม ก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ช่วยพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค มาตรฐานการครองชีพ ตลอดจนคุณภาพชีวิต 3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรายได้สำคัญในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ กระตุ้นการสร้างงานและรายได้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราและกระจายรายได้แก่ท้องถิ่น รวมทั้งกระตุ้นการผลิต และธุรกิจบริการต่าง ๆ

การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ (Holloway, 1983) และสามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมวิวทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งมีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยว ไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย

2. การท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อให้เกิดการพักผ่อนทั้งร่างกาย และพักผ่อนสมอง หรืออาจจะรวมถึงการพักฟื้นร่างกายจากการเจ็บป่วย โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้ จะใช้เวลาในการพักผ่อนให้นานที่สุด สถานที่ที่สามารถไปพักจะเลือกสถานที่ สงบ และสะดวกสบายในการพักผ่อน

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นในพื้นที่นั้น ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวให้ควบคู่กันไปเป็นการศึกษาความเป็นอยู่ทั้งแง่ของมานุษยวิทยา และด้านสังคมวิทยา เช่น โบราณสถานต่าง ๆ ศิลปะ การแสดงต่าง ๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา หรือมีการออกกำลังกายเพื่อผ่อนคลายต่าง ๆ การท่องเที่ยว เพื่อการกีฬานี้สถานที่ที่เป็นจุดหมายในการเดินทางไปนั้นจะต้องเป็นสถานที่ ที่สามารถดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา ซึ่งผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนา มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หรืองานวิจัย หรือทำการแลกเปลี่ยนอาจารย์นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

รูปแบบการท่องเที่ยว กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบหลัก (องค์การท่องเที่ยวโลก, 2558) ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism)

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural-based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / village tourism)

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

สรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายประเภท เนื่องด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศมีจำนวนมาก เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัตศาสตร์ การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์การ ท่องเที่ยวพำนัก

ระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข่าวสารนักท่องเที่ยว ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ และส่วนประกอบ อื่น ๆ บริการเบ็ดเตล็ด จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงการจัดการระบบการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอันเนื่องจากระบบการจัดการที่ดี

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกริยาท่าทางต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรง กับการท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวทั้งหมด เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจระดับหนึ่ง ในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ โดยจะต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว และรวมถึงบุคคลที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น (ธัญชนก แววแก้ว, 2557) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นภายนอกจะสังเกตการณ์การกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยการอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย (สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ, 2554) พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน การแสดงออกอาจจะแสดงออกได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตนเอง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากสังคม แต่สำหรับบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการหลีกหนีภารกิจในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซาก (สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันทน์, 2526) องค์ประกอบของพฤติกรรม แบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมุ่งหมาย (Goal) ความพร้อม (Readiness) สถานการณ์ (Situation) การแปลความหมาย (Interpretation) การตอบสนอง (Response) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) (จักรกฤษณ์ เรืองเวช, 2550) ดังนั้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะเดินทางท่องเที่ยว อาจแสดงออกได้หลายรูปแบบ เช่น คำพูด สีหน้า การกระทำหรือท่าทาง เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการของแต่ละบุคคล ที่อาจจะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับในขณะนั้น ประเภทของพฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มิใช่เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรง และพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังไม่รู้ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง แต่บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัยการสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล (ประสิทธิ์ ทองอุ่น, 2542)

COVID-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ (Emerging disease) ที่มีอาการทางคลินิกเฉพาะตัว มีระยะฟักตัวเชื้อในร่างกายมนุษย์ และการแสดงอาการค่อนข้างยาวนานกว่าไวรัสในตระกูลเดียวกัน โดยมีระยะฟักตัวโดยเฉลี่ย 5.1 วัน และระยะเวลาแสดงอาการ 12 วัน ติดต่อผ่าน ทางลมหายใจ สารคัดหลั่ง และการสัมผัสกับเชื้อโดยตรง (ศิรศักย เทพจิต, 2563) ไวรัสโคโรนา เป็นไวรัสที่ถูกพบครั้งแรกในปี 1960 แต่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจนว่ามาจากที่ใด ปัจจุบันมีการค้นพบไวรัสสายพันธุ์นี้แล้วทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ส่วนสายพันธุ์ที่กำลัง

แพร่ระบาดหนักทั่วโลกตอนนี้เป็นสายพันธุ์ที่ยังไม่เคยพบมาก่อน คือ สายพันธุ์ที่ 7 จึงถูกเรียกว่าเป็น “ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” และในภายหลังถูกตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า “โควิด19” (COVID-19) นั่นเอง ดังนั้น ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ และไวรัสโควิด-19 จึงหมายถึงไวรัสชนิดเดียวกัน (รพีพรรณ รัตนวงศ์นรา,2563)

การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal Tourism) เป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้อง ปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563) การที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความพึงพอใจ มีความแจ่มใสอย่างสูงสุด และมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญ และยอมรับความจริงของชีวิต (มจินต์ สลัดทุกข์, 2546) กระบวนการที่บุคคลใช้ความพยายามในการปรับตนเอง เมื่อเผชิญกับสภาพปัญหาความอึดอัด ความเครียด ความคับข้องใจ ความทุกข์ใจ ความวิตกกังวลต่าง ๆ จนเป็นสภาพการณ์ที่บุคคลนั้น ๆ สามารถอยู่สภาพแวดล้อมหรือในสภาพปัญหานั้น ๆ ได้ ถ้าบุคคลปรับตัวแล้วสามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมได้อย่างมีความสุขได้นั้นแสดงว่าบุคคลนั้นมีสุขภาพจิตดี แต่ถ้าหากว่าบุคคลปรับตัวแล้วยังมีความทุกข์ใจ ว้าวุ่นใจ ไม่สบายใจอยู่ ความรู้สึกดังกล่าวย่อมจะทำให้บุคคลนั้นกลายเป็นบุคคลที่มีสุขภาพจิตไม่ดี และหากเรื้อรังรุนแรงมากขึ้น อาจจะเจ็บป่วยเป็นโรคประสาทหรือโรคจิตได้ (วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, 2545) บุคคลประกอบด้วยกาย จิต และสังคม (Biopsychosocial being) ไม่สามารถแยกจากกันได้เพื่อความปกติสุข หรือภาวะสุขภาพที่ดี (Roy, 1984 ) อีกทั้ง เป็นระบบการปรับตัวแบบองค์รวม (Holistic adaptation system) ระบบของมนุษย์เป็นทั้งหมดใน หนึ่งเดียวแสดงถึงพฤติกรรมการมีความหมายของมนุษย์ มีความสามารถในการคิด มีสติ และมีความหมายซึ่งจะมีการพิจารณาอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลงคนและสิ่งแวดล้อมจะมีรูปแบบและมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (Roy, 1999) การปรับตัว (Adaptation level) เป็นปัจจัยนำเข้าสู่ระบบการปรับตัวของบุคคลอีกตัวหนึ่ง ระดับการปรับตัว แบ่งระดับการปรับตัวออกเป็น 3 ลักษณะ (Roy, 1999) ได้แก่ ระดับการปรับตัวที่มีการผสมผสานกันได้ดี (Integrated level of adaptation) ระดับการปรับตัวที่อยู่ในระยะของการชดเชย (Compensatory level of adaptation) และระดับการปรับตัวที่อยู่ภาวะอันตราย/ไม่ดี (Compromised level of adaptation)

ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น มีด้วยกัน 4 แบบ คือ สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Buit attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions) (Middleton, 1994) สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attractions) ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์ที่สร้างขึ้น รวมถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ (Medlik and Middleton, 1973) สิ่งดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะ เป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา ทะเล ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดังโดดเด่น และโดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมาก (Dickman, 1996) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นได้ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมดำน้ำ การปั่นจักรยานชมวิว เป็นต้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมาก แต่อาจไร้ประโยชน์หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ การคมนาคมควรมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน การบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่ง ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ต้องมีสิ่งเอื้อ อำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย ความสามารถในการไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) รวมถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับคนต่างด้าวของรัฐบาล (Medlik and Middleton, 1973)

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และบริเวณโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ (Medlik and Middleton, 1973) สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการต่าง ๆ เป็น 7 ประเภท ประกอบด้วย ที่พัก ร้านอาหารซึ่งครอบคลุมร้านอาหารทุกระดับ การคมนาคมขนส่ง ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น กีฬาและกิจกรรมสันทนาการ สิ่งอ้านวยความสะดวกอื่น ๆ ร้านค้า และการบริการอื่น ๆ (Middleton, 1994) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร นำเที่ยว แลกเปลี่ยนเงินตรา สินค้าที่ระลึก เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

5. ที่พัก (Accommodation) เมื่อมีการเดินทางออกจากที่พำนักบ้านเกิดของตัวเองหรือการเดินทางไกลก็จำเป็นจะต้องมีการใช้บริการการพักแรม โดยถือว่าอุตสาหกรรมที่พักเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอับดับสองรองจากอุตสาหกรรมของที่ระลึก สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการจัดการการบริการจำนวนที่พักที่เพียงพอ มีความสะอาดทั้งตัวบ้านพักและบริเวณรอบๆ ที่พัก พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการรวมทั้งมีความเหมาะสมต่อสถานที่เพื่อสร้างความประทับให้แก่นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาพักในสถานที่นั้น ๆ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักเพื่อที่จะได้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) โดยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ส่วนประกอบอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน อาทิ การคมนาคม ขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) ถึงแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ ถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและ

สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญ เช่นกัน และในส่วนของการบริการที่พัก (Accommodation) ควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่เหมาะสม นอกเหนือจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มี กิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการนำแนวความคิดมาใช้ในการศึกษาเรื่องการเลือกของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตประชากรคือ คนไทยประมาณ 66,171,439 คน สรุปยอดล่าสุด 31 ธันวาคม 2564 (ศูนย์ข้อมูลประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง มหาดไทย รายงานจำนวนราษฎรทุกจังหวัด, 2564) นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งประเทศที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรตามแนวคิดของ Yamane (1973) เป็นการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และที่ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 0.05 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence or IOC) หรือค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเท่ากับ 1.00 ทำการตรวจสอบคุณภาพหาความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบค่าน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม และคณะวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19

**สรุปผลการวิจัย**

1. ผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 มีสถานะภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

2. ผลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นว่าต้องปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19 จัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.50, S.D = 0.65) รองลงมา คือ สถานการณ์ โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จัดอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$= 4.39, S.D = 0.80) นักท่องเที่ยวชาวไทยเตรียมความพร้อมในการรับมือสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$= 4.22, S.D = 0.82) ความต้องการหลีกหนีความ จำเจในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์โควิด-19 จัดอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$= 4.20, S.D = 0.92) มีความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$= 3.68, S.D = 1.12)

3. ผลวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ระดับ

ความพึงพอใจองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D = 0.81) โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในด้านที่พัก ($\overline{X}$ = 4.40, S.D = 0.70) ลำดับรองลงมา คือ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = 0.74) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 4.30, S.D = 0.78) ในส่วนของด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\overline{X}$ = 4.23, S.D = 0.79) และส่วนสุดท้ายด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.57, S.D = 1.04)

4. ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 จากการศึกษาพบว่า

4.1 สมติฐานที่ 1 ระดับปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องชาวไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19

4.1.1 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\chi^2$) เท่ากับ 8.083 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.089 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.>0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าเพศกับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.2 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\chi^2$) เท่ากับ 1.448 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.836 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.>0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าเพศและระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.3 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์ โควิด-19 โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\chi^2$) เท่ากับ 4.536 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.338 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.>0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าเพศและระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์ โควิด-19 ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.4 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\chi^2$) เท่ากับ 21.211 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.171 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.> 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าอายุและระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.5 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\chi^2$) เท่ากับ 16.086 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.447 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้

(Sig.>0.05)จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าอายุและระดับความคิดเห็นว่ามีความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.6 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน เช่น จากการทำงาน การอยู่บ้านเฉยๆ ในสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์โควิด-19 ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 19.697 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.234 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.>0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าอายุและระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์โควิด-19 ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.7 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับความคิดเห็นของสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 34.155 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.<0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าภูมิลำเนากับระดับความคิดเห็นของสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว และสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.8 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 34.155 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.<0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าภูมิลำเนากับระดับความต้องการที่จะท่องเที่ยวระหว่างสถานการณ์โควิด-19 สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.1.9 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน เช่น จากการทำงาน การอยู่บ้านเฉยๆ ในสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวันในสถานการณ์โควิด-19 ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 32.656 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.<0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าภูมิลำเนากับระดับความต้องการหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวันในสถานการณ์โควิด-19 สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 สมติฐานที่ 2 ระดับปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19

4.2.1 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์ โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 2.148 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.709 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. > 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.2 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 7.078 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.132 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. > 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.3 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$) เท่ากับ 11.487 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.4 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$ ) เท่ากับ 14.237 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.581 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. > 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.5 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$ ) เท่ากับ 46.791 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.6 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก โดยใช้สถิติไคสแควร์(Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{\chi^2}$ ) เท่ากับ 33.255 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.7 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ใช้สถิติ

ไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{x^2}$) เท่ากับ 16.660 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.675 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. > 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.8 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ ($\boldsymbol{x^2}$) เท่ากับ 32.640 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.9 ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไค สแควร์ ($\boldsymbol{x^2}$) เท่ากับ 40.445 และค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ (Sig.) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig.<0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในด้านที่พัก สัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**อภิปรายผลการวิจัย**

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องชาวไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี มีสถานะภาพโสด และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ผู้วิจัยเห็นว่าเนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และช่วงอายุ 15-25 ปี เป็นช่วงวัยที่รู้สึกอยากเป็นอิสระ ชอบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด หลีกหนีความจำเจในการใช้ชีวิตประจำวันและต้องแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ้งสอดคล้องกับแนวคิดของ แสงเดือน รติธร (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจนักท่องเที่ยว คือ (Tourism Motivations) สิ่งกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังถานที่หนึ่ง ๆ สมัยก่อนผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผล เพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขตหรือดินแดนและการไปจาริกแสวงบุญ ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลีกหนีจากวิถีชีวิตเดิม ๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

2. ระดับความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์ โควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกทำให้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นโรคระบาดรุนแรง สามารถติดต่อกันอย่างง่ายดายจากการไอ หรือแม้กระทั่งการใช้อากาศร่วมกัน และบางรายก็ส่งผลต่อชีวิตได้ จึงทำให้ผู้คนต้องปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยการสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งหลังจากสัมผัสสิ่งของต่างๆ และหลีกเลี่ยงการเดินทางไปในพื้นที่แออัดหรือสุ่มเสี่ยง เพื่อเป็นการป้องกันตัวเองต่อการติดเชื้อ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นถึงความสำคัญในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่หากภาครัฐและภาคเอกชนที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก็จะต้อง มีการ

เตรียมการและปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการท่องเที่ยวและการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Roy (1999) มองว่า บุคคลประกอบด้วยกาย จิต และสังคม (Biopsychosocial being) มีความเป็นองค์รวม (Roy, 1984) ไม่สามารถแยกจากกันได้เพื่อความปกติสุข หรือภาวะสุขภาพที่ดี นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับระดับ การปรับตัว (Adaptation level) ซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าสู่ระบบการปรับตัวของบุคคลอีกตัวหนึ่ง ระดับการปรับตัว ก็คือระดับหรือขอบเขตที่แสดงถึงความสามารถของบุคคลในการตอบสนองทางบวกต่อสถานการณ์หนึ่ง หรือเป็นผลจากการที่บุคคลตอบสนองต่อสิ่งเร้านั่นเอง

3. ระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด-19 โดยเรียงลำดับ ดังนี้

3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) มีระดับความพึงพอใจโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.23, S.D=0.79) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง ความสวยงามของสถานที่ เพราะสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึกความสวยงามของธรรมชาติ ความสวยงามจากสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักแนวคิดของ บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา และเพ็ญสิริ ศรีคำภา (2557) เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำไปสู่หลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวค้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน ความสวยงามทางธรรมชาติ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ศิลปะขนบธรรมเนียมประเพณี ประติมากรรม หัตถกรรม วรรณกรรม วิธีชีวิต อาหาร ภาษาเป็นต้น และการท่องเที่ยวที่นำวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่สนใจเรียนรู้วัฒนธรรมมรดกทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

3.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีระดับความพึงพอใจโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.57., S.D.=1.04) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง พักผ่อน/รับประทานอาหาร ถือว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ผ่อนคลายได้ดี ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับหลักแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง ปัจจัยที่จะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จและเกิดความประทับใจ ซึ่งทั้งนี้ได้รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การขี่จักรยาน เป็นต้น

3.3 ด้านความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) มีระดับความพึงพอใจโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4..35., S.D.=0.74) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว การคมนาคมควรมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม มีสถานถนนมาตรฐานรับรองของยานพาหนะ มีสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกสบาย ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับหลักแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542)

3.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีระดับความพึงพอใจโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4..30., S.D.=0.78) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ใช้งานประจำ เช่น ห้องน้ำ ลิฟต์ ราวบันได เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมบัติ การญจนกิจ (2541) เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเกิดความประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากจะท่องเที่ยวยาวนานมากยิ่งขึ้น หรือต้องการการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว

3.5 ด้านที่พัก (Accommodation) มีระดับความพึงพอใจโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=4.40, S.D.=0.70) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง สถานที่พักแรมทำตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางด้านที่พักควรมีมาตรการป้องการกันและจำนวนห้องพักที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับหลักแนวคิดของทฤษฎี SA's ของ Tourism Western Australia (2008) เกี่ยวกับที่พักสถานที่ท่องเที่ยว ควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่มีความเหมาะสมต่อสถานที่ สถานที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

**ข้อเสนอแนะ**

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากสิ่งที่ควรปรับปรุง คือ สถานที่ท่องเที่ยวควรมีมาตรการการการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นเพื่อให้ถูกต้องตามมาตรการของสาธารณะสุขอย่างเข้มงวด

1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าโดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ควรปรับปรุง คือ ด้านการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นเนื่องจากมีมาตรการลดความแออัดของจำนวนนักท่องเที่ยว

1.3 ด้านความปลอดภัยในการเดินทาง พบว่าโดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากสิ่งที่ควรปรับปรุง ควรปรับปรุงสภาพถนนมีมาตรฐาน สามารถรองรับยานพาหนะของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ จัดเส้นทางถนนเข้าเพื่อให้เกิดการเดินทางเข้าสู้สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก การเดินทางควรจะมีป้ายสัญลักษณ์บอกในแต่ละจุดพื้นที่

1.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าโดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ควรปรับปรุง คือ มีการดูแลทำความสะอาดอย่างเข้มงวดในทุก ๆพื้นที่ เช่น ลิฟต์ ห้องน้ำ หรือราวจับบันได เป็นต้น

1.5 ด้านที่พัก พบว่าโดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ควรปรับปรุง คือ ที่พักในทุกพื้นที่มีการรองรับการฉีดพ้นยาฆ่าเชื้อในทุก ๆจุดที่มีการสัมผัส และเพิ่มมาตรการตรวจคัดกรองอย่างเข็มงวด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์โควิด 19 และเป็นปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและนำผลที่ได้ไปปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

2.2 ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

**กิตติกรรมประกาศ**

การวิจัยนี้เป็นผลงานวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี โดยได้รับคำปรึกษาจากคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ท่องเที่ยวและโรงแรม คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีคุณภาพเพียงพอในการตีพิมพ์เผยแพร่ในฐานข้อมูล ระดับชาติ

**เอกสารอ้างอิง**

กรมการท่องเที่ยว. 2562. ท่องเที่ยวในวิถี New Normal. สืบค้น14 มกราคม 2565,จาก http://covid19.mcot.net/knowledge_covid/ท่องเที่ยววิถี-new-normal/

กรมควบคุมโรค. (2564). แนวทางการให้วัคซีนโควิด 19 ในสถานการณ์การระบาด ปี 2564 ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กรมควบคุมโรค.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554).แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. สืบค้นวันที่ 20 มีนาคม 2565, จาก http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf

จักรกฤษณ์ เรืองเวช. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการอท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดชลบุรี.วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, 3(1), 67-80.

ชนิสรา กุลสันติวงศ์. 2562. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. (ออนไลน์) วันที่สืบค้น 14 มกราคม 2565แหล่งที่มา: http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4804/1/chanissara_kuls.pdf

ธัญชนก แววแก้ว. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศ เกาหลี. หรือญี่ปุ่น. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นิศา ชัชกุล. 2550. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. (ออนไลน์) วันที่สืบค้น 14 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2555/TANTIKON%20KOTCHARE/05_ch2.pdf

บริสุทธิ์ แสนคำ. 2564. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2564) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประสิทธิ์ ทองอุ่น. (2542). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ: เธิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชัน.

ปวีณา โทนแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พยอม ธรรมบุตร. 2549. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบรูณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จัดหวัดสุราษฎร์ธานี. (ออนไลน์) วันที่สืบค้น 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Piyawan_K.pdf

พัชรียา แก้วชู. 2563. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. (ออนไลน์) สืบค้น 15 มกราคม 2565แหล่งที่มา: https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf

วรรณา วงย์วนิช. 2546. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. (ออนไลน์) แหล่งที่มา: http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2555/TANTIKON%20KOTCHARE/05_ch2.pdf สืบค้น 14 มกราคม 2565

วิศนี รัตนอร่ามสวัสดิ์. 2563. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อมาตรการป้องกันโรคระบาด (COVID-19) ณ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ จังหวัดตรัง. (ออนไลน์) สืบค้น 14 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: http://nrei.rmutsv.ac.th/sites/default/files/data/AQ.pdf

ศุภศักดิ์ เงาประเสริฐวงศ์. 2564. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. (ออนไลน์) สืบค้น 14 มกราคม 2565แหล่งที่มา: http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/8conference/article/view/2353

สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว. (ออนไลน์) สืบค้น 14 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/TRISAWAN%20%20MATKUL/05_ch2.pdf

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันทน์. (2526). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2546). เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2546. ความหมายของการท่องเที่ยว. (ออนไลน์) สืบค้น 14 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: https://tourismatbuu.wordpress.com

สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: อินทนิล.

องค์การท่องเที่ยวโลก. (2558). ความหมายการท่องเที่ยว. สืบค้นวันที่ 25 เมษายน 2565, จาก https://tourismatbuu.wordpress.com

## References

Goeldner & Ritchir. 2006. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. สืบค้นวันที่ 14 มกราคม 2565, จาก http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2555/TANTIKON%20KOTCHARE/05_ch2.pdf

Holloway, R. L. (1983). Human paleontological evidence relevant to language behavior. Human neurobiology, 2(3), 105-114.

Krungthai compass. 2563. เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน_New Normal_เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน. (ออนไลน์) สืบค้น วันที่ 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา: https://krungthai.com/economyresources/EconomyResourcesDownload.pdf

Tourism Economic. 2563. Covid-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. (ออนไลน์) สืบค้น 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา : https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport.pdf