

แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ใน สถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

**Tourism motivations affecting to tourist new normal behavior of working-age population in
the COVID-19 pandemic in Bangkok.**

นางสาว กัญจน์ วาทีสุนทร

สาขาวิชาการจัดการ One Day Program คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคาแหงประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanjane Vathisoonthorn

E-mail: vakanjane@gmail.com

MBA One Day Program, Faculty of Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 15-30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่คือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท มีแรงจูงใจแบบปัจจัยผลึกและปัจจัยดึง ในภาพรวมระดับมากแต่อย่างไรก็ตามมีแรงจูงใจปัจจัยดึงมากกว่าแรงจูงใจปัจจัยผลึก และด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) คือ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด นิยมท่องเที่ยวที่ร้านค้าเฟ้อหรือร้านกาแฟ เดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว มีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เดินทางใช้รถยนต์ส่วนบุคคล รวมถึงนิยมสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อ สังคมออนไลน์ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 1,001-3,000 บาท/ครั้ง

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ,อายุ,สถานภาพ,ระดับการศึกษา,อาชีพ,ระดับรายได้) ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจปัจจัยดึง ด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว พบว่าผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามค่าใช้จ่ายท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจแบบปัจจัยดึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว พบว่าผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, สถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19,วัยทำงาน

ABSTRACT

In this quantitative research of Tourism motivations affecting to tourist new normal behavior of working-age population in the COVID-19 pandemic in Bangkok, there are 3 purpose of studying as follows: (1) To study about the demographic characteristic that affects to tourist behavior of working-age population in the COVID-19 pandemic in Bangkok. (2) To study about Tourism motivation that affects to tourist behavior of working-age population in the COVID-19 pandemic in Bangkok. (3) To study about tourist new normal behavior of working-age population in the COVID-19 pandemic in Bangkok.

The result showed that the highest proportion of respondents were female with average age 15-30 years old and graduated in Bachelor's degree. Most of them were single and work for private companies. The average income of them were 15,001-25,000 Bath per Month. Push and pull motivation were rated high level in overall picture. However, pull motivation is significantly higher than push factor motivation.

Results showed that they also preferred to visit in Bangkok especially café or coffee shop and solo traveling. The objective of travelling is relaxing. They preferred to travel on weekend. Also it was found that social media have high influence on the information seeking behavior and the expenses of traveling were 1,001-3,000 Bath per trip.

Hypothesis test No.1 found that the difference on demographic characteristic (sex, age, status, education, occupation, income) cause an impact tourist new normal behavior of working-age population in covid 19 pandemic in Bangkok at the statistically significant

Hypothesis test No.2 found that tourist new normal behavior: objective of traveling was relied on pull factor motivation: tourism place at statistically significant level at 0.01 and tourist new normal behavior: the expenses of travelling was relied on pull factor motivation: facilities at statistically significant level at 0.05.

Keywords: Tourism motivations, tourist new normal behavior, covid 19 pandemic, working-age population

บทนำ

การลดลงของการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวระดับโลกมาก่อนตั้งแต่เริ่มมีการรวบรวมข้อมูลในปี 2493 และนับได้ว่าเป็นช่วงตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาหลังจากวิกฤติการเงินของโลกในปี 2552 จากรายงาน World Tourism Barometer ประจำเดือนมิถุนายน ปี 2563 ขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวโลกอย่างน่าตกใจในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 (มกราคม-มีนาคม 2563) จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 นับว่าเป็นวิกฤติที่หนักหน่วงและทำทลายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกในระดับวงกว้างเป็นที่ทราบกันดีว่าปัจจัยสำคัญที่สุดคือ ผลกระทบที่เกิดจากการระบาดของโควิด 19 ที่เริ่มมีมาตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม 2562 และจนถึงปัจจุบัน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2563) ซึ่งการแพร่ระบาดมีความรุนแรงและกระจายตัวไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกมากขึ้น และนับเป็นครั้งแรกที่ทุกประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการจำกัดการเดินทางและปิดสนามบินห้ามการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติไปจนถึงการปิดเขตแดนของประเทศตน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2563)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศไทยที่เกิดการชะลอตัวต่อสืบเนื่องมาจากกำลังซื้อของประชาชนที่ลดลง และที่สำคัญคือ สถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ที่เริ่มมีการระบาดจากประเทศจีนในช่วงปลายปี 2562 และขยายตัวอย่างรวดเร็วสู่ประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว พร้อมทั้งการลดลงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีความจำเป็นประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของโควิด 19 โดยมาตรการหนึ่งที่สำคัญ คือ การปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็น และการขอความร่วมมือสถานประกอบการให้พนักงานทำงานในที่พักอาศัย (Work from home) สถานการณ์การระบาดและมาตรการต่าง ๆ ดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศให้ชะลอตัวอย่าง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2563)

เป็นที่ทราบกันดีว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม คงไม่สามารถเป็นไปได้ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใหม่ให้สอดคล้องกับข้อจำกัดในการเดินทางต่างๆ การรักษาระยะห่าง รวมถึงมาตรการทางสาธารณสุขที่ประกาศโดยรัฐบาล เพราะสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด 19 ยังไม่จบสิ้น ถึงแม้ว่าจะมีการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดก็ตาม ดังนั้นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

ตามที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สร้างนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวขึ้นใหม่ว่า “BEST” คือ 4 ตัวสำคัญที่จะเป็นตัวเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและเกิดเป็นวิถีใหม่ ได้แก่

B : Booking ภาพนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นหมู่คณะจะหายไป การจองที่พักหรือการโดยสารเครื่องบินจะเปลี่ยนแปลงไป มีลักษณะการจองแบบเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น

E : Environment ท่องเที่ยวแบบใส่ใจสิ่งแวดล้อม

S : Safety เรื่องสุขอนามัย การดูแลรักษาสุขภาวะทั้งแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก

T : Technology เทคโนโลยีต่างๆ ที่จะช่วยในการคัดกรองคน และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยสนใจค้นหาคำตอบว่า มีแรงจูงใจใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ โดยศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ของคนวัยทำงานว่ามีเหตุผลใดบ้าง จึงเกิดพฤติกรรมเช่นนั้น เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องนำไปปรับประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ,อายุ,สถานภาพ,ระดับการศึกษา,อาชีพ,ระดับรายได้) ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน
2. แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยหลัก และปัจจัยดึง) ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามระบบออนไลน์ที่สร้างขึ้น และกำหนดขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น A : ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ,อายุ,สถานภาพ, การศึกษา,อาชีพและรายได้

ตัวแปรต้น B : แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่เกี่ยวกับวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยหลัก และปัจจัยดิ่ง

ตัวแปรตาม C : พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากร 5,487,876 คน (อ้างอิงจากกรมการปกครอง ปี 2563) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบสอบถาม 420 คน อายุตั้งแต่ 15-59 ปี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลา

สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลรวบรวม คือ กรุงเทพมหานคร เริ่มตั้งแต่ มิถุนายน สิ้นสุด กรกฎาคม ปี 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงาน
2. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถคิดค้นกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงาน
3. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงาน
4. สามารถเป็นความรู้เพิ่มเติมให้กับนักศึกษาสาขาเกี่ยวข้องหรือผู้สนใจ ในการนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ แรงจูงใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

Kotler Keller (อ้างถึงใน จิตวัฒนา คุณโหและ ยุพาวรรณ วรณวณิชย์, 2563) ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่มีตัวแปรที่มีความหลากหลาย ได้แก่ อายุ, ขนาดครอบครัว, ช่วงอายุของครอบครัว, เพศ, รายได้, อาชีพ, การศึกษา, ศาสนา, เชื้อชาติ และ ระดับการศึกษา ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยยอตนิยมของนักการตลาดมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า ลักษณะประชากรศาสตร์สามารถแบ่งแยกและวัดผลได้อย่างชัดเจน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติได้กำหนดความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึงการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือเป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ การเดินทางที่ผู้เดินทางมีความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ และการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ซึ่งความหมายดังกล่าวได้กำหนดขึ้นในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศสมาชิกใช้เป็นแนวทางให้เกิดความเข้าใจร่วมกันอย่างมีมาตรฐานเดียวกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมประเด็นที่มีนัยสำคัญจากแนวคิดที่เกี่ยวข้องของแรงจูงใจปัจจัยผลักและปัจจัยดึง ดังนี้

1. แรงจูงใจในด้านปัจจัยผลัก (Push Factors) ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในตัวของบุคคลที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ด้านกายภาพและจิตวิทยา ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านอารมณ์และความรู้สึก ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ด้านสังคม และด้านสถานภาพและเกียรติยศ
2. วัดแรงจูงใจในด้านปัจจัยดึง (Pull Factors) ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอกจากสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ น่าดึงดูด รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบไปด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม (ทฤษฎีของ Crompton and McKay (1970), Dann (1981), Pizam, Abraham, & Mansfeld (1991), Uysal & Hagan (1993) และ Swarbrooke & Horner(1999))

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (อ้างถึงใน ปาริณา ลาปะ, 2558, หน้า 34) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีของ Philip Kotler มีการประยุกต์คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What Why Who When Where และ How เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบการวิจัยหรือค้นหาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคำตอบที่จะได้ช่วยให้ให้นักการตลาดจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ช่วยในการวิจัยนักท่องเที่ยว

เป็นคำถามที่ใช้ในการค้นหาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who? What? When? Where? Why? Whom? How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 คำตอบ หรือ 7Os ประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets and Operations

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากร 5,487,876 คน (อ้างอิงจากกรมการปกครอง ปี 2563) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบสอบถาม 420 คน อายุตั้งแต่ 15-59 ปี ตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 725)

2. นำแบบสอบถามที่ได้ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ทำวิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดลงรหัส เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยกำหนดการวิเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage of Frequency) ค่าเฉลี่ยมหาค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) เป็นรายด้านและโดยรวมจากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนแบ่งเป็น 3 ช่วง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ใช้สถิติแบบ ไคสแควร์ (Chi-square)

4. สรุปผลการศึกษา ตลอดจนเสนอข้อแนะนำ และจัดทำเป็นรูปเล่ม เพื่อรายงานผลการศึกษา

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 15-30 ปี มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีจำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 203 คนคิดเป็นร้อยละ 48.3 ส่วนใหญ่ประกอบ

อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับแรงจูงใจปัจจัยผลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยแรงจูงใจปัจจัยผลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ด้าน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 1 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผล ด้านกายภาพและจิตวิทยา โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .797) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = .799) ระดับความสำคัญลำดับที่ 2 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผล ด้านการพัฒนาตนเอง โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = .864) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการค้นหาตนเองและเพิ่มทักษะอื่น ๆ เช่น การดำน้ำ การเรียนทำอาหาร การเล่นกีฬา โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .910) ระดับความสำคัญลำดับที่ 3 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผล ด้านอารมณ์และความรู้สึก โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .931) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการแสวงหาความตื่นเต้น ความสนุกสนาน การท้าทาย ความผจญภัย โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = .821) ระดับความสำคัญลำดับที่ 4 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .960) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว และระดับความสำคัญลำดับที่ 5 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผล ด้านความภาคภูมิใจและเกียรติยศ โดยรวมระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = .985) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการให้รางวัลแก่ตัวเอง โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = .879)

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับแรงจูงใจปัจจัยตั้งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยแรงจูงใจปัจจัยตั้งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ด้าน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 1 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยตั้ง ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .803) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ได้รับมาตรฐาน (SHA) ตามกระทรวงสาธารณสุข โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .773) ระดับความสำคัญลำดับที่ 2 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = .848) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าถึงสถานที่ เช่น บ่ายบอกทาง ระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึง สภาพเส้นทางโดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .838) และระดับความสำคัญลำดับที่ 3 เรื่อง

แรงจูงใจปัจจัยตั้ง ด้านกิจกรรม โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. =.870) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกิจกรรมที่มีมาตรการควบคุมโรคโควิด 19 รองรับ โดยรวมระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. =.829)

4. การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 นิยมท่องเที่ยวที่ร้านคาเฟ่/ร้านกาแฟ มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 เดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว มีจำนวน 173 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.2 มีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 เดินทางใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มีจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 นิยมสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อ Social Media เช่น Facebook Instagram มีจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 1,001-3,000 บาท/ครั้ง มีจำนวน 199 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.4

5. การวิเคราะห์แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร คือ มาตรการคำนึงถึงความสะอาด รวมถึงความปลอดภัย และนักท่องเที่ยวต้องรักษาระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ มองว่าสำคัญมากที่สุด

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาประเด็นลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ,อายุ,สถานภาพ,ระดับการศึกษา,อาชีพ,ระดับรายได้) ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 15-30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี โดยรวมประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับหลายงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้หญิง แบบเดินทางลำพัง คือ งานวิจัยของธนิศา แสงพรรค (2560) แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน เช่นเดียวกับงานวิจัยของนางสาวณัฏฐิณี อารมณ์แสงวิจิตร (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรี (Solo Female Travel) ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล ได้กล่าวถึง ผลการสำรวจของ U.S. Census Bureau, International Data Base ในปีพ.ศ. 2563 ประเทศไทยจะมีประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชายสูง ถึง 1.5 ล้านคน โดยเฉพาะผู้หญิงโสดจะมีเพิ่มมากขึ้น ประมาณ 5.6 ล้านคน ซึ่งจำนวนนี้รวมถึงผู้หญิง ที่เป็นหม้ายหรือหย่าร้าง

2. ผลการศึกษาประเด็นแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน (ปัจจัยผลึก และปัจจัยตั้ง) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

2.1 แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน (ปัจจัยผลึก) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาแรงจูงใจปัจจัยผลึกที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องวิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ด้าน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 1 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผลึก ด้านกายภาพและจิตวิทยา โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Crompton and McKay, 1970 กล่าวถึง แรงจูงใจ” วาระซ่อนเร้น หรือ วาระแอบซ่อน (Hidden Agenda)” คือ การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจในชีวิตประจำวัน

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 2 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผลึก ด้านการพัฒนาตนเอง โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการค้นหาตนเองและเพิ่มทักษะอื่น ๆ เช่น การดำน้ำ การเรียนทำอาหาร การเล่นกีฬา สอดคล้องกับแนวคิดของ Crompton and McKay, 1970 กล่าวถึง การท่องเที่ยวเพื่อค้นหาและประเมินตนเอง (Exploration and evaluation) เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยผลึกหรือแรงจูงใจทางด้านสังคมจิตวิทยา สอดคล้องกับแนวคิดของ Pizam, Abraham, & Mansfeld, 1991 กล่าวถึง แรงจูงใจในการการท่องเที่ยวคือความต้องการเพิ่มพูนพัฒนาและนับถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 3 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผลึก ด้านอารมณ์และความรู้สึก โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการแสวงหาความตื่นเต้น ความสนุกสนาน การท้าทาย ความผจญภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Fridgen, 1996 กล่าวถึงแรงจูงใจด้านความท้าทาย ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความพึงพอใจ และความตื่นเต้นสนุกสนานส่วนตัว มีกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย ท่องเที่ยวเรือสำราญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณภัค เพชรวิสัย (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอลำปาง จังหวัดตราด พบว่า แรงจูงใจแบบผลึก ต้องการผจญภัยและความสนุกอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 4 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผลึก ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Crompton and McKay, 1970 กล่าวถึงเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Facilitation of social interaction) เป็นปัจจัยผลึกหรือแรงจูงใจทางด้านสังคมจิตวิทยา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 5 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยผลึก ด้านความภาคภูมิใจและเกียรติยศ โดยรวมระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ต้องการให้รางวัลแก่ตัวเอง ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวคิดของ Uysal & Hagan, 1993 กล่าวถึงแรงจูงใจภายนอกเป็นแรงที่ผลักดัน จากภายนอกตัวบุคคลที่ กระตุ้นให้เกิดเป็นพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รางวัล

2.2 แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน (ปัจจัยดึง) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่วิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาแรงจูงใจปัจจัยดึงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่วิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ด้าน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 1 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยดึง ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ได้รับมาตรฐาน (SHA) ตามกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ซึ่งสอดคล้องกับนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวขึ้นใหม่ว่า “BEST” การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สร้างไว้ โดยคำว่า S : Safety คือมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การเลือกที่พักที่มีการกักกันดีด้านความปลอดภัย ตามมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) ของกระทรวงสาธารณสุข

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 2 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยดึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าถึงสถานที่ เช่น บ่ายบอทาง ระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึง สภาพเส้นทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dann, 1981 และแนวคิดของ Pizam, Abraham, & Mansfeld กล่าวถึงความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญลำดับที่ 3 เรื่องแรงจูงใจปัจจัยดึง ด้านกิจกรรม โดยรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกิจกรรมที่มีมาตรการควบคุมโรคโควิด 19 รองรับ

3. จากผลการศึกษาประเด็นพฤติกรรมการทำงานที่วิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

พฤติกรรมการทำงานที่วิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุลและ ศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์ (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการทำงานของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวสถานที่ใกล้บ้าน ใกล้ กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการทำงานที่วิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า นิยมท่องเที่ยวที่ร้านค้า/ร้านอาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุลและ ศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์ (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรม

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ (Unseen) มากขึ้น เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่คนไปจำนวนมาก

พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางแบบส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนพัฒน์ ช่วยครุฑ , อมรฤทัย ภูสนามและอรอนงค์ เดชมณี (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 พบว่า ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวนิยมไปกับเพื่อน

พฤติกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วกาญจน์ รัตนศิลป์ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก

พฤติกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามโอกาสที่เดินทางท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิศา แสงพรรค (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน

พฤติกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามพาหนะ ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เดินทางใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิศา แสงพรรค (2560) แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัย นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางใช้รถยนต์ส่วนบุคคล

พฤติกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามแหล่งข้อมูลท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า นิยมสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อ Social Media เช่น Facebook Instagram ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิศา แสงพรรค (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน พบว่า สืบค้นข้อมูลจากแหล่งอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ได้ระบุเพิ่มเติมว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 50 ได้ค้นหาข้อมูลอยู่เสมอ

พฤติกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยเฉลี่ยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 1,001-3,000 บาท/ครั้ง ซึ่งสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของแก้วกาญจน์ รัตนศิลป์ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่า มีค่าใช้จ่าย 1,000-2,000 บาท/ครั้ง

4. ผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัส โควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ระดับรายได้) ที่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพัฒน์ ชัยครุฑ , อมรฤทัย ภูสนามและอรอนงค์ เดชมณี (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนชาวไทยหลังยุคโควิด 19 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเยาวชนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยที่แตกต่างกัน พบว่าผลการทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ผลการศึกษาสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัส โควิด 19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครต่างกัน ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง) ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนกกานต์ สิทธิรักษ์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการ และเกิดความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ความพึงพอใจ การตัดสินใจ ทศนคติ การสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำถามอื่น ๆ เพื่อมาสร้างแบบสอบถามในครั้งต่อไป เช่น ความถี่ในการท่องเที่ยว วิธีการชำระเงิน วิธีการจองที่พักหรือโรงแรม วิธีการแบ่งปันข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเทคโนโลยีที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ต้องมีมาตรการควบคุมโรคระบาดเน้นความปลอดภัยเป็นอันดับแรก และเร่งการฉีดวัคซีนให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงต้องมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างความพร้อมในการเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในลำดับถัดไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการเอกชน จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และเตรียมความพร้อมรอจนกว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวปกติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยคำนึงถึงความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ดังนั้นแนวโน้มที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดห่างไกลจากกรุงเทพและปริมณฑล อาจได้รับผลกระทบการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่น่าสนใจคือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าเฟ้อหรือร้านกาแฟเป็นกระแสที่นิยมในนักท่องเที่ยววัย และอาจเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบส่วนตัวเดินทางแบบลำพังมากขึ้น

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ อยู่ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19 ระลอกที่สาม ดังนั้น ผลการวิจัยอาจมีความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นหากมีผู้ที่สนใจในงานวิจัยฉบับนี้ไปศึกษาต่อ อาจต้องพิจารณาในส่วนของ ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกลุ่มตัวอย่างที่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ รวมถึงระยะเวลาในการ เก็บข้อมูลคือ ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน 2564 ซึ่งข้อมูลต่างๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลา

บรรณานุกรม

ญาณีพัชญา อารมณ์แสงวิจิตร. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรี (Solo Female Travel) ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564 จาก

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5904010096_8240_6974.pdf

ณภัค เพชรวิสัย (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลม งาม จังหวัดตราด. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2564 จาก

[https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/2474/BUS_61_47.pdf?sequence=1&isAllowed=](https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/2474/BUS_61_47.pdf?sequence=1&isAllowed=1)

ภาณุวัฒน์ ภักดิ์อักษร.(2562). ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มี ต่ออาหารในฐานะ สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต.วารสารวิเทศศึกษา 9(1) สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2564 จาก <http://jis.fis.psu.ac.th/index.php/en/home-en/2-jis/47-journal-of-international-studies-vol-9-no-1.html>

ธนิศา แสงพรรค. (2560). แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัย ทำงาน. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า 3(2). สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564 จาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1540181902.pdf>

นกัญ จันทโกโต. (2561). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวที่อุทยาน แห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2564 จาก https://scholar.utcc.ac.th/bitstream/6626976254/3870/1/proceeding_0023%20%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%8D.pdf

วันทิกา หิรัญเทศ. (2562). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี. บทความวิจัย วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 23 เมษายน 2564 จาก <file:///C:/Users/user/Desktop/231878-Article%20Text-782460-2-10-20200108.pdf>

วรัภทร์ ธรรมเกรียงไกรและ ณิชพล อัสระรัตน(2563). อิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสมาร์ทโฟนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ปีที่ 42(2). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564 จาก <file:///C:/Users/user/Downloads/242100-Article%20Text-839252-1-10-20200604.pdf>

ปญญา ศิริเพชร.(2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2564 จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/12819/1/432246.pdf>

วิจิตรา บุญแล และคณะ (2563). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี. วารสารวิชาการ 4(1).สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 เมษายน 2564 จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/243673

ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุลและ ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์.(2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19).การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564 จาก [journalgrad.ssrุ.ac.th/index.php/8thconference/article/view/2353](journalgrad.ssrु.ac.th/index.php/8thconference/article/view/2353)

ศิวพร มีนาภา (2561). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2564 จาก file:///C:/Users/user/Desktop/sivaporn_meena.pdf

สถาพร เกียรติพิริยะ,สิทธิผล พุคยาภรณ์ และวิทิตา นาคสุข. (2563).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน. วารสารมหาจุฬานาครธรรม.มหาวิทยาลัยภาคกลาง. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2564 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/249105/167796>

อรัญญา เกรียงไกรโชค และ กุลพิชญ์ โภไคยอุดม.(2562). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2564 จาก <https://he02.tci-thaijo.org>

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร.(2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2564 จาก <http://www.bangkok.go.th/info/TOP10>