

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางบนความปกติใหม่ของจังหวัดมหาสารคาม

Tourist Behavior on the New Normality in Maha Sarakham Province

♦ ชัยวัช ศิริบรรพิตักษ์

ดร. อาจารย์สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Chaithawat Siribowonphitak

Ph.D., Lecturer of Tourism and Hotel, Faculty of Management Science, Rajabhat

Maha Sarakham University. E-mail: Siribowonphitak@gmail.com

♦ อนุชา ลาวงค์

ดร. อาจารย์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการท้องถิ่นและการบริหาร
การพัฒนา คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Anucha Lavong

Ph.D., Lecturer of Public Administration Program in Local Management and

Development Administration, Rajabhat Maha Sarakham University

E-mail: anucha.lavong2019@gmail.com

Received: July 10, 2021; Revised: August 2, 2021; Accepted: October 7, 2021

Abstract

The purpose of this research was 1) to study the current tourism situation of Maha Sarakham Province. And 2) to study tourists' behavior on the new normality in Maha Sarakham Province. The research period was from March 2020 to January 2021 with a sample of 400 people involved in tourism in Maha Sarakham Province. Stratified Random Sampling was used. The data were analyzed by using descriptive statistics. Most tourists have a travel purpose. 73.9% of travel/visits, frequent travel per month, 67.4%, traveling alone 18.0%, number of traveling companions, 27.6% having the type of vehicle that you use to travel Private car, 64.7 percent, travel time less than 1 day, travel expenses 1,000 baht or less than 42.9 percent. What media do tourists know about the tourist attractions in this province? Internet/website / social networks such as Facebook, Line, etc. 40.4% for travel behavior on the new normal of tourism in Maha Sarakham Province, concluded that most tourists have opinions of tourists on Maha Sarakham Province Guide Tourists plan to travel to natural sites in the future. The highest level ($\bar{X} = 4.98$) followed by taking into

. The highest level ($\bar{X} = 4.81$) and the least comment level was the need to travel to the festival area. at a low level ($\bar{X} = 2.20$)

Keyword : Mental tourism, Tourists' behavior, New Normal

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2564 กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 73.9 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 67.4 เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 18.0 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.6 ประเภทของพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 64.7 ระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 42.9 นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.4 สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม คือ นักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) และปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$)

คำสำคัญ : การเดินทางบนความปกติใหม่ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดมหาสารคาม

บทนำ (Introduction)

สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก และประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากเราพึ่งพึ่งตลาดท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง (Bhaskara, 2021) ถ้าย้อนไปดูในปี 2562 รายได้ประมาณ 2 ใน 3 มาจากตลาดต่างประเทศ” ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล่าถึงจุดอ่อนของท่องเที่ยวไทยว่า ในปี 2562 ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศประมาณ 39.8 ล้านคน สร้างรายได้ราว 2 ล้านล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางราว 172 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ประมาณ 1 ล้านล้านบาท แต่หลังจากเข้าสู่ยุค New Normal เนื่องจากโรคระบาดโควิด-19 และคนไทยต้องอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางได้ ส่งผลให้

ในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้นเพียง 6.7 ล้านคน ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศราว 95-100 ล้านคน-ครั้ง ส่งผลให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวหดตัวเหลือแค่ 7.5 แสนล้าน หรือลดลงราว 70-80% จากปี 2562 และเพราะห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ ครอบคลุมเกี่ยวข้อหลายส่วน ทำให้ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์การท่องเที่ยวหยุดชะงักไม่ได้มีแค่ผู้ประกอบการ แต่ยังมีแรงงานในภาคท่องเที่ยวอีกจำนวนมากด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2020)

การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวน่าจะสอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาพรวมของหลายประเทศที่คาดว่าจะต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปีในการฟื้นตัวเต็มที่ (Sharma, 2021) แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างยืดเยื้อกับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างชาติ” ดังนั้น ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัว หาแนวทางสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้แม้โควิด-19 จะยังดำเนินอยู่โดยในช่วงเวลาที่หลายฝ่ายมองหาแก่นแกนใหม่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ททท.ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง ‘แผนฟินิกซ์’ ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2465 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือกับโลกยุคหลังโควิด (Zhang, 2021)

สิ่งสำคัญที่จำจะต้องเปลี่ยนแปลงคือ ‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดใหญ่ (mass tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาแตกต่างจากที่ผ่านมา โดยในปี 2564 ททท.เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน วัยผู้สูงวัย ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ ส่วนในปี 2565 ที่จะต้องขยับกลับรุกตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอย่างเช่นกลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว (Supasorn, 2021) อย่างไรก็ตาม Shaikh (2020) ที่ได้กล่าวว่า หลังวิกฤตไวรัสโควิด-19 ระบาดแล้ว ครั้งนี้จะไม่ใช่วิเคราะห์ครั้งใหญ่ที่สุด และจะไม่ใช่วินาทีสุดท้ายที่คนทั่วโลกจะพบเจอ แต่ทว่า นับจากนี้ไป จะมีโรคระบาดเพิ่มมากขึ้น บ่อยครั้งมากขึ้นอีกเรื่อย ๆ และจะมีการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสอีกจำนวนมาก (Abdul Rahaman, A. R., & Hongxing, Y, 2020) และ Davis (2020)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ในช่วงไวรัสตัวนี้ออกมาระบาดแล้วเปลี่ยนชีวิตไปอีกนาน ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน ต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปซื้อของ หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ เราต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่าง

สำหรับบุคคล ล้างมือบ่อยๆ นาน 20 วินาที เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ ฯ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้ เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020)

กล่าวได้ว่าชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) จะก่อให้เกิดรูปแบบการจ้างงานที่เปลี่ยนแปลงไปของบริษัทที่จะปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินกิจการที่จะเปลี่ยนแปลงการทำงานไปจากอดีตเมื่อนักท่องเที่ยวมีจำกัด การเดินทางที่ไม่สะดวกจึงอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น แต่ถ้าวิเคราะห์ในมุมของการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีใหม่ ที่พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไปและหลากหลายมากขึ้นมากกว่าจังหวัดมหาสารคามเองถึงแม้เป็นเพียงเมืองท่องเที่ยวรองก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากโรคระบาด Covid-19 ทั้งระลอกแรกและระลอกที่สองที่ผ่านมา ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดลงกว่า 90% โดยแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด คือ พระบรมธาตุนาดูน มีการจัดงานไหว้พระธาตุ และลดระยะเวลาการเข้าสักการะพระธาตุจาก 18.00 น. เป็น 15.00 น. (Maha Sarakham Provincial Tourism and Sports Office, 2020)

ดังนั้นจากความสำคัญของปัญหาข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงศึกษา พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ได้มาซึ่งชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันบนความปกติใหม่เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว รวมทั้งคณะวิจัยหวังว่าจะเกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้เชิงนโยบายและเชิงวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์ (Objective)

- 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางบนความปกติใหม่ของจังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการวิจัย (Scope)

การวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ประกอบด้วย 1) ขอบเขตด้านเวลาใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2564 2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม 3) ขอบเขตด้านพื้นที่จากสถิติจากสำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคามพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมากที่สุดในจังหวัด คือ พระบรมธาตุนาดูน วนอุทยานโกสัมพี วัดป่าวังน้ำเย็นและวัดพุทธมงคล และ 4) ขอบเขตเนื้อหาวิจัย วิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาข้อมูล พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ได้มาซึ่งชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันบนความปกติใหม่เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำ

ข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว

วิธีการศึกษาวิจัย (Methodology)

วิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2542) ดังนั้นวิจัยนี้ได้แจงและกระจายแบบสอบถามการลงภาคสนามเก็บข้อมูลอย่างทั่วถึงได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ 100 คนต่อแห่ง คือ พระบรมธาตุพนม วนอุทยานโกสัมพี วัดป่าวังน้ำเย็นและวัดพุทธมงคล รวม 4 แห่ง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลวิจัย รวมถึงประกอบกับการใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมและเรียบเรียงเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผ่านหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลสถิติต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิจัย (Results)

จากผลการศึกษาข้อมูลปัจจุบันของนักท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.5 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 45.5 สถานภาพสมรส ร้อยละ 51.6 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 29.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 41.5 อาชีพรับราชการ ทำงานหน่วยงานของรัฐหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.5 และมีภูมิลำเนาภาคอีสาน ร้อยละ 77.0 สำหรับข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ค้นพบดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม

	N	%
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่	275	73.9
กิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา	75	13.8
ร่วมกิจกรรมต่างๆ/เทศกาล	25	6.0
เยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อน	15	4.3
อบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน/ติดต่อเกี่ยวกับงานบริษัทหรือหน่วยงานราชการ	9	2.0

	N	%
ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน		
นานๆครั้ง	249	67.4
1 ครั้ง/เดือน	75	13.8
2 ครั้ง/เดือน	46	12.0
3 ครั้ง/เดือน	9	2.0
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	20	4.8
ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางมาคนเดียว	105	18.0
เดินทางมากับญาติหรือคนในครอบครัว	79	9.8
เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	158	22.6
เดินทางมากับบริษัททัวร์ เดินทางมากับแฟนหรือคู่รัก	16	2.4
อื่นๆ	32	4.5
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง	38	9.5
1 คน	108	27.6
2 คน	102	25.1
3 คน	22	5.5
4 คน	66	14.3
5 คน ขึ้นไป	61	18.0
ชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	238	64.7
เครื่องบินโดยสาร	36	6.5
รถโดยสารประจำทาง	62	13.0
รถจักรยานยนต์	33	10.8
รถคันสังกัด/บริษัท/องค์กร	18	2.3
รถจักรยานยนต์	12	2.8
ระยะเวลาที่เดินทาง		
น้อยกว่า 1 วัน	184	51.1
1 วัน	105	21.3
2 วัน	60	16.8
3 วัน	33	7.8
4 วัน	17	3.0
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		
1,000 บาทหรือต่ำกว่า	166	42.9
1,001 - 5,000 บาท	143	33.1
5,001 - 10,000 บาท	39	9.5
มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป	51	14.5
นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด		
โทรทัศน์/วิทยุ	69	17.5

	N	%
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	31	8.0
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น FACEBOOK, LINE เป็นต้น	163	40.4
เพื่อน/ญาติ	92	22.3
อื่นๆ	41	10.8

จากการศึกษาข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 73.9 รองลงมาคือ กิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา ร้อยละ 13.8 ร่วมกิจกรรมต่างๆ/เทศกาล ร้อยละ 6.0 เยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อน ร้อยละ 4.3 และ อบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน/ติดต่อเกี่ยวกับงานบริษัทหรือหน่วยงานราชการ ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 67.4 รองลงมาคือ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 13.8 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 12.0 4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป ร้อยละ 4.8 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 18.0 เดินทางมากับญาติหรือคนในครอบครัว ร้อยละ 9.8 อื่น ๆ ร้อยละ 4.5 เดินทางมากับบริษัททัวร์ เดินทางมากับแฟนหรือคู่รัก ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.6 2 คน ร้อยละ 25.1 5 คน ขึ้นไป ร้อยละ 18.0 4 คน ร้อยละ 14.3 ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 9.5 และ 3 คน ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 64.7 รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 13.0 รถบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 10.8 เครื่องบินโดยสาร ร้อยละ 6.5 รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 2.8 และ รถต้นสังกัด/บริษัท/องค์กร ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ 1 วัน ร้อยละ 21.3 2 วัน ร้อยละ 16.8 3 วัน ร้อยละ 7.8 และ 4 วัน 3.0 ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 1,001 - 5,000 บาท ร้อยละ 33.1 มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 14.5 และ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ เพื่อน/ญาติ ร้อยละ 22.3 โทรทัศน์/วิทยุ ร้อยละ 17.5 อื่น ๆ ร้อยละ 10.8 และ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางบนความปกติใหม่ของจังหวัดมหาสารคาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยวในการเดินทางบนความปกติใหม่ ของจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค	4.17	1.11	มาก
2. หลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ไกล	4.11	1.02	มาก
3. คำนึงถึงความสะดวก	4.81	.84	มากที่สุด

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยวในการเดินทางบนความปกติใหม่ ของจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความ คิดเห็น
4. คำนึงถึงความปลอดภัย	3.21	1.11	ปาน กลาง
5. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่สงบ คนไม่พลุกพล่าน	4.61	1.05	มากที่สุด
6. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล	2.20	1.11	น้อย
7. การสวมหน้ากากอนามัยของพนักงานบริการตาม สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.63	1.12	มากที่สุด
8. วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต	4.98	1.04	มากที่สุด
9. วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในอนาคต	4.77	0.87	มากที่สุด
รวม	4.17	1.03	มาก

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

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 73.9 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 67.4 เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 18.0 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.6 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 64.7 ระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 42.9 นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.4 งานวิจัยสอดคล้องกับ Kodaphat (2019) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ เพื่อศึกษาหาความรู้ โดยเดินทางไปกับครอบครัว/

ญาติพี่น้อง ขณะเดียวกันก็ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสืบค้น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนเรื่องการเดินทางนิยมใช้รถส่วนตัว และมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เมื่อ พิจารณาระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน ที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.03) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ รวมทั้งสอดคล้องกับ Dab Petch (2020) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง ส่วนมากเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่/เยี่ยมชมสถานที่จุดหลายปลายทาง

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปว่านักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.81$) ถัดมาคือ วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.77$) และปัจจัยด้านของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.20$) งานวิจัยคล้ายกับ Kaewchor (2021) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 นักท่องเที่ยวมักคำนึงถึงความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก และสอดคล้องกับวิจัยของ Krungthai COMPASS (2563) พบว่าหลังเกิดโรคระบาดเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ทำให้พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่ง 3 New Normal ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤติโควิด-19 ได้แก่ 1) เที่ยวในประเทศเป็นตัวเลือกแรก 2) เที่ยวใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไป และ 3) เที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน

อย่างไรก็ตามงานวิจัยสอดคล้องกับ Sansanee Krajangchom (2021) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤติการณ์การระบาดโควิด-19 พบว่า ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ที่ควรดำเนินการเชิงรุกได้แก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติและการทำงานตลาดเชิงรุกกลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงและแก้ไขจุดอ่อนที่สามารถใช้โอกาสได้ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมคนในชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่การสร้างเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนที่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและปลอดภัย และกล

ยุทธ์ที่ต้องหาทางผ่านพ้นจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคได้แก่ การพัฒนาความปรกติใหม่ของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอย่างยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน รวมถึงสอดคล้องกับ SusarapornTangtenglam and Chonchanok Chidprasert (2020) ได้ศึกษา ความเชื่อมั่นแบบปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ พบว่าความเชื่อมั่นแบบปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย กระบวนการให้บริการ และราคา รวมถึงสถานการณ์ปัจจุบันในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้นจากเดิมนั้นความปลอดภัยด้านการก่อการร้ายและปัญหาด้านการเกิดอาชญากรรมมีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการท่องเที่ยวแบบปรกติใหม่ คือ ปัจจัยด้านปัญหาสุขอนามัยและโรคติดต่อมากที่สุดเป็นอันดับแรก ทำให้หน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งรัฐและเอกชนจึงต้องหันมาใส่ใจและวางแผนรับรองอย่างจริงจัง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถคาดคิดมาก่อน รวมทั้งประเมินสถานการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะรุนแรงได้ผลกระทบไปทั่วโลก

ตลอดจนงานวิจัยมีความสอดคล้องกับ Ministry of Tourism and Sports (2020) รายงานล่าสุดขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ(UNWTO) ระบุเกี่ยวกับการดำเนินมาตรการจำกัดการเดินทาง ณ วันที่18 พฤษภาคม 2563 ที่ชี้ให้เห็นว่าจาก217 ประเทศทั่วโลกที่มีการดำเนินมาตรการเข้มงวดในการเดินทางระหว่างประเทศช่วงการระบาดของโควิด-19 จนถึงปัจจุบัน มี7 ประเทศที่เริ่มผ่อนคลามาตรการที่มีต่อนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สภาการเดินทางและท่องเที่ยวโลก (WTTC) ซึ่งได้ออกมานำเสนอข้อเสนอแนะมาตรการรองรับกับการฟื้นตัวจากโควิด-19 ด้านการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับแนวคิด New Normal ที่เน้น “การเดินทางที่ปลอดภัย” เป็นหัวใจหลักสำหรับ 11 ธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจให้การต้อนรับ (Hospitality) แหล่งท่องเที่ยว การจำหน่ายสินค้ากลางแจ้ง ธุรกิจการบิน สนามบิน บริการให้เช่าระยะสั้น เรือสำราญบริษัทนำเที่ยว MICE ธุรกิจให้เช่ารถ และธุรกิจประกันภัยรวมทั้งมองใน 4 ประเด็นหลักได้แก่ (1) การเตรียมความพร้อมสำหรับทีมงานและการดำเนินงาน (2)การจัดการหาประสบการณ์ที่ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว (3) การสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว (4) การนำนโยบายที่เป็นจริงได้มาสู่การปฏิบัติ สำหรับรายงานฉบับนี้จะขอยกตัวอย่างกรณีของธุรกิจบริษัทนำเที่ยว (Tour Operators) ซึ่งเป็นด่านแรกที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยและทำหน้าที่ดูแลสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดย New Normal

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันบนความปรกติใหม่ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับนโยบายและธุรกิจ
ในจังหวัด เพื่อให้เกิดการรองรับผลกระทบจาก โรคระบาด Covid-19 ได้ทันการณ์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยว
และจากภายในอุปสรรคทางการท่องเที่ยวแบบ New Normal

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ใน
ด้านอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านที่ผู้วิจัยศึกษาแล้ว เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมการ
ท่องเที่ยว การเลือกที่พักและรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในเขตจังหวัดมหาสารคามเท่านั้น ซึ่งหาก
ต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่ม
กลุ่มขนาดประชากร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น วิจัยในระดับคลัสเตอร์ หรือ
ภูมิภาค เป็นต้น

References

- Abdul-Rahaman, A. R., & Hongxing, Y. (2020). China's new normal and the implications to domestic and global business. *International Journal of Finance & Economics*, 25 (2), 157-171.
- Davis, E. (2020). Our 'new normal'. *Early Years Educator*, 22 (1), 14-16.
- Krajangchom, Sansanee (2020). The Adaptation Strategy of Tourism in Upper North of Thailand under the COVID-19 Pandemic: The Adaptation Strategy of Tourism in Upper North of Thailand under the COVID-19 Outbreak. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 41 (1), 1-20.
- Maha Sarakham Provincial Tourism and Sports Office (2020). *Tourism Situations of Maha Sarakham Province*. Maha Sarakham: Maha Sarakham Provincial Tourism and Sports Office.
- Bhaskara, G. I. (2021). The COVID-19 pandemic and organizational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 364-375.
- Dab Petch, Siripen. (2020). Selecting attractions for first-time and repeat tourists. *Journal of Business Administration Economics and Communication*, 41-59.

- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2020). *New Normal, new way of life and adaptation in the situation of COVID-19*. Bangkok, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
- Ministry of Tourism and Sports (2020). *New Normal For entrepreneurs traveling after the Covid-19 situation*. Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.
- Kaewchor, Patchareeya (2021). *Factors Influencing Change in New Normal Tourism Behavior after the COVID-19 Epidemic*. Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University, 77-89.
- Kodaphat, Phuttapon (2019). A study of behavior and satisfaction of Thai tourists for Develop a tourist attraction following the movie footprint of Alexander, Ubon Ratchathani Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 158-171.
- Sharma, G. D. (2021). *Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework*. *Tourism Management Perspectives*, 107-118.
- Shaikh, A. (2020). *Coronavirus Is Our Future*. [cited 2020 June 8]. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=Fqw-9yMV0s>
- Supasorn, Yuthasak (2021). *Thai travel in the world after COVID*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Tangtenglam, Susaraporn and Chidprasert, Chonchanok. (2020). The New Normal Confidence of Tourists Service Domestic Airlines. *Dusit Thani College Journal*, 15 (1), 37-47.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *Forecast the trend of the tourism situation*. TAT Review, 1-12.
- Wanichbancha, Kalaya. (1999). *Statistics for decision making. Statistical analysis*. 3. Type 3. Krungrat: Chulalongkorn University Printing Center. 1999. Thawin Kuekulwong. Modern education administration, theory of research and practice. Bangkok: Wattana Panich.
- Zhang, H. (2021). Forecasting tourism recovery amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 103-149.



Chaithawat Siribowonphitak, Ph.D., Lecturer of Tourism and Hotel,
Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University



Anucha Lavong, Ph.D., Lecturer of Public Administration Program in Local
Management and Development Administration, Rajabhat Maha Sarakham
University