

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2564



นางสาววัลรัตน์ ญาณทศศิลป์  
ผู้วิจัย

ตรียุทธ พรหมศิริ,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักรธรรม,  
Ph.D.  
คณบดีวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

สาวิตรี สันติพิริยพร,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถดำเนินการได้อย่างลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร. ตรีโยท พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วีราสา และ ดร. สาวิตรี สันติพิริยพร ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการซึ่งให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย รวมถึงขอขอบคุณความช่วยเหลือจากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนทุกคน ที่เป็นอีกส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและองค์กรภาครัฐที่มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

ธวัชรรัตน์ ญาณทศศิลป์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

FACTORS AFFECTING DECISION MAKING TO TRAVEL IN THAILAND OF PRIVATE COMPANY EMPLOYEES IN BANGKOK AFTER THE FIRST PANDEMIC OF COVID-19

ธวัชรัตน์ ญาณทศศิลป์ 6250166

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ดร.ยุทธ พรหมศิริ, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D.,  
สาวิตรี สันติพิริยพร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อมนุษยชาติทั่วโลกในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสาธารณสุข ซึ่งการที่จะลดการแพร่ระบาดของเชื้อได้ต้องหลีกเลี่ยง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำให้ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้อย่างหนักคือ ธุรกิจการท่องเที่ยว และ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พึ่งพาธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก ทำให้กระทบกับเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามเมื่อตัวเลขผู้ติดเชื้อ Virus COVID-19 รายวันในประเทศลดลง การท่องเที่ยวในประเทศก็จะ เริ่มกลับมาอีกครั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวรู้สึกเบื่อหน่ายกับการกักตัวอยู่กับบ้าน และ โหยหาการออกไป ท่องเที่ยวพักผ่อนนอกบ้าน ซึ่งกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยสนใจคือกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นกลุ่มที่นอกจากไม่สามารถออกไปเที่ยวไหนได้แล้ว ยังต้องทำงานอยู่ที่บ้านอีกด้วย และเป็นกลุ่มคนที่มี กำลังใช้จ่าย ส่วนใหญ่มีไลฟ์สไตล์ชอบท่องเที่ยว จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 โดยใช้ปัจจัยแรงผลักดัน (Push Factors) หรือแรงกระตุ้นที่เกิดจากตัวบุคคลเอง และปัจจัยแรงดึงดูด (Pull Factors) หรือแรงกระตุ้นที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอกทำให้เกิดความต้องการในการออกไปท่องเที่ยว และได้ทำการวิเคราะห์ จากกลุ่มประชากรที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 มี 3 ปัจจัย เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวไทยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) , ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: COVID-19/ พนักงานบริษัทเอกชน/ ท่องเที่ยวไทย

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย	6
1.3.1 ขอบเขตด้านวิธีการวิจัย	6
1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	6
1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา	6
1.4 ประโยชน์จากงานวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 นิยามคำศัพท์	7
<b>บทที่ 2</b> แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	<b>8</b>
2.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
2.1.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	10
2.2.1 ลักษณะของแรงจูงใจ	10
2.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดัน-แรงจูงใจดึงดูด (Push – Pull Theory)	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)	16
2.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1	17
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนสถานการณ์ COVID-19	18
2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลังสถานการณ์ COVID-19	20
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	22



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	48
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>49</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>51</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	52
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>57</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	29
4.2	แสดงค่า KMO and Bartlett's Test	33
4.3	แสดงผลการวิเคราะห์ห้อยู่ประกอบครั้งที่ 1	34
4.4	แสดงผลการวิเคราะห์ห้อยู่ประกอบครั้งที่ 2	36
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ	38
4.6	แสดงผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น	41
4.7	แสดงผลการทดสอบค่าการถดถอยเชิงพหุคูณ	42
4.8	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย	43



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงข้อมูล GDP โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	2
1.2 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2563 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	3
1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยปี พ.ศ. 2563 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	3
1.4 แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2563 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา	4
2.1 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ	11
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	22
4.1 แสดงช่วงเวลาในการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.2 แสดงสถานที่พักแรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์ COVID-19	32
4.3 แสดงภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19	32
4.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	40

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ Virus COVID-19 ส่งผลกระทบต่อมนุษยชาติทั่วโลกในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านระบบสาธารณสุข ด้านชีวิตและสังคม ซึ่งการที่จะลดการแพร่ระบาดของเชื้อได้ต้องหลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นคนกลุ่มเสี่ยงหรือไม่ ทำให้แต่ละประเทศออกมาตรการปิดประเทศไม่ให้มีการเดินทางเข้าออกเพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 ส่งผลให้ประเทศที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลักได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ธุรกิจโรงแรม สายการบิน ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร ต้องปิดตัวลงไปหลายกิจการ ทำให้ตัวเลขผู้ว่างงานสูงขึ้น ซึ่งถือว่า Virus COVID-19 เป็นมหันตภัยร้ายต่อมนุษย์ที่ร้ายแรงครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์

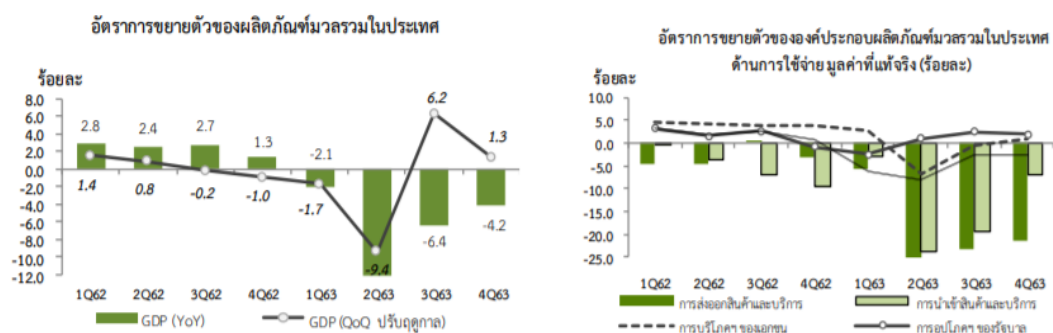
การระบาดครั้งที่ 1 ของโรค COVID-19 เริ่มพบผู้ป่วยรายแรกที่ประเทศจีน มีรายงานพบว่า มีผู้ป่วยรายแรกเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2562 และได้แพร่ระบาดเข้ามาที่ประเทศไทยเมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 เป็นผู้ป่วยรายแรกของไทย ซึ่งเป็นนักเดินทางท่องเที่ยวที่เดินทางจากจีนเข้ามาประเทศไทย การคัดกรองผู้เดินทางเข้าประเทศพบผู้ป่วยประปรายตลอดเดือนมกราคม การแพร่เชื้อในประเทศที่มีรายงานถึงผู้ป่วยรายแรกมีการยืนยัน เมื่อวันที่ 31 มกราคม ปี 2563 เป็นคนขับแท็กซี่ซึ่งไม่เคยเดินทางไปประเทศจีน และจำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมากในกลางเดือนมีนาคม ซึ่งเกิดจากการแพร่เชื้อเมื่อวันที่ 6 มีนาคม ที่สนามมวยเวทีลุมพินี และมีผู้ป่วยเพิ่มเกินหนึ่งร้อยคนต่อวันในอาทิตย์ถัดมา

รัฐบาลมีการตอบสนองต่อการแพร่ระบาดโดยเริ่มจากการคัดกรอง COVID-19 และการติดตามการสัมผัส ตามบริเวณท่าอากาศยานนานาชาติ รวมถึงที่โรงพยาบาลสำหรับผู้ป่วยที่มีประวัติเดินทางหรือสัมผัสกับผู้ติดเชื้อ กระทรวงสาธารณสุขเน้นการระมัดระวังตนเอง การดูแลรักษาความสะอาดโดยการล้างมือ การหลีกเลี่ยงฝูงชน และการใส่ Mask หรือหน้ากากอนามัย ถึงแม้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีความเสี่ยงสูงจะได้รับคำแนะนำให้กักตนเองหลังจากเดินทางมาจากต่างประเทศ แต่ก็ยังไม่มีการสั่งให้จำกัดการเดินทาง แต่หลังจากวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 มีคำสั่งให้ปิดด่านตรวจคนเข้าเมืองทั่วประเทศ และประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.)

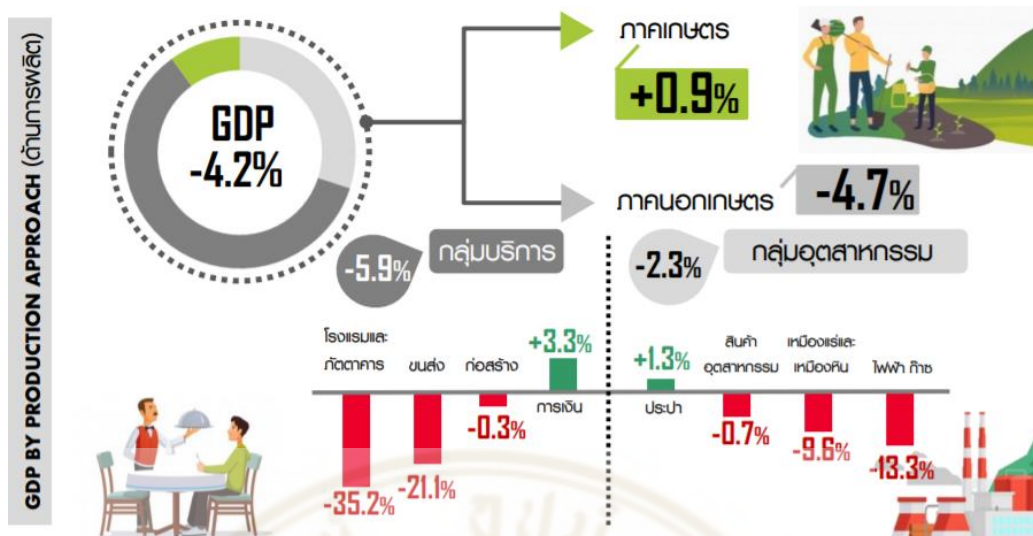
ที่ห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราวทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยเลย

ในช่วงปลายเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 กรุงเทพมหานครและหลายๆจังหวัดได้รับคำสั่งให้ปิดสถานที่สาธารณะและธุรกิจห้างร้าน นายกรัฐมนตรีท่านประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีการประกาศภาวะสถานการณ์ฉุกเฉิน มีผลบังคับใช้วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 และมีประกาศให้ประชาชนห้ามออกนอกที่อยู่อาศัยหรือเคหสถานยามวิกาล นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้ง "ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Virus Corona 2019" (ศบค.) เป็นหน่วยงานพิเศษเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้อำนวยการ และตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2563 มีพระราชกำหนดสถานการณ์ฉุกเฉินให้ประชาชนชะลอการเดินทางข้ามจังหวัดและยังสั่งจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราว จนถึงช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 ได้มีการผ่อนปรนยกเลิกการห้ามออกนอกเคหสถานและสามารถเคลื่อนย้ายข้ามจังหวัดได้ จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกลับมาคึกคักอีกครั้งเพราะไม่พบผู้ป่วยในประเทศ แต่นักท่องเที่ยวไทยก็ยังไม่สามารถชดเชยรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว ทำให้ได้รับผลกระทบที่รุนแรงจากวิกฤต COVID-19 นี้ เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยพึ่งพาธุรกิจท่องเที่ยวมากถึง 12% ของ GDP (Gross Domestic Product) ซึ่งสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ประกาศว่า GDP ต่ำสุดเป็นช่วงไตรมาสที่ 2/2563 นั้นอยู่ที่ -9.4% ซึ่งเป็นช่วงที่มีการระบาดของ Virus COVID-19 ช่วงแรก เป็นผลจากการลดลงของการส่งออกสินค้าและบริการ ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากมาตรการการปิดประเทศ ห้ามเดินเข้า-ออกระหว่างกัน เพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อ Virus COVID-19 ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 1.1 แสดงข้อมูล GDP โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



ภาพที่ 1.2 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2563 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากข้อมูลจะพบว่าการลดลงของ GDP เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในไตรมาส 4/2563 GDP -4.2% สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกลุ่มบริการ ที่เป็นธุรกิจ โรงแรมและภัตตาคาร รongลงมาคือ ธุรกิจ การขนส่ง ซึ่งธุรกิจดังกล่าว ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 ทั้งสิ้น



ภาพที่ 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย ปี พ.ศ. 2563 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าในปี พ.ศ. 2563 จำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยจำนวน 6.70 ล้านคน ลดลง 33 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 83.21 จากปี 2562 และมีรายได้เท่ากับ 0.33 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 76.77 จากปี 2562 ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า ตลอดปี 2563 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น จำนวน 90.53 ล้านคน-ครั้ง ลดลง 82 ล้านคน-ครั้ง หดตัวร้อยละ 47.58 จากปี 2562 ที่ผ่านมา และมีรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว 0.48 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 55.40 จากปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 1.4 แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2563 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

โดยภาพรวม ในปี 2563 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้รวม 0.81 ล้านล้านบาท ลดลง 2.18 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 72.79 จากปีที่ผ่านมา โดยเป็นรายได้ที่ลดลงจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 1.58 ล้านล้านบาท และรายได้ในประเทศจากธุรกิจภาคการท่องเที่ยวเป็น 0.60 ล้านล้านบาทตามลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการการลดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 โดยภาคธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศมีสาเหตุหลักจากการที่ห้ามเดินทางข้ามจังหวัดในบางจังหวัดที่เป็นกลุ่มเสี่ยง มีการปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีการประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน มีเคอร์ฟิวห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานในช่วงเวลา 22.00 – 04.00 น. และเมื่อรัฐบาลเริ่มควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ในช่วงไตรมาส 2/2563 มีการผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ ทั้งการเดินทางข้ามจังหวัด ระบบการขนส่งคมนาคม สถานที่ท่องเที่ยวกลับมาให้บริการปกติ รัฐบาลจึงต้องหาทางช่วยภาคการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยวต้องปิดตัวลง โดยภาครัฐได้ออกกน โนบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ให้คนในประเทศช่วยกันเที่ยวในประเทศเพื่อให้เกิดการใช้จ่ายภาคครัวเรือน และทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนสร้างรายได้ให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยว โดยนโยบายที่ภาครัฐออกมากระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศคือ

มาตรการเราที่ช่วยด้วยกัน ซึ่งเป็นการที่รัฐช่วยออกค่าที่พักให้ 40% ไม่เกิน 3,000 บาท มีอุปสงค์ส่วนลดค่าอาหารให้อีก 600 บาท และยังมีเงินช่วยเหลือค่าตัวเครื่องบิน 40% ไม่เกิน 2,000 บาท ซึ่งกระทรวงการคลังคาดว่านโยบายนี้จะทำให้ระบบเศรษฐกิจมีเม็ดเงินไหลเข้าไม่น้อยกว่ากว่า 50,000 ล้านบาท และจะทำให้ GDP มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้น 0.2-0.3%

ในส่วนของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนเป็นอีกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เพราะจากมาตรการ Social Distancing ทำให้หลายบริษัทให้พนักงาน Work from Home มีผลงานวิจัยต่างประเทศสำรวจถึงความชอบและไม่ชอบการ Work from Home ซึ่งเหตุผลที่คนไม่ชอบ Work from Home 3 เหตุผลหลักคือ 1. ขาดสังคม 2. ขาด Work life balance 3. สภาพแวดล้อมไม่เหมาะกับการทำงาน (Working from home Experience & Insights, Gensler Staff Experience in ASIA-PACIFIC Middle East) ซึ่งการทำงานอยู่ที่บ้านตลอด 5 วัน และวันหยุดก็ไม่สามารถไปเที่ยวไหนได้ เนื่องจากมาตรการการลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่าง ๆ ของรัฐบาล ทำให้การอยู่บ้านของพนักงานบริษัทเอกชน กลายเป็นชีวิตวิถีใหม่ซึ่งเป็นผลกระทบของการระบาดจาก Virus COVID-19 และในช่วงที่ประเทศสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้ในระดับที่ดีเยี่ยม และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวได้ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการต้องอยู่ที่บ้าน และโหยหาการออกไปท่องเที่ยว ก็เดินทางออกท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวก็คึกคักอีกครั้ง จึงเป็นที่มาที่ผู้วิจัยเลือกกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากและเป็นกลุ่มที่มีกำลังใช้จ่าย มีฐานเงินเดือนไม่ต่ำกว่า 12,000 บาท และกรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองเศรษฐกิจการค้าหลักของประเทศ กว่า 25% ของ GDP ของไทยมาจากธุรกิจและกลุ่มประชาชนที่ดำเนินชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ 50% ของภาคประชาชนครัวเรือนที่มีรายจ่ายด้านการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างนี้จึงมีกำลังทรัพย์และสามารถใช้จ่ายกับการท่องเที่ยวได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ อาจนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นและอาจช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจของประเทศปรับตัวดีขึ้นได้ และงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาในระดับมหภาคของประเทศ จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะเหมือนประเทศไทย ที่มีการพึ่งพาการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้รับผลกระทบทางลบจากสถานการณ์ COVID-19 เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังไม่มียานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 เพราะเป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2563 นี้ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย มีดังนี้

### 1.3.1 ขอบเขตด้านวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### 1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

วัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาแรงผลักดันในการท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) และ ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) และมุ่งเน้นศึกษาแรงดึงดูดในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ ปัจจัยด้านกฎหมาย

### 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ขอบเขตด้านเวลาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาคือ ช่วงหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 คือ ช่วงเวลาตั้งแต่มีการพบผู้ติดเชื้อในประเทศไทย คือ เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน

## 1.4 ประโยชน์จากงานวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูล ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว อาทิ ผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว ทัวร์ และสายการบิน เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19

2. องค์กรภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยวสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวแบบ New Normal ได้
3. สามารถนำงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะเหมือนประเทศไทยที่มีการพึ่งพาการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้รับผลกระทบทางลบจากสถานการณ์ COVID-19 ได้

### 1.5 นิยามคำศัพท์

โรค COVID-19 หรือโคโรนาไวรัส คือ โรคที่เพิ่งค้นพบล่าสุดซึ่งสามารถติดต่อกันได้เกิดจากไวรัสชนิดหนึ่ง ชื่อโคโรนาไวรัส ยังไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน ซึ่งเชื้อ Virus โคโรนาคือสาเหตุของโรคปอดอักเสบรุนแรง ซึ่งมีการระบาดครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงเดือนธันวาคมปี 2019 ซึ่งขณะนี้โรค COVID-19 มีการระบาดแพร่ไปในหลายประเทศ ส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก (อ้างอิงจาก WHO)



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งมีประเด็นดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)
- 2.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN) ได้บอกถึงความหมายและให้คำจำกัดความของ “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เชื่อมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่การพำนักอยู่เป็นการถาวรและมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลัก”

องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และไปพักผ่อนอยู่นอกสถานที่อยู่อาศัยปกติ ไม่ใช่สิ่งลี้ลับซึ่งไปเป็นการชั่วคราว ไม่มากกว่าหนึ่งปี โดยเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือประกอบอาชีพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (2546) ให้ได้หมายถึงการท่องเที่ยว คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ คลายความเครียด การหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม โดยมีเงื่อนไขว่า ในการเดินทางนั้น ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องไม่ได้ถูกบังคับให้เดินทาง และเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว

จากแนวคิดที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางของคน คนหนึ่งไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักอยู่อาศัยไปยังสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมอื่นไปด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราว และเป็น

การเดินทางที่ไม่ใช่การไปเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจ

### 2.1.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีจุดมุ่งหมายใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวนี้ ในหนังสือเรื่อง “Travel and Tourism Management” ของ Douglas Foster ได้เขียนระบุไว้ว่าวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกได้ออกเป็น 9 จุดมุ่งหมายคือ

- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อช่วยพักผ่อนร่างกายและจิตใจในช่วงวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน เพื่อจัดความเหน็ดเหนื่อยของมนุษย์ทั้งทางจิตใจและร่างกายให้หมดไป และเป็นการช่วยปรับสภาพร่างกายและจิตใจให้พร้อมสำหรับการเริ่มต้นทำงานใหม่หลังจากกลับจากการพักผ่อนแล้ว บางคนอาจจะไปเที่ยวเพื่อพักผ่อนร่างกายจากอาการป่วย เป็นต้น
- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม (Cultural Religion) เป็นการท่องเที่ยวเดินทางที่ต้องการศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละประเทศ เช่น การศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ชมศิลปะ หรือเข้าชมปฏิมากรรมทางศาสนาที่สำคัญ เป็นต้น
- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาความรู้ (Educational) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คืออาจเป็นการทำวิจัย การเข้าเรียน สอนหนังสือให้ความรู้กับผู้อื่น หรือการเดินทางไปดูงานในประเทศอื่น ซึ่งอาจจะพำนักอยู่ ณ ที่ดังกล่าวเป็นเวลาหลายเดือน หรือช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น การไปศึกษาดูงานวิจัยที่ต่างประเทศ ไปศึกษาดูงานที่ประเทศแถบยุโรป เป็นต้น
- การเดินทางท่องเที่ยวด้านการกีฬาและการสันทนาการ (Sport and Recreation) เป็นการไปท่องเที่ยวเพื่อรับชมการแข่งขันทางกีฬาหรือการแข่งขันด้วยตนเอง หรือไปเพื่อสันทนาการทางด้านกีฬา เช่น การไปชมกีฬาโอลิมปิก หรือการเป็นตัวแทนนักกีฬา
- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และเพื่อสนองความสนใจส่วนตัว (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่อยากจะไป ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ข้อเท็จจริง เรื่องราวต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์
- การเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นงานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปทำงานอดิเรกที่ชอบ เช่น เดินทางไปวาดรูปริมแม่น้ำ เดินทางไปท่องเที่ยวที่ภูเขา ไปเล่นหิมะที่เมืองหนาว เป็นต้น

- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมเยียนญาติมิตร (Visiting Friend / Relation) เป็นการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ เพื่อให้หายคิดถึงหรือเพื่อพบปะสังสรรค์
- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ (Business) ในประเทศที่พัฒนาแล้ว หลายประเทศส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในอังกฤษ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และแคนาดาประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงบอกได้ว่าการเดินทางไปเพื่อทำธุรกิจและการเดินทางท่องเที่ยวมักจะต้องอยู่คู่กันตลอด
- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประชุม อบรม สัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางที่มีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมการจัดการประชุม อบรม สัมมนา ในการจัดการประชุม อบรม สัมมนานั้น โดยปกติผู้จัดจะมีรายการนำเที่ยวร่วมด้วย และมักจะเลือกเมืองที่เป็นเมืองท่องเที่ยวให้เป็นที่จัดประชุมสัมมนา เช่น กรุงเทพฯ เมืองพัทยา-ชลบุรี เชียงใหม่ หัวหิน-ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต เป็นต้น

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว หมายถึง เครื่องมือทั้งหมดที่กำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา คือ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และทำสิ่งต่าง ๆ เช่น ว่ายน้ำ ปีนเขา ล่องแพ ตกปลา ส่วนพลังหรือแรงจูงใจทางด้านสังคมวิทยา คือ ความอยากมีหน้ามีตาในสังคม อยากทันสมัย อยากดูมีระดับ

### 2.2.1 ลักษณะของแรงจูงใจ

- แรงจูงใจเกิดจากการที่ความต้องการของตนเองยังไม่ได้รับการตอบสนอง
- แรงจูงใจเป็นเหตุหรือตัวกระตุ้นให้เกิดการกระทำของบุคคลหรือแสดงพฤติกรรมของบุคคล
- แรงจูงใจเป็นเหตุหรือตัวกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลแสดงออกมา
- แรงจูงใจจะเป็นตัวช่วยในการลดความเครียดของบุคคลหรือความไม่สมดุล
- แรงจูงใจจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลและขึ้นกับเวลาที่เปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 2.1 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

### 2.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดัน-แรงจูงใจดึงดูด (Push – Pull Theory) (Iso-Aloha, 1982)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) กล่าวว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวมีแรงจูงใจเป็นเหตุกระตุ้นให้บุคคลเกิดการเคลื่อนที่หรือกระทำการใด ๆ ไปยังเป้าหมายเพื่อสนองและเติมเต็มความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ กันไปให้กับตนเอง โดยแรงจูงใจนี้แบ่งออกเป็นปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งปัจจัยที่กระตุ้นให้เราเกิดความอยากไปเที่ยวคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นี้ และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นสิ่งที่กระตุ้นกระบวนการที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยว นั่นคือสถานที่แห่งนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ ชื่อเสียง มีความน่าสนใจ สะดวกสบาย หรือมีกิจกรรม มากเพียงพอที่จะสนองความอยากของบุคคลหรือไม่

วิมลพรรณ คงแก้ว (2558) กล่าวถึง แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวประกอบด้วยแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้มนุษย์หรือนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว และแรงดึงดูด (Pull Factor) ที่มีผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ปัจจัยคือ

- ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยหรือแรงที่เกิดจากตัวบุคคล โดยเป็นความอยากหรือความต้องการที่เกิดจากภายในของมนุษย์ในเรื่องต่าง ๆ แล้วทำให้มนุษย์เกิดความอยากในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1. ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยว
2. สัญชาตญาณและความต้องการของมนุษย์ เพราะมนุษย์มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองตนเอง เช่น ความต้องการที่จะอยากรู้อยากเห็น การเสาะแสวงหาในสิ่งใหม่ ๆ รอบตัว

ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ความต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

3. ทักษะคิดและค่านิยมที่มีต่อจุดหมายปลายทาง
4. การมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นเวลาว่างระยะสั้น (ชั่วโมง) เวลาว่างในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือเวลาว่างจากวันหยุดพักผ่อนประจำปี
5. สุขภาพร่างกาย เนื่องด้วยความก้าวหน้าทางการแพทย์และเทคโนโลยีมีมากขึ้น ทำให้ผู้คนมีร่างกายและสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงและมีอายุยืนยาวมากขึ้น ส่งผลให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น
6. การขยายตัวทางการศึกษาทำให้มนุษย์มีความรู้ ความสามารถมากขึ้น มีโลกทัศน์กว้างไกลต้องการที่จะเปิดกว้างเรียนรู้และการหาประสบการณ์ในโลกกว้าง
  - ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือปัจจัยหรือแรงที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอก หรือสิ่งเร้าภายนอกที่อยู่รอบ ๆ ข้างของบุคคลที่ทำให้มนุษย์อยากออกไปเรียนรู้ สัมผัส หรือหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ในด้านต่าง ๆ ของชีวิต ได้แก่
    1. การค้นพบแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น น้ำตก บ่อน้ำแร่ แหล่งประวัติศาสตร์
    2. การสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเช่น สวนสนุก สวนผลไม้ ฟาร์มต่าง ๆ
    3. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว
    4. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสื่อมวลชน
    5. การขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น
    6. การพัฒนาสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยว เช่น การจัดงาน กิจกรรม เทศกาล ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ
    7. การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
    8. ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ มีการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการลด แลก แจก แถม
    9. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น การผ่อนผันวีซ่าในการออกตราอนุญาตเข้าเมือง (วีซ่า)
    10. นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

วัชรภรณ์ รัชบศรี (2551) กล่าวว่า แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทาง สามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ

- ปัจจัยแรงผลักดัน (Push Factors) ในการท่องเที่ยว หมายถึงความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง Abraham H. Maslow (1954) กล่าวว่าไว้ว่า “บุคคลจะมีพฤติกรรมการแสดงออกมา เพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น พฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว จะถูกกำหนดโดยความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนี้

1. การที่นักท่องเที่ยวต้องการตอบสนองความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ส่วนใหญ่นั้นคือต้องการที่จะพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด อยากที่จะได้รับความความสนุกสนาน สะดวกสบาย และความบันเทิง

2. นักท่องเที่ยวต้องการความรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง (Safety Need) ทั้งในส่วนของพาหนะในการเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด อีกทั้งยังต้องการความซื่อสัตย์ จริงใจ และสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องจากผู้บริการ

3. นักท่องเที่ยวต้องการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคม (Social Need) จึงคาดหวังที่จะได้รับการทักทาย หรือให้ความสำคัญจากผู้บริการ

4. นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการสะสมประสบการณ์ที่สร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง (Esteem Need) โดยการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ได้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการบันทึกประสบการณ์ในชีวิตและเติมเต็มความสำเร็จของตน (Self-actualization Need) โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่สนใจสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการเรียนรู้ ทำความเข้าใจวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของผู้คนในสถานที่ต่าง ๆ เหล่านั้นแล้วทำการจดบันทึกสิ่งที่ได้พบเห็น

6. นิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพยายามทำความเข้าใจ เรียนรู้ วัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในถิ่นนั้น ๆ และนิยมจดบันทึกสิ่งที่ ตนได้พบเห็น

ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่า หากมนุษย์ต้องทำงานหนัก ร่างกายก็ย่อมต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs)

สวนดุสิต โพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต (20 ก.ย. 63) สำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “ความเครียดของคนไทย ณ วันนี้” กลุ่มตัวอย่าง 1,358 คน สำรวจวันที่ 16-18 กันยายน 2563

จะเห็นได้ว่าเรื่องที่ประชาชนเครียดมากที่สุด คือ ของกินของใช้แพง 67.76% รองลงมาคือ ทูจริตคอร์รัปชัน 63.93% และ โควิด-19 57.49% สิ่งที่คุณอยากทำเมื่อรู้สึกเครียดมาก คือ ออกไปเที่ยว 51.47% เล่นเน็ต 35.35% และกิน 33.51%

และในช่วงสถานการณ์ของการแพร่ระบาด Virus COVID-19 นักท่องเที่ยวส่วนมากจะตระหนักหรือรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางด้านร่างกายสูง (Safety needs) จนเกิดเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวิถีใหม่ หรือ การท่องเที่ยวแบบ New Normal ในยุคหลัง COVID-19 เป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวต้องใส่ใจ เพราะไม่เพียงแต่คนในประเทศที่ฝากรอให้การท่องเที่ยวกลับมา แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ชาวต่างชาติก็ยังให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และพร้อมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกด้วย

• ปัจจัยแรงดึงดูด (Pull Factors) ในการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล ซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจในประเทศ (Economic Factor) เนื่องจากประเทศที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี ย่อมส่งผลให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจในการใช้จ่ายสูง และมีโอกาสมากที่จะเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และหากภาครัฐบาลของประเทศช่วยสนับสนุนอัดเงินเข้าไปในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ก็อาจสามารถกระตุ้นให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวดีขึ้นได้ ซึ่งหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 นี้ ภาครัฐได้ออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวมากมาย อาทิ เช่น นโยบายรัฐ “โครงการเราเที่ยวด้วยกัน”

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว โครงการเราเที่ยวด้วยกันเป็นโครงการที่ภาครัฐใช้กระตุ้นภาคประชาชนให้ออกใช้จ่าย โดยผ่านการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มสภาพคล่อง เงินหมุนเวียนในระบบให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจในภาพรวม รายละเอียด โครงการเราเที่ยวด้วยกัน มีดังต่อไปนี้

- ระยะเวลา โครงการ ระหว่าง 1 กรกฎาคม 2563 – 31 มกราคม 2564
- รัฐบาลสนับสนุนค่าโรงแรมที่พัก 40% ของราคาค่าที่พักต่อห้องต่อคืน โดยไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืน
- จำกัดสิทธิค่าสนับสนุน โรงแรมที่พักคนละไม่เกินกว่า สิบห้อง หรือ สิบคืน (เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ก.ย. 2563 เป็นต้นไป)
- ไม่สามารถยกเลิกการจองหรือเปลี่ยนแปลงภายหลังได้ เมื่อจองที่พักแล้ว
- รัฐบาลจะทำการสนับสนุนค่าอาหาร หรือ ใช้ในการท่องเที่ยวมูลค่า 900\* บาทต่อการพักต่อห้องต่อคืน เมื่อประชาชน check-in โรงแรมเรียบร้อยแล้ว/สำเร็จ

\*วันจันทร์-พฤหัสบดี ได้รับ 900 บาท ส่วนในวันศุกร์-อาทิตย์ ได้รับ 600 บาท

- โดยเงินสนับสนุนค่าอาหาร/ท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ได้ทั้งที่ร้านที่เข้าร่วมโครงการทั้งร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว โดยประชาชนชำระ 60% และรัฐบาลช่วยสนับสนุนอีก 40% ผ่านการตัดเงินจากแอปพลิเคชันเป๋าตัง

- โดยจะได้รับเงินสนับสนุนค่าอาหาร/ท่องเที่ยว วันละ 1 ครั้ง หลังเวลาห้าโมงเย็นของวัน check-in โดยคู่มือจะหมดอายุเวลา 23:59 น. ของวัน check-out

- สนับสนุนค่าตัวเครื่องบิน 2 สิทธิผู้โดยสาร ต่อ 1 ห้องโรงแรมที่จอง ทั้งนี้เงินสนับสนุนค่าตัวการเดินทางโดยเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัว แต่ไม่เกินสองพันบาทต่อผู้โดยสาร (เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ก.ย. 2563 เป็นต้นไป) โดยประชาชนจะต้องเป็นผู้ที่จองโรงแรมผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันเท่านั้น จึงจะได้รับเงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบิน โดยเข้ามากรอกข้อมูลเพื่อรับเงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบิน

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

2. ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไป จากของตน เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่แตกต่าง

3. ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social-cultural Factor) รูปแบบ วัฒนธรรม และบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกัน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม งานเทศกาล ประวัติศาสตร์ ประเพณี ก็เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือคนในสังคมอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวเยี่ยมชมในท้องถิ่นของตนได้

4. ปัจจัยทางการเมืองของประเทศ (Political Factor) โดยประเทศที่มีสภาพการณ์ทางการเมือง มั่นคงย่อมส่งผลให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศของตนได้ ซึ่งในขณะเดียวกัน นโยบายภาครัฐอาจเป็นตัวที่ปิดกั้นหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

5. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ ทั้ง ด้านการคมนาคม การสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสิ่งที่สร้างความบันเทิงก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว มีหลายทางเลือกในการเดินทาง และปลอดภัยยิ่งขึ้น อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางสถานที่ท่องเที่ยวก็สามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้



6. Legal ป้ายด้านกฎหมาย (Legal) ก็เป็นอีกหนึ่งเหตุปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ช่วงมาตรการการลดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 ห้ามเดินทางข้ามจังหวัดในบางจังหวัดที่เป็นกลุ่มเสี่ยง มีการปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีการประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน มีเคอร์ฟิวห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานในช่วงเวลา 22.00 – 04.00 น. ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

7. สื่อ (Media) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม การตัดสินใจของคน เนื่องจากสื่อมวลชนจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแต่ละสถานที่ได้

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

กรมการท่องเที่ยวของไทย (Department of Tourism) (2020) ได้ออกมาตรการเตรียมความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในแบบวิถี New Normal โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่องความสะอาด ถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค COVID-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและรู้สึกว่าคุณภาพประเทศไทยมีความปลอดภัย โดยมีมาตรการสรุปพอสังเขปสำหรับ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. สำหรับผู้ประกอบการ/ผู้ให้บริการ
  - ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย
  - บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว
  - สวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลา
  - จัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์
  - มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัย
  - เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
  - กำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจน
  - เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด
2. สำหรับนักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ
  - ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย
  - สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา
  - เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร

- ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง
- เปลี่ยนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นระบบโอนเงิน พร้อมเพย์ E-Wallet

## 2.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

เมื่อไทยและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกยังคงปิดประเทศ ความหวังเดียวของภาคท่องเที่ยว คือ “นักท่องเที่ยวไทย” ที่ภาครัฐและเอกชนพยายามกระตุ้นให้เที่ยวในประเทศมากขึ้น ทั้งผ่านมาตรการของภาครัฐในหลาย ๆ โครงการ รวมถึงโปรโมชันส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจจากภาคเอกชน

ช่วงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563 ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Virus Corona 2019 (ศบค.) มีมติเห็นชอบ “ยกเลิกเคอร์ฟิว” มีผล 15 มิ.ย. 63 เนื่องจากไม่พบผู้ติดเชื้อในประเทศและเริ่มบังคับใช้มาตรการผ่อนปรนในระยะที่ 4 มีผลบังคับให้ยกเลิกการห้ามออกนอกเคสสถาน และสามารถใช้อาคารสถานที่ของโรงเรียน หรือสถานศึกษา สถาบันกวดวิชา และสามารถเปิดโรงแรม ห้องประชุม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า โรงภาพยนตร์ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถกลับมาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศได้อีกครั้ง นายพิพัฒน์ รัชกิจประการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมในช่วงเดือน มกราคม - กันยายน ปี พ.ศ. 2563 ธุรกิจการท่องเที่ยวมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก โดยมีรายได้รวมประมาณ 655,000 ล้านบาท ลดลงคิดเป็น 70.57 เปอร์เซ็นต์ หรือลดลง 1.57 ล้านล้านบาท จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยลดลงทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีประกาศระงับการเดินทางระหว่างกันทั่วโลกเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อ Virus COVID-19 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางมาประเทศไทย 6.69 ล้านคน ซึ่งลดลง 22.77 ล้านคน คิดเป็น 77.29 เปอร์เซ็นต์ จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และก่อให้เกิดรายได้เท่ากับ 332,000 ล้านบาท ซึ่งลดลง 1.10 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 76.77 เปอร์เซ็นต์ ของช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศ ในช่วง 9 เดือน ปี 2563 มีจำนวนผู้เดินทางทั้งสิ้น 52.71 ล้านคน ลดลง 63.57 ล้านคน หรือคิดเป็น 54.67 เปอร์เซ็นต์ จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตามหลังจากการคลายล็อกคาวน์พบว่าอัตราการเข้าพักสถานพักแรม แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวที่ในทางบวกอย่างช้า ๆ และการท่องเที่ยวในเมืองขนาดเล็กหรือเมืองรองมีการฟื้นตัวในอัตราที่สูงกว่าเมืองท่องเที่ยวที่เป็นเมืองหลัก โดยอัตราเข้าพักรวมเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา อยู่ที่ 27.93 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนห้องพักทั้งหมด มีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับไปเดือนสิงหาคม อยู่ที่ 26.93 เปอร์เซ็นต์ เดือนกรกฎาคมอยู่ที่ 25.41 เปอร์เซ็นต์ เดือนมิถุนายนอยู่ที่ 13.43 เปอร์เซ็นต์ เดือนพฤษภาคมอยู่ที่ 3.83 เปอร์เซ็นต์ และที่ต่ำสุดของปีนี้คือเดือนเมษายนอยู่ที่ 2.26 เปอร์เซ็นต์

ที่เริ่มต้นการล็อกดาวน์ประเทศจากการระบาดของ COVID-19 ขณะที่ช่วงต้นปีที่ยังไม่มีปัญหาการแพร่ระบาดในประเทศ เดือนมกราคมมีอัตราพัก 77.97 เปอร์เซ็นต์ ต่อมา เมื่อเริ่มมีการติดเชื้อ COVID-19 ในประเทศ มีการระงับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในเดือนกุมภาพันธ์อัตราการเข้าพักเริ่มลดลงเหลือ 58.39 เปอร์เซ็นต์ และเดือน มีนาคมอยู่ที่ 20.82 เปอร์เซ็นต์ ก่อนไปต่ำสุดในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นหลังจากมีการยกเลิกการล็อกดาวน์และไม่พบผู้ติดเชื้อในประเทศ

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่าการตัดสินใจท่องเที่ยว ปัจจัยและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้น ส่งผลมาจากปัจจัยที่หลากหลายด้วยกันทั้งปัจจัยที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยวเอง และปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวและแรงดึงดูดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเที่ยวรวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 ก็เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วยเหมือนกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ผู้วิจัยสนใจคือ กลุ่มของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีแรง เวลา ในการท่องเที่ยว โดยหลังจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นอาจแตกต่างไปจากเดิม

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนสถานการณ์ COVID-19

ชุนินทร์ ลีละฉายากุล (2559) ได้ศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 32 คน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจและปัจจัยที่ค้ำึงถึงที่ทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว อันดับแรกคือ ความต้องการด้านกายภาพ ได้แก่ ความต้องการพักผ่อน ปัจจัยอันดับรองลงมา คือ ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักเดินทางท่องเที่ยวมีแรงจูงใจภายนอกคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในทางศาสนา โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ และโบราณวัตถุ ด้านความสนใจในเรื่อง วัฒนธรรมและ

ประเพณี ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และด้านการมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

ปานเนตร จันทน์พรัตน์ (2562) ได้ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการ เจ้าหน้าที่รัฐ และกลุ่มผู้บริหารในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวโดยตรงจำนวนทั้งสิ้น 8 ราย ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ว่า ในอนาคตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปโดยได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมือง โดยปัจจัยดังกล่าวจะส่งผล ให้ในอนาคตนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่ชอบความรวดเร็วในทุกด้าน เทคโนโลยีจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็วและนักท่องเที่ยวจะหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ และให้คุณค่ากับชีวิต

Siripen Yiamjanya, Kevin Wongleedee (2014) ได้ศึกษาแรงจูงใจทั้งแรงดึง และแรงผลัก ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการพักผ่อน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 200 คน ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยช่วงเดือน มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2014 ผลการวิจัยระบุถึง 10 อันดับ แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย ได้แก่

- ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในต่างแดน
- อาหารไทย
- เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ
- ผ่อนคลายในต่างแดน
- อยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ
- สนใจในวัฒนธรรมของประเทศไทยและตลาดพื้นเมือง
- ต้องการหลบหนีจากชีวิตประจำวัน
- ชอบกิจกรรม
- ได้ผจญภัย
- อากาศดี

ซึ่งเมื่อได้ทำการแยกประเภทแล้ว พบว่า แรงผลักที่สำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวจัดตัดสินใจ มาเที่ยวประเทศไทย คือ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ในต่างแดน และ อาหารไทย ก็เป็น แรงดึง ที่สำคัญ ที่สุดในการทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย

Rojan Baniya (2016) ได้ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทั้งแรงผลัก และแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวในประเทศของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ แจก

แบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวในประเทศ 132 คน ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไม่เกิน 6 เดือน ที่ผ่านมา งานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดนั้นมีสาระสำคัญมากกว่าปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันแรงใจของนักท่องเที่ยวในประเทศเนปาล โดยปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดที่สำคัญมากที่สุดคือ การเข้าถึงที่ง่ายของสถานที่ท่องเที่ยว (Easy Access Afford) รองลงมาคือ การที่มีสิ่งให้ค้นหาที่หลากหลาย (Variety Seeking) ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่สุดคือ การหลีกหนีจากชีวิตประจำวัน (Escape Daily Life) รองลงมาคือ การหาที่ที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย (Seeking Relaxation)

Lung Ming Tsai, Kongkidakarn Sakulsinlapakorn (2016) ได้สำรวจแรงจูงใจทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูดต่อการท่องเที่ยว ในความต้องการมีส่วนร่วมในเทศกาลสงกรานต์ โดยมีประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยว ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามให้กับชาวไต้หวัน 388 คน ที่ไม่เคยไปเข้าร่วมเทศกาลสงกรานต์ที่ประเทศไทยมาก่อน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูดมีผลกระทบทางบวกโดยตรงกับความตั้งใจไปเข้าร่วมเทศกาลสงกรานต์ สำหรับแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันนักท่องเที่ยวไต้หวันคือความต้องการที่จะพักผ่อน, ต้องการหาประสบการณ์ที่ต่างประเทศ และต้องการใช้เวลาในการท่องเที่ยวกับเพื่อน สำหรับแรงจูงใจที่เป็นแรงดึงดูดต่อนักท่องเที่ยวไต้หวันคือ มีเหตุการณ์หรือกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลสงกรานต์, ภาพลักษณ์ของงานเทศกาลสงกรานต์, อาหารไทยมีรสชาติอร่อย และคนไทยมีนิสัยเป็นมิตร

Jeanne R. Agnes and Ma. Ruzena R. Gamueda (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและผลจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ Sagada โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว 134 คน ที่เดินทางมาเที่ยว Sagada ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจแบบแรงผลักดัน ประกอบด้วย การต้องการผจญภัย หลีกหนีจากชีวิตประจำวัน และแรงจูงใจแบบแรงดึงดูด ประกอบด้วย การเข้าถึงสถานที่ สถานที่น่าดึงดูดใจ และมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยแรก โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าการไปท่องเที่ยวที่ Sagada ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน ทำให้คนท้องถิ่นมีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้น

### 2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลังสถานการณ์ COVID-19

Larissa Neuburger (2020) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการท่องเที่ยวและพฤติกรรม การท่องเที่ยวของ DACH region (Germany, Austria, Switzerland) ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยได้ทำการศึกษาเป็น 2 ช่วงเวลา ช่วงแรกเป็นช่วงต้นเดือน มีนาคม 2020 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการระบาดวิกฤติในประเทศอิตาลี และช่วงที่ 2 คือ หลังจากช่วงแรก 2 อาทิตย์และมีการระบาดเป็นวงกว้างในยุโรป ผลวิจัยพบว่า การรับรู้ของบุคคลถึงความเสี่ยงของ COVID-19 และความเสี่ยง

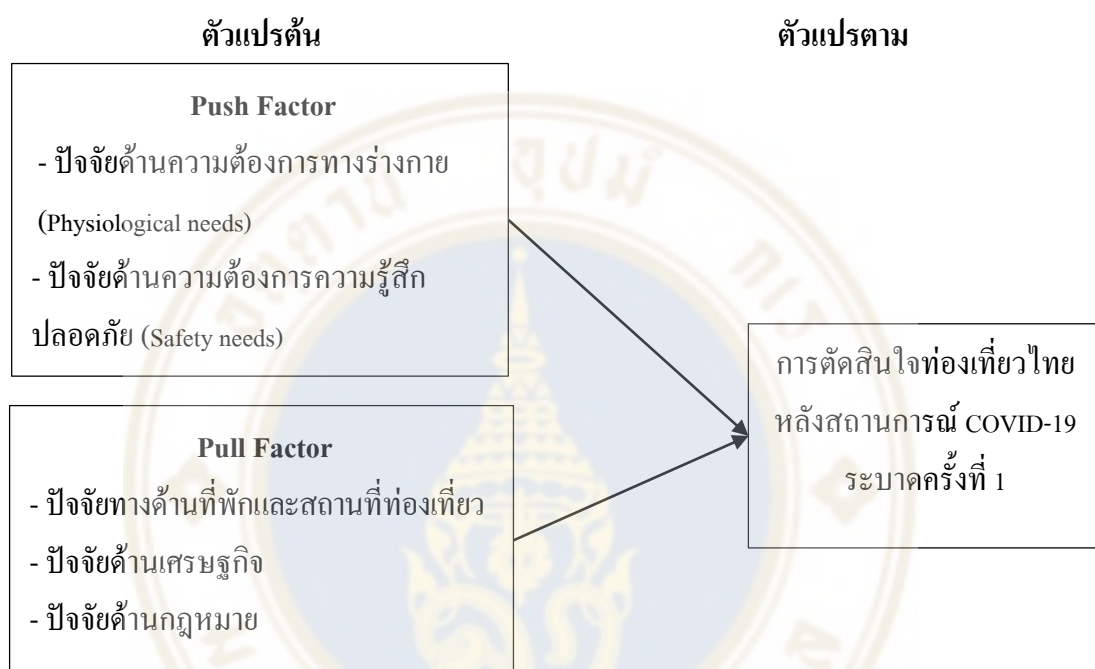
ในการออกเดินทางท่องเที่ยวจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้นเมื่อมีการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลก และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มากที่สุดคือ การที่มีผลรายงานอัตราผู้ติดเชื้อที่สูงขึ้น มีอัตราการตายเพิ่มมากขึ้น โดยรายงานทางสื่อทุกชนิด ทำให้บุคคลรับรู้ถึงความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มการรับรู้ความเสี่ยงจากกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มแรก เป็นกลุ่มประชากรที่อายุน้อย จะมีการรับรู้ความเสี่ยงสูงมากและจะทำการยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวเลย กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มวัยกลางคน มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มสุดท้าย เป็นกลุ่มที่มีอายุมากขึ้น มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวสูงจะมีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับ ก็จะ ไม่ยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยว

Samiha Chemli, Michail Toanoglou and Marco Valeri (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการรายงานข่าวของสื่อเกี่ยวกับ COVID-19 ต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางในอนาคต โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณผ่าน online survey มี 5 ภาษา คือ อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี จีน และเกาหลี โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1,845 คน มากกว่า 12 ประเทศ จาก 4 ทวีป ซึ่งเป็นตัวแทนของพื้นที่ที่ถูกกักกันและได้รับผลกระทบมากที่สุดในโลกในช่วงวิกฤต ผลการวิจัยยืนยันว่าสื่อเป็นตัวควบคุมที่โดดเด่นในการเน้นย้ำการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤต COVID-19 เพราะเป็นแหล่งข้อมูลหลัก นอกจากนี้อิทธิพลที่ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงทางกายภาพยังขึ้นอยู่กับกลุ่มบุคคลแต่ละกลุ่ม งานวิจัยยังให้ข้อมูลและหลักฐานที่ช่วยกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ คือ นักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจเมื่อสถานที่ที่เขานั้นมีการจัดการและมีเจ้าหน้าที่รัฐ ควบคุมดูแล การแพร่ระบาดของ COVID-19 มีการรายงานข่าวที่เป็นจริง มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบและมีระบบสาธารณสุขที่ดี

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่กับทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อาทิ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว ความต้องการพักผ่อน หรือการอยากได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากท้องถิ่นของตัวเอง ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเป็นเหตุการณ์ก่อนสถานการณ์ COVID-19 แต่หลังจากที่มีการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 พฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป แรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันอาจเปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์ปกติ และยังไม่มียานวิจัยใด ศึกษาถึงแรงจูงใจที่เป็นแรงดึงดูดทางด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย เพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วทั้งโลกเป็นอย่างมาก และมีการออกกฎหมายต่าง ๆ เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งที่ 1 ของ COVID-19

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎี Push – Pull Theory (Iso-Aloha, 1982) ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันช่วงการแพร่ระบาดของVirus COVID-19 ครั้งที่ 1 จนนำมาสู่กรอบวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ได้สมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
2. ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
3. ปัจจัยทางด้านที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
5. ปัจจัยด้านกฎหมาย มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1





### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

#### 3.1 รูปแบบในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยส่วนแรกใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยแจกแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

#### 3.2 ประชากรของงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยใช้วิธีเลือกแบบสะดวก (Convenience sampling) และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Taro Yamane ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็นต์ และยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนทั้งหมด แทนสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม  
 Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนด  
 d คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ดังนั้น

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากข้างต้น จะได้ตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 385 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และอ้างอิงแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหนังสือและเอกสารต่าง ๆ โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม คือ มีการเดินทางท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 หรือไม่ และเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินผล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เฉยๆ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำคะแนนจากการกำหนดข้างต้น มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายโดยใช้การหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นจากการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย ซึ่งจะได้ช่วงความกว้าง ดังนี้

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

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย หลัง COVID-19 เป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
1.8 – 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้มีขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ซึ่งมีคำถามคัดกรอง จำนวน 2 คำถาม คือ “หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 ท่านได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือไม่” เพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 มาเป็นกลุ่มตัวอย่างและ “ท่านเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่” เพื่อคัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนในเขต

กรุงเทพมหานคร หากผู้เข้าร่วมวิจัยมีคำตอบว่า “ไม่” ในคำถามที่ 1 และ/หรือ ในคำถามที่ 2 ก็จะเป็นการจบการให้ข้อมูลในการทำแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ซึ่งการเก็บข้อมูลจะทำหลังจากได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และเพื่อให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมหลังจากทำการเก็บข้อมูลแล้ว ซึ่งคาดว่าจะทำการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือนคือ ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติเชิงพรรณนาใช้ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และใช้เป็นข้อมูลในการแปลความหมายของระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งจะแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าสถิติส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- การใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลนำมาจะมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยใช้สถิติ Kaiser Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) มีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้ (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2552)

ค่า KMO 0.80 ขึ้นไป	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมากที่สุด
ค่า KMO 0.70 –0.79	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมาก
ค่า KMO 0.60 –0.69	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง
ค่า KMO 0.50 –0.59	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย
ค่า KMO น้อยกว่า 0.50	ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ

และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้สถิติ Bartlett's test of Sphericity ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556)

2. ตรวจสอบโดยพิจารณาค่าความแปรปรวนตัวแปรแต่ละตัวโดยพิจารณาค่าความร่วมกันของตัวแปร ซึ่งไม่ควรต่ำกว่า 0.50 และหากมีค่าต่ำกว่า 0.50 ควรตัดตัวแปรนั้นออกไป จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556)

- การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาว่าตัวแปรต้นปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่  $p < 0.05$



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ในครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

### 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีรายละเอียดของลักษณะทางประชากรศาสตร์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
1. ชาย	93	23.2
2. หญิง	307	76.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
1. ต่ำกว่า 25 ปี	23	5.8
2. 25 - 35 ปี	239	59.8
3. 36 - 45 ปี	87	21.7
4. มากกว่า 45 ปี	51	12.7
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	2.2
2. ปริญญาตรี	224	56.0
3. ปริญญาโท	160	40.0
4. สูงกว่าปริญญาโท	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>รายได้</b>		
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	13	3.3
2. 15,001 - 30,000 บาท	94	23.5
3. 30,001 - 45,000 บาท	84	21.0
4. 45,001 - 60,000 บาท	69	17.2
5. ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	140	35.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศชาย 93 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.2 และเพศหญิง 307 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 76.8

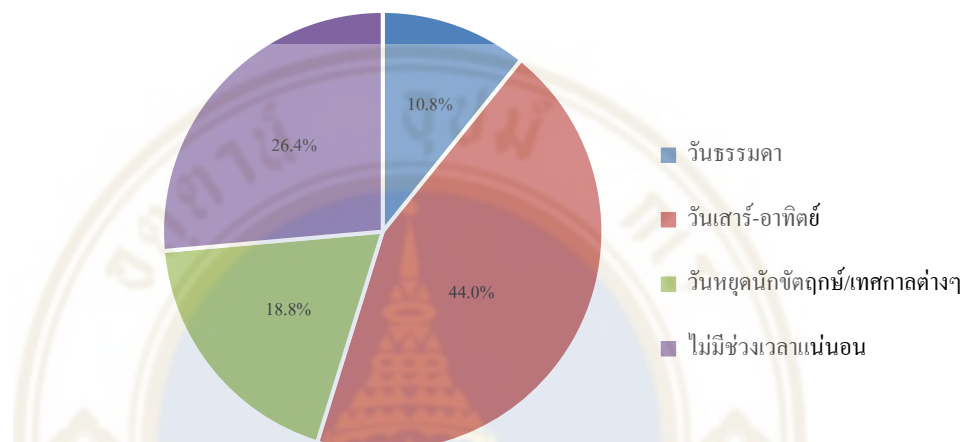
ในด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 23 คน มีอายุต่ำกว่า 25 ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 5.8, อายุ 25 – 35 ปี มีจำนวน 239 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 59.8 , อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 87 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.7 และอายุมากกว่า 45 ปี มีจำนวน 51 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.7

ในด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่ จำนวน 224 คน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาจำนวน 160 คน มีการศึกษาในระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 40 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และระดับสูงกว่าปริญญาโท 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 13 คนมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.3, รายได้เฉลี่ย 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5, รายได้เฉลี่ย 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21, รายได้เฉลี่ย 45,001 - 60,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35

จากตารางที่ 4.1 สามารถสรุปข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 76.8 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35

#### ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19

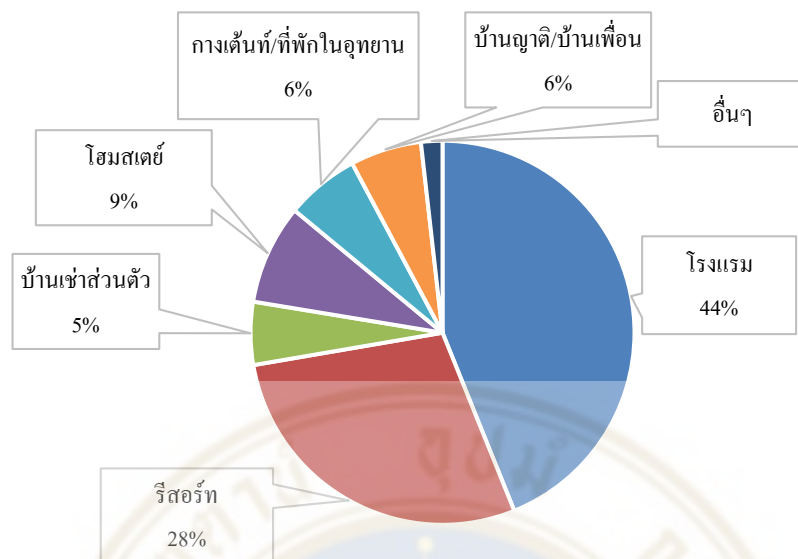


ภาพที่ 4.1 แสดงช่วงเวลาในการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และรองลงมาคือไม่มีช่วงเวลาแน่นอนจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4



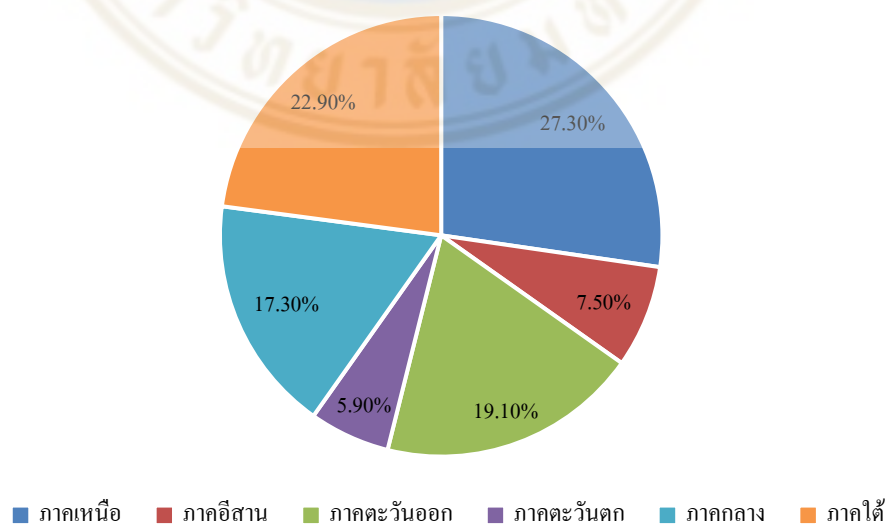
สถานที่พักแรมเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์ COVID-19



ภาพที่ 4.2 แสดงสถานที่พักแรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์ COVID-19

จากภาพที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่เลือกพักแรมที่ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 44 และรองลงมาคือ พักแรมที่ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 28

ภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19



ภาพที่ 4.3 แสดงภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19

จากภาพที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่เลือกไปท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่ภาคเหนือ ร้อยละ 27.30 รองลงมาคือ ภาคใต้ ร้อยละ 22.90

#### 4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis)

จากการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยใช้สถิติ Kaiser Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) พบว่า ค่า KMO ที่ได้ เท่ากับ 0.838 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมากที่สุด (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2552)

ตารางที่ 4.2 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		<b>.838</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3918.147
	df	210
	Sig.	<b>.000</b>

และเมื่อวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์ว่าตัวประกอบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและเป็นกลุ่มเดียวกันหรือไม่ พบว่า กลุ่มคำถามกระจายตัวกันเป็น 7 กลุ่มย่อย ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งที่ 1

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ในการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน ท่านคิดอยู่เสมอว่าจะทำอย่างไรให้เที่ยวอย่างปลอดภัยจาก COVID-19	.847						
ท่านคิดว่าการป้องกัน ดูแล ตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว	.791						
ท่านให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัยในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	.786						
ท่านคิดว่าไม่มีปัจจัยใดสำคัญมากไปกว่าการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	.759						
ท่านคิดว่าความปลอดภัย สุขอนามัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	.687						
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19	.629						
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พัก 40% ของราคาที่พัก ต่อห้องต่อคืน ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืนในโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน”		.932					
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนคูปองส่วนลดค่าอาหาร มูลค่า 900 หรือ 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับประชาชน เมื่อ check-in โรงแรมสำเร็จ ในโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน”		.913					
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลให้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท ต่อผู้โดยสาร ในโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน”		.880					



**ตารางที่ 4.3** แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งที่ 1 (ต่อ)

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย							.789
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดหมายที่ไปถึงได้ง่าย สะดวกต่อการเดินทาง							.709

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.  
a. Rotation converged in 6 iterations.

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการตัดคำถามที่ไม่สามารถรวมกลุ่มได้ และวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) อีกครั้ง ได้ผลดังนี้

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งที่ 2

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>					
	Component				
	1	2	3	4	5
ในการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน ท่านคิดอยู่เสมอว่าจะทำอะไรให้เที่ยวอย่างปลอดภัยจาก COVID-19	.842				
ท่านคิดว่าการป้องกัน ดูแล ตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว	.801				
ท่านให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	.779				
ท่านคิดว่าไม่มีปัจจัยใดสำคัญมากไปกว่าการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	.749				
ท่านคิดว่าความปลอดภัย สุขอนามัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	.703				
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19	.647				

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งที่ 2 (ต่อ)

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>					
	Component				
	1	2	3	4	5
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พัก 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืนในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"		.934			
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนคูปองส่วนลดค่าอาหาร มูลค่า 900 หรือ 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับประชาชน เมื่อ check-in โรงแรมสำเร็จ ในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"		.916			
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลให้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท ต่อผู้โดยสาร ในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"		.881			
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะนโยบายรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว		.854			
ท่านมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวไทยบ่อยขึ้น			.802		
ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันอย่างแน่นอน			.764		
ท่านยินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวไทย			.738		
ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในอนาคต			.711		
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน				.723	
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวัน				.690	
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการพักผ่อนร่างกาย				.664	
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่น่าตื่นเต้น				.583	
กฎหมาย เอร์พีวีห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานในช่วงเวลา 22.00 – 04.00 น. มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					.834
กฎหมายการปิดน่านฟ้า ห้ามบินระหว่างประเทศเพื่อลดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					.793
การมีกฎหมาย บทลงโทษที่ชัดเจน ต่อผู้ที่ปิดบัง ปกปิดอาการป่วย และทำให้เกิดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					.659

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.  
a. Rotation converged in 6 iterations.

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ

Descriptive Statistics			
	Mean	S.D.	การแปลค่า
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการพักผ่อนร่างกาย	4.57	.675	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน	4.53	.742	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น	3.87	1.127	เห็นด้วยมาก
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน	4.16	1.079	เห็นด้วยมาก
ท่านคิดว่าความปลอดภัย สุขอนามัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.52	.742	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านคิดว่า การป้องกัน ดูแล ตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.67	.639	เห็นด้วยมากที่สุด
ในการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน ท่านคิดอยู่เสมอว่าจะทำอย่างไรให้เที่ยวอย่างปลอดภัยจาก COVID-19	4.57	.722	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	4.74	.503	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านคิดว่าไม่มีปัจจัยใดสำคัญมากไปกว่าการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19	4.41	.865	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19	4.45	.757	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะนโยบายรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว	3.57	1.402	เห็นด้วยมาก
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พัก 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืนในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"	3.47	1.507	เห็นด้วยมาก
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลให้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท ต่อผู้โดยสาร ในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"	3.11	1.439	เฉยๆ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

Descriptive Statistics			
	Mean	S.D.	การแปลค่า
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการส่วนลดค่าอาหาร มูลค่า 900 หรือ 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับประชาชน เมื่อ check-in โรงแรมสำเร็จ ในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"	3.16	1.466	เฉยๆ
กฎหมาย เคอร์ฟิวห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานในช่วงเวลา 22.00 – 04.00 น. มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19	3.51	1.345	เห็นด้วยมาก
กฎหมายการปิดน่านฟ้า ห้ามบินระหว่างประเทศเพื่อลดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19	4.13	1.130	เห็นด้วยมาก
การมีกฎหมาย บทลงโทษที่ชัดเจน ต่อผู้ที่ปิดบัง ปกปิดอาการป่วย และทำให้เกิดการแพร่ระบาดของ Virus COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19	3.91	1.217	เห็นด้วยมาก
ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันอย่างแน่นอน	4.47	.837	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในอนาคต	4.69	.604	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวไทยบ่อยขึ้น	4.19	.953	เห็นด้วยมาก
ท่านยินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวไทย	4.41	.851	เห็นด้วยมากที่สุด

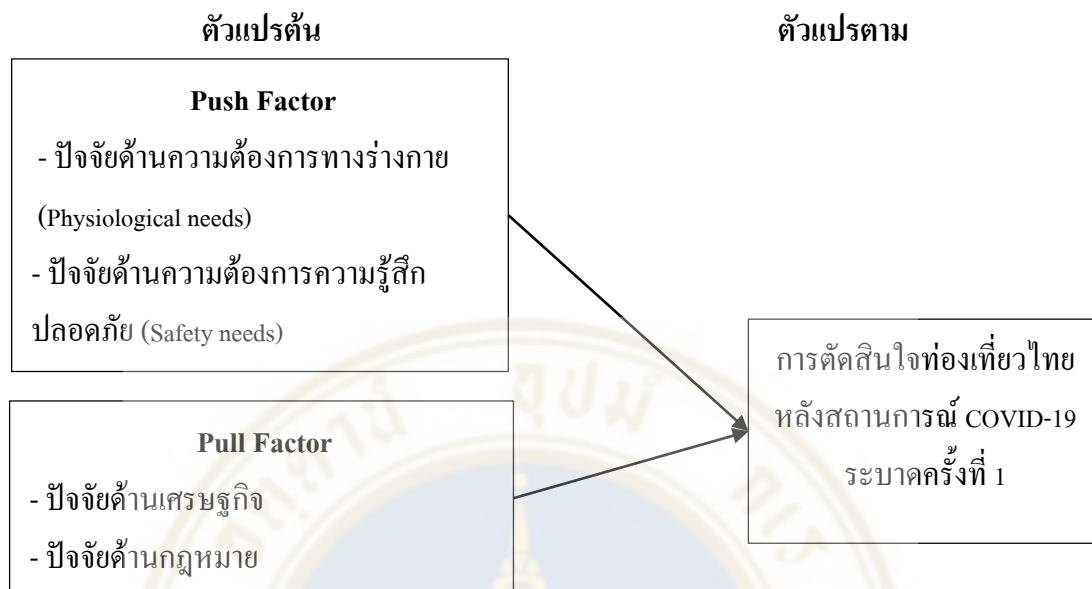
จากการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ผู้วิจัยจึงได้แบ่งกลุ่ม ตัวประกอบ (Factor) ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs)
3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)
4. ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal)
5. การตัดสินใจท่องเที่ยว

ซึ่งจากการตัดคำถามที่เป็นตัวประกอบ (Factor) ทางด้านตัวแปร ปัจจัยทางด้านที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวออก ทำให้ผู้วิจัยแก้ไขกรอบแนวคิดในการวิจัยใหม่ และสมมติฐานใหม่ ดังนี้



### 4.3 กรอบแนวคิดในการวิจัยใหม่



ภาพที่ 4.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ได้สมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
2. ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกลปลอดภัย (Safety needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1
4. ปัจจัยด้านกฎหมาย มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

#### 4.4 การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test)

ผู้วิจัยมีการนำแบบสอบถามที่ได้คำตอบจากกลุ่มตัวอย่างมาทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่า สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha) จากการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ที่ 0.848 ซึ่งถือว่ามาตรฐานวัดทั้งหมดในงานวิจัยนี้ น่าเชื่อถือ เนื่องจากตามทฤษฎี ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ดี ไม่ควรต่ำกว่า 0.7 (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น

Scale: ALL VARIABLES			
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	400	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items		
.848	21		

#### 4.5 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs), ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกลอดภัย (Safety needs), ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านกฎหมาย ต่อตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการใช้ สถิติวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการทดสอบค่าการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.490 <sup>a</sup>	.240	.232	.56667		
a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านกฎหมาย, Safety needs ความต้องการความรู้สึกปลอดภัย, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ, Physiological needs ความต้องการทางร่างกาย						
ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.995	4	9.999	31.137	.000 <sup>a</sup>
	Residual	126.841	395	.321		
	Total	166.836	399			
a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านกฎหมาย, Safety needs ความต้องการความรู้สึกปลอดภัย, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ, Physiological needs ความต้องการทางร่างกาย						
b. Dependent Variable: การตัดสินใจท่องเที่ยว						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.705	.287		5.944	.000
	Safety needs ความต้องการความรู้สึก ปลอดภัย	.199	.055	.166	3.630	.000
	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	.080	.023	.164	3.515	.000
	Physiological needs ความต้องการทางร่างกาย	.354	.048	.349	7.436	.000
	ปัจจัยด้านกฎหมาย	.012	.032	.018	.377	.706
a. Dependent Variable: การตัดสินใจท่องเที่ยว						

จากตารางข้างต้นพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) ( $\beta = 0.349, p < 0.001$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) ( $\beta = 0.166, p < 0.001$ ) และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ( $\beta = 0.164, p < 0.001$ ) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ( $\beta = 0.018, p > 0.05$ )

จากผลการทดสอบทั้งหมด สามารถสรุปเป็นผลการทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อได้ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.8** แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย		ผลการทดสอบ
H1	ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1	สนับสนุน
H2	ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1	สนับสนุน
H3	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1	สนับสนุน
H4	ปัจจัยด้านกฎหมาย มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1	ไม่สนับสนุน

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 โดยหลังจากที่ได้ทำการศึกษา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรมในอดีต และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่าน แบบสอบถาม นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในทางสถิติแล้ว สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัย สามารถสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ของกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ดังนี้ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงปริญญาโท ส่วนใหญ่มีรายได้ ตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน

ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวในวันเสาร์ - อาทิตย์ รองลงมาคือไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอน เมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนจะเลือกพักแรมที่โรงแรมร้อยละ 44 และพักแรมที่รีสอร์ทร้อยละ 28 ภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกไปท่องเที่ยว คือ ภาคเหนือ รองลงมาคือ ภาคใต้ ของประเทศไทย

##### 5.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

จากผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลัง สถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 มี 3 ปัจจัย เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs), ปัจจัยด้าน ความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย การที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนร่างกาย, ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน, เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆที่น่าตื่นเต้นจากการไปท่องเที่ยว, เพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน และเพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ

โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ การไปท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการพักผ่อนร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา คือ การไปท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.53 จึงชี้ให้เห็นว่า ไม่ว่าจะมีการแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือไม่ คนก็จะตัดสินใจไปท่องเที่ยวด้วยเหตุผลภายในความต้องการของตนเอง

สอดคล้องกับการศึกษาของชุดินันท์ ลีละฉายกุล (2559) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับ ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับการศึกษาของ Siripen Yiamjanya, Kevin Wongleedee (2014) ได้ศึกษาแรงจูงใจทั้งแรงดึง และแรงผลึกที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการพักผ่อน ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ต้องการหลบหนีจากชีวิตประจำ ซึ่งเป็นความต้องการทางด้านภายในร่างกาย

ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกลปลอดภัย (Safety needs) ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย ความปลอดภัย สุขอนามัยในระหว่างการท่องเที่ยว, การป้องกัน ดูแล ตนเอง และครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19, ทำอย่างไรให้เที่ยวอย่างปลอดภัยจาก COVID-19, ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 และการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19

โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ การให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมาคือ การป้องกัน ดูแล ตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 4.67

สอดคล้องกับการศึกษาของ Samiha Chemli, Michail Toanoglou and Marco Valeri (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการรายงานข่าวของสื่อเกี่ยวกับ COVID-19 ต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางในอนาคต โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจและตัดสินใจไปท่องเที่ยวเมื่อสถานที่นั้นเมื่อมีระบบสาธารณสุขที่ดี มีการควบคุมดูแล การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีมาตรฐาน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยนโยบายรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, รัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พักเป็นจำนวน 40% ของราคาโรงแรมที่พักรต่อห้องต่อคืน แต่ไม่เกิน 3,000 บาท นอกจากนี้ยังให้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท และช่วยสนับสนุนคูปองส่วนลดค่าอาหารมูลค่า 900 หรือ 600 บาทต่อห้องต่อคืนในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"

โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ นโยบายรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือ การที่รัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พัก 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืนในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน" มีค่าเฉลี่ย 3.47

สอดคล้องกับการศึกษาของ Jeanne R. Agnes and Ma. Ruzena R. Gamueda (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและผลจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ Sagada จากกลุ่มตัวอย่างพบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยแรก

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 เกิดจากแรงผลักดัน (Push Factor) หรือเกิดจากแรงผลักดันภายในของตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) ที่ต้องการการพักผ่อนร่างกาย และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่แต่บ้าน จึงมองได้ว่าแม้จะมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือไม่ คนก็อยากที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการภายในของตนเอง แต่อย่างไรก็ตามในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ปัจจัยอีกหนึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวคิดว่าสำคัญด้วยก็คือ ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกปลอดภัย (Safety needs) คือการให้ความสำคัญกับความสะอาด สุขอนามัย และป้องกันตนเองและครอบครัวให้ท่องเที่ยวได้ปลอดภัยจาก Virus COVID-19 ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนี้

- ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs)

เมื่อปัจจัยที่ทำให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการภายในของตัวนักท่องเที่ยวเอง ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวจึงควรทำการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

เมื่อถึงช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวก็ควรสื่อสารให้นักท่องเที่ยว หรือให้ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการจัดขึ้นแม้ไม่ใช่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อไปกระตุ้นความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนร่างกายหรือต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วยกันหลายช่องทาง หากผู้ประกอบการเลือกช่องทางถูกในการสื่อสารให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้ก็จะก่อให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวเอง

- ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกลดภัย (Safety needs)

ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรเน้นเรื่องความปลอดภัยจาก Virus COVID-19 ต้องสื่อสารมาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ ให้ชัดเจน ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าผู้ประกอบการมีความใส่ใจในด้านความสะอาด สุขอนามัย และมั่นใจได้ว่าจะปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น ธุรกิจโรงแรมควรจัดทำมาตรฐานใหม่ในด้านความสะอาดให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติขององค์การอนามัยโลก ตั้งแต่การตรวจวัดอุณหภูมิผู้เข้าพัก กระจ่างสัมผัสต้องผ่านการฆ่าเชื้อ ไปจนถึงการลดจุดสัมผัสให้น้อยที่สุด ใช้เครื่องทำความสะอาดที่สามารถฆ่าเชื้อโรคได้ หรือธุรกิจร้านอาหารควรมีการจองโต๊ะล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ เพื่อลดความแออัดและสามารถจำกัดจำนวนลูกค้า เพื่อให้ปลอดภัยจากการแพร่ระบาดได้

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาล

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ จากผลการวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 ด้วยเหมือนกัน ทำให้เห็นว่านโยบายของรัฐบาล โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” นั้นช่วยกระตุ้นให้คนตัดสินใจท่องเที่ยว เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวทางด้านราคา (Price Sensitive) คือ เมื่อรัฐบาลช่วยออกค่าใช้จ่ายให้ส่วนหนึ่ง คนก็ตอบรับโดยการจองที่พักผ่านโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” จนสิทธิ์ในรอบแรกเต็ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่ารัฐบาลควรจะใช้โครงการนี้ในการกระตุ้นการท่องเที่ยวต่อไป จนกว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะกลับมาเหมือนเดิม และควรจะต้องหาโครงการหรือโปรโมชั่นใหม่ ๆ มาตลอด เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจการท่องเที่ยวยังคงดำเนินต่อไปได้ในวันที่ยังไม่เปิดประเทศและไม่มีย่านนักท่องเที่ยวต่างชาติ



### 5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงอาจไม่สามารถนำข้อสรุปและผลการวิจัยไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรกลุ่มอื่นได้ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาในกลุ่มประชากรกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ขึ้นไป

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาตัวแปรอิสระแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้นคือ ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย, ปัจจัยด้านความต้องการความรู้สึกลดทุกข์, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านกฎหมาย เท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นว่ายังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อาทิเช่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพียงช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 หรือ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional) ทำให้ข้อมูลที่ได้ อาจไม่สามารถใช้อ้างอิงในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับเวลาที่เกิดขึ้นต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ (Longitudinal) ซึ่งข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยระยะยาว ทำให้มองเห็นแนวโน้มของปัจจัยต่าง ๆ ได้มากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กมลชนก. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://kamonchanok001.blogspot.com/p/3.html>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ฉบับที่ 4 เดือน กรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยว ฉบับเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563*. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ชุตินันท์ ติละฉายากุล. (2559). *ปัจจัยที่ค้ำยันถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่ม นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปานเนตร จันทร์พรรัตน์. (2562). *การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต*. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาอำเภอ เมืองจังหวัดน่าน*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนักชัยบุรี.
- สิวพร มีนาภา. (2561). *ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- สำนักข่าวช่องทีเอ็นเอ็น 16. (2563). *เตรียมตัวท่องเที่ยวอย่างไรในแบบ New Normal ยุคหลัง โควิด-19*. สืบค้นจาก <https://news.trueid.net>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อมรรัตน์ พรหล่อ. (2555). *ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://52011011275g5.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Jeanne R. Agnes & Ma. Ruzena R. Gamueda. (2019). The Impact and Motivations of Tourists in Visiting a Cultural Site in Sagada. *LPU-Laguna Journal of International Tourism and Hospitality Management*, 4(2).
- Larissa Neuburger. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24, 1003-1016.
- Lung Ming Tsai & Kongkidakarn Sakulsinlapakorn. (2016). Exploring Tourists' Push and Pull Travel Motivations to Participate in Songkran Festival in Thailand as a Tourist Destination: A Case of Taiwanese Visitors. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 4, 183-197.
- Naima B. Bogari. (2003). Motivation for Domestic Tourism: A case study of the Kingdom of Saudi Arabia. *Tourism Analysis*, 8, 137-141.
- Roehm, Michelle L. and Haper A. Roehm. (2011). The Influence of Redemption Time Frame on Responses to Incentives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(3), 363-375
- Rojan Baniya. (2016). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists in Nepal. *Journal of Management and Development Studies*, 27, 16-30.
- Toanoglou, M., Chemli, S. and Valeri, M. (2021). The organizational impact of Covid-19 crisis on travel perceived risk across four continents. *Journal of Organizational Change Management*. DOI:10.1108/JOCM-12-2020-0369
- Yadolla Saeednia. (2011). *Generating a scale measuring hierarchy of basic needs. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15, 3084-3094.
- Yiamjanya, Siripen & Wongleedee, Kevin. (2014). International Tourists' Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for selecting Thailand as destination choice. *International journal of humanities and social sciences*.



## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

#### “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาโครงการปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 และผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง และข้อมูลการตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

#### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

1. หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID – 19 ท่านได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่  
 เคย  ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)
2. อาชีพและสถานที่ทำงานของท่าน  
 พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
 อื่น ๆ (จบแบบสอบถาม)

#### ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

3. เพศ  
 ชาย  หญิง
4. อายุ  
 ต่ำกว่า 25 ปี  25 - 35 ปี  
 35 - 45 ปี  มากกว่า 45 ปี

5. ระดับการศึกษา  
( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) สูงกว่าปริญญาโท
6. รายได้  
( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 15,001 - 30,000 บาท  
( ) 30,001 - 45,000 บาท ( ) 45,001 - 60,000 บาท  
( ) ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป
7. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ของท่านคือ  
( ) วันธรรมดา ( ) วันเสาร์-อาทิตย์  
( ) วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลต่างๆ ( ) ไม่มีช่วงเวลาแน่นอน
8. สถานที่พักผ่อนประเภทใดที่ท่านเลือกไปพักผ่อนเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์ COVID-19 (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)  
( ) โรงแรม ( ) รีสอร์ท  
( ) บ้านเช่าส่วนตัว ( ) โฮมสเตย์  
( ) กางเต็นท์/ที่พักในอุทยาน ( ) บ้านญาติ/บ้านเพื่อน  
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
9. ท่านท่องเที่ยวภาคไหนของประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)  
( ) ภาคเหนือ ( ) ภาคอีสาน  
( ) ภาคตะวันออก ( ) ภาคตะวันตก  
( ) ภาคกลาง ( ) ภาคใต้

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1

กรณาระบุความคิดเห็นของท่านต่อคำถามต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>Push Factor</b> ที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1					
<b>Physiological needs</b> ความต้องการทางร่างกาย					
10.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการพักผ่อนร่างกาย				
11.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการอยู่บ้าน				
12.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆที่น่าตื่นเต้น				
13.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวัน				
14.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ				
<b>Safety needs</b> ความต้องการความรู้สึกลปลอดภัย					
15.	ท่านคิดว่าความปลอดภัย สุขอนามัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน				
16.	ท่านคิดว่า การป้องกัน ดูแลตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว				
17.	ในการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน ท่านคิดอยู่เสมอว่าจะทำอะไรให้เที่ยวอย่างปลอดภัยจาก COVID-19				
18.	ท่านให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19				
19.	ท่านคิดว่าไม่มีปัจจัยใดสำคัญมากไปกว่าการรักษาความสะอาด สุขอนามัย ในการท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์ COVID-19				

กรณาระบุความคิดเห็นของท่านต่อคำถามต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>Pull Factor</b> ที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1					
<b>ปัจจัยด้านที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว</b>					
20.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19				
21.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย				
22.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดหมายที่ไปถึงได้ง่าย สะดวกต่อการเดินทาง				
<b>ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ</b>					
23.	ท่านไปเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะนโยบายรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว				
24.	ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนค่าที่พัก 40% ของราคาที่พักต่อห้องต่อคืน ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืนในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"				
25.	ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลให้เงินสนับสนุนค่าตัวเครื่องบินเท่ากับ 40% ของราคาค่าตัวเครื่องบิน แต่ไม่เกิน 2,000 บาท ต่อผู้โดยสาร ในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"				
26.	ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะรัฐบาลช่วยสนับสนุนคูปองส่วนลดค่าอาหาร มูลค่า 900 หรือ 600 บาทต่อห้องต่อคืน ให้กับประชาชน เมื่อ check-in โรงแรมสำเร็จในโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"				



กรณาระบุความคิดเห็นของท่านต่อคำถามต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด 5	เห็นด้วยมาก 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด 1
27. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 เพราะมีกฎหมายที่เคร่งครัดในการป้องกันความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19					
28. กฎหมาย เคอร์ฟิว ห้ามบุคคลออกนอกเคหะสถานในช่วงเวลา 22.00 – 04.00 น. มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					
29. กฎหมายการปิดน่านฟ้า ห้ามบินระหว่างประเทศ เพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					
30. การมีกฎหมาย บทลงโทษที่ชัดเจน ต่อผู้ที่ปิดบังปกปิดอาการป่วย และทำให้เกิดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของท่านหลังสถานการณ์ COVID-19					

**ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ Covid-19 ระบาดครั้งที่ 1**

กรณาระบุความคิดเห็นของท่านต่อคำถามต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด 5	เห็นด้วยมาก 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด 1
31. ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันอย่างแน่นอน					
32. ท่านยินดีที่จะท่องเที่ยวไทยในอนาคต					
33. ท่านมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวไทยบ่อยขึ้น					
34. ท่านยินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวไทย					