แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

มนรัตน์ ใจเอื้อ
ดร., อาจารย์
คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
monrat_jai@utcc.ac.th

ยงยุทธ แก้วอุดม
ดร., อาจารย์
คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
yongyut_kae@utcc.ac.th

รับบทความ: 21 ตุลาคม 2565
แก้ไขบทความ: 10 มกราคม 2566
ตอบรับบทความ: 18 มกราคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ 2) ประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ 3) ประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

ท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวกับความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ และ 5) เสนอแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยคัดเลือกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค รวม 4 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน หลังจากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัย คือ การประชุมกลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด ความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่อยู่ในระดับมาก ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขโดยรวมของนักท่องเที่ยว ส่วนแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ได้แก่ 1) การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการบริการขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว และ 4) การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ความสุข, นักท่องเที่ยวชาวไทย, วิถีชีวิตใหม่

Guidelines for Enhancing the Happiness of Tourists in New Normal Travel

Monrat Jaiuea
Ph.D., Lecturer
School of Tourism and Services,
University of the Thai Chamber of Commerce
monrat_jai@utcc.ac.th

Yongyut Kaewudom
Ph.D., Lecturer
School of Tourism and Services,
University of the Thai Chamber of Commerce
yongyut_kae@utcc.ac.th

Received: October 21, 2022
Revised: January 10, 2023
Accepted: January 18, 2023

Abstract

The objectives of this research are 1) to study tourist behavior in new normal travel 2) to evaluate the potential of new normal tourism management 3) to evaluate the level of tourists'

happiness travelling in new normal travel 4) to analyze the relationship between the potential of tourism management and the happiness level of tourists travelling in new normal travel and 5) to propose the guidelines for enhancing level of tourists' happiness in new normal travel. This research is conducted with 400 Thai tourists as a sample group by using multi-stage sampling method. The quota random sampling method was used by selecting 4 regions including 4 provinces and 100 samples representing each province. Then convenient sampling was used. A questionnaire is used as the data collection tool while the statistics used for the data analysis are descriptive statistics and stepwise multiple regression analysis. Also, purposive sampling method is used for 12 stakeholders related to tourism management. A small group discussion is used for data collection while the data analysis is done by using content analysis. The results of study show that a potential of the new normal tourism management appears to be in the highest level. The level of tourists' happiness in the new normal travel is at high level. The potential of tourism management, accessibility, attractions, and ancillary services influenced on their overall happiness. The guidelines for enhancing the tourists' happiness include 1) upgrading safety standards in terms of hygiene in tourist destinations, 2) promoting image of tourist destinations, 3) transportation

management in tourist destinations, and 4) improving service quality among the hospitality personnel.

Keyword: Happiness, Thai tourists, New normal

บทนำ

แนวทางการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกในระยะเวลาที่ผ่านมาจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลัก โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product : GNP) เป็นเครื่องมือชี้วัดการเจริญเติบโตของประเทศ (ปิณฑิรา วีรจิตโต, 2557) ในขณะเดียวกันการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นแต่การพัฒนาเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว อาจจะส่งผลให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ได้ เพราะการวัดการพัฒนาประเทศด้วยวิธีการดังกล่าวไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญเติบโตในมิติอื่น ๆ รวมถึงปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้จำนวนประชากรวัยทำงานลดลง การกระจายโอกาสของการพัฒนาที่ไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดความแตกต่างของรายได้ระหว่างคนในสังคมเมืองกับชนบท ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สิ่งเหล่านี้ทำให้การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องมีขอบเขตที่กว้างขวางมากขึ้น เพราะการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้ประชาชนในประเทศมีความเป็นอยู่ที่ดี และมีความสุขที่แท้จริงได้

ในขณะเดียวกันหลายประเทศมักใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศแต่กลับพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงของการสร้างรายได้เพียงอย่างเดียว ไม่สามารถสะท้อนถึงความสุขที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น เพราะอาจทำให้เกิดปัญหาขึ้นหลากหลายประการ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปจนเกิดความแออัดทางการท่องเที่ยว การทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหามลภาวะที่เกิดขึ้นจาก

กิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม และปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น ดังนั้นการขับเคลื่อนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ จึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสุขจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้เป้าหมายการพัฒนายุทธศาสตร์ชาติได้ส่งเสริมให้ประชาชนอยู่ดี กินดี และมีความสุข สอดคล้องกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ที่กำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาความสุขจากการท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ การพัฒนาการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลของความสุขอย่างเท่าเทียมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ การพัฒนาดัชนีชี้วัดความสุขระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ในภูมิภาคอาเซียน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2559) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการเสริมสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว จะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 กลายเป็นสถานการณ์ที่ร้ายแรงที่สุดในรอบหลายทศวรรษของโลก และส่งผลกระทบอย่างมหาศาลต่อเศรษฐกิจ สังคม และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ทำให้รัฐบาลหลายประเทศต้องยกระดับมาตรการในการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรค อย่างไรก็ตาม ผลจากการใช้มาตรการต่าง ๆ ประกอบกับความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาชน ทำให้ประเทศไทยสามารถรับมือและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ จนรัฐบาลไทยได้ประกาศมาตรการผ่อนปรนพื้นที่และกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งกำหนดมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนออกเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) นอกจากนี้ ประเทศไทยได้ริเริ่มเปิดประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว แต่ในระยะเริ่มต้นมีข้อจำกัดให้เป็นการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศยังต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัว ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจะต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก โดยการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในรูปแบบของการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่มุ่งเน้นความสุข ความสนุกสนาน ความประทับใจ และความปลอดภัยเป็นหลัก (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) ทั้งนี้ รัฐบาลได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการกำลังใจ และโครงการทัวร์เที่ยวไทย เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังร่วมมือกับหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยการกำหนดนโยบายขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของไทยผ่านโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model) ประกอบด้วย ความสุขจากการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ กินดี (Eat Well) อยู่ดี (Live Well) ออกกำลังกายดี (Fit Well) และแบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) (ทีเอ็นเอ็น ออนไลน์, 2563)

การเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่เป็นการยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและด้านสาธารณสุข โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องใส่ใจความสะอาดและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยนักท่องเที่ยวต้อง

ปฏิบัติตามมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด ได้แก่ การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าไปยังพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง การชำระเงินด้วยระบบโอนเงินเพื่อลดการสัมผัส นอกจากนี้ ในบางพื้นที่นักท่องเที่ยวต้องแสดงผลการฉีดวัคซีน หรือผลการตรวจการติดเชื้อโควิด-19 (Antigen Test) ก่อนเดินทางเข้าพื้นที่ แม้ว่าการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวจะสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วยลดการติดเชื้อโควิด-19 ได้ แต่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวหลายประการ เช่น ขั้นตอนการตรวจคัดกรองเข้าพื้นที่ต้องใช้เวลานาน ทำให้นักท่องเที่ยวมีเวลาในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวน้อยลง การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลไม่เอื้อต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภท นักท่องเที่ยวต้องระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และอาจเกิดความกังวลใจในขณะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความสุขของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันจากข้อมูลของ World Happiness Report (WHR) ที่ทำการประเมินความสุข (Happiness Score) และจัดอันดับความสุขประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก พบว่า ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา พัฒนาการทางความสุขของคนไทยลดลงค่อนข้างมาก โดยลดระดับจากอันดับที่ 36 ของโลก ในปี พ.ศ. 2557 สู่อันดับที่ 61 ในปัจจุบัน (Helliwell et al., 2022) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความสุขจากการท่องเที่ยว พบว่า ในระยะเวลาที่ผ่านมาการศึกษาความสุขจาก

การท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การสร้างดัชนีวัดความสุขจากการท่องเที่ยว 2) การประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว 3) การประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว และ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขทางการท่องเที่ยว (จิราพร ระโหฐาน และคณะ, 2561; มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ, 2561; ประภัสสร คำสวัสดิ์ และคณะ, 2561; รุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ, 2560; McCabe & Johnson, 2013; Filep & Deery, 2010; Liu, 2013; Musikanski et al., 2019) แต่ยังไม่ปรากฏการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบแต่เพียงการศึกษาของประภัสสร คำสวัสดิ์ และคณะ (2562) ที่ทำการศึกษาการพัฒนาความสุขของนักท่องเที่ยวจากการประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่เป็นการประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ภาวะปกติเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่” จะเป็นองค์ความรู้ใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถยกระดับความสุขของนักท่องเที่ยวและส่งผลต่อความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่
2. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

3. เพื่อประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวกับความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

5. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีองค์ประกอบต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดย Gee et al. (2007) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วน Dickman (1996) กล่าวถึง องค์ประกอบของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหรือ 5A's ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรม และกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2549) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม (5A's) ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการเบ็ดเตล็ดที่มีให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่ Buhalis (2000) อธิบายองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว 6 ประการหรือ 6A's ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และ

การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด สอดคล้องกับ Pelasol et al. (2012) ซึ่งกล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม และกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า นักวิชาการหลายท่านได้กำหนดตัวแปรองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ดังนั้นการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ สามารถจำแนกตัวแปรองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจากแนวคิดของนักวิชาการ และการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้ในการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่พักแรม (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) (พิชญาพร ศรีบุญเรือง และฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564; เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ และคณะ, 2564; อรรฆพร ก๊กค้างพลู, 2559; ณัฐกานต์ รองทอง และวงศ์วิภา โถสุวรรณจินดา, 2563; Ramesh & Muralidhar, 2019; Tukamushaba et al., 2016)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความสุขจากการท่องเที่ยว

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2561) ให้ความหมายของความสุขของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความเพลิดเพลิน ความประทับใจ และความอิ่มเอมใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยสามารถวัดความสุขของนักท่องเที่ยวจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ การเดินทางและ

สิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สังคมและวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการเรียนรู้ ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้ร่วมกันขับเคลื่อนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยการดำเนินการเชิงรุกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายใต้โมเดล “อารมณ์ดี มีความสุข (Happy Model)” ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ กินดี (Eat Well) อยู่ดี (Live Well) ออกกำลังกายดี (Fit Well) และแบ่งปันสิ่งดีๆ (Give Well) โดยการพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 4 จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ (Storytelling) คุณภาพ และการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ทีเอ็นเอ็น ออนไลน์, 2563) ทั้งนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลัก Happy Model สามารถเป็นตัวชี้วัดความสุขของนักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่ McCabe and Johnson (2013) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดความอยู่ดีมีสุขอันเนื่องมากจากการท่องเที่ยว โดยมีตัวชี้วัดความสุขของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) กลุ่มคุณภาพชีวิต ได้แก่ สุขภาพ รายได้ ที่พัก ครอบครัว สถานะของการจ้างงาน ชีวิตทางสังคม ปริมาณของเวลาพักผ่อน และการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน 2) กลุ่มการพัฒนาทางอารมณ์ (เชิงบวก) ได้แก่ ความสุข เวลาในการได้รับความสนุกในชีวิต 3) กลุ่มการพัฒนาทางอารมณ์ (เชิงลบ) ได้แก่ ความรู้สึกตกต่ำ ความเศร้าเสียใจ 4) กลุ่มความพึงพอใจในชีวิต ได้แก่ การใช้เวลากับความคิด เงื่อนไขในชีวิตที่ดีเยี่ยม ความพึงพอใจในชีวิต การได้รับสิ่งที่สำคัญในชีวิต และ การเปลี่ยนแปลง 5) กลุ่มความสุขในครอบครัว สังคม ได้แก่ เวลาใน การรื่นรมย์กับครอบครัว เวลาภายใต้ความเครียดในครอบครัว การพบปะผู้คนและสังคม ผู้คนที่ห่วงใย การปรึกษาหารือเกี่ยวกับเรื่องใกล้ชิด ความโดด

เดี่ยว 6) กลุ่มยืดหยุ่นและความภาคภูมิใจในตนเอง ได้แก่ ความรู้สึกเชิงบวก ความล้มเหลว การมองโลกในแง่ดี และสิ่งที่ผิดไปแล้วและการปรับตัว นอกจากนี้ แนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) ของราชอาณาจักรภูฏาน (GNH Centre Bhutan, 2021) ได้กำหนดดัชนีวัดความสุขของประชาชน ได้แก่ 1) สุขภาพกาย 2) สุขภาพใจ 3) ความสมดุลในการใช้เวลา 4) ความเข้มแข็งและความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม 5) ความเข้มแข็งของชุมชน 6) การศึกษา 7) คุณภาพชีวิต 8) ธรรมาภิบาล และ 9) ความเข้มแข็งและความหลากหลายของระบบนิเวศ ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาการวัดความสุขของประชาชน และการวัดความสุขจากการท่องเที่ยวในประเด็นที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรเกี่ยวกับการประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ออกเป็น 9 ตัวแปร ได้แก่ 1) สุขภาวะ (สุขภาพกาย และสุขภาพใจ) 2) ความสมดุลในการใช้เวลา 3) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศ 4) สังคมและวัฒนธรรม 5) เศรษฐกิจ 6) การศึกษาและการได้รับความรู้ 7) การบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ 8) การเดินทางและการอำนวยความสะดวก และ 9) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการแบ่งปันสิ่งดี ๆ (ประภัสสร คำสวัสดิ์ และคณะ, 2562; Zhang, 2013; Michalos et al., 2011; กฤษณ อร่ามศรี และคณะ, 2563; วิชัย กาญจนสุวรรณ และพาทินธิดา ชูเชิด, 2554)

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Moutinho (1987) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการสืบค้นข้อมูล การซื้อ

การบริโภค และการประเมินผล เป็นไปในลักษณะเดียวกันกับรวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2558) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจและเลือกรูปแบบในเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีอยู่หลายลักษณะแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวจะพิจารณาเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับเลิศพร ภาระสกุล (2559) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการสืบค้นข้อมูล การซื้อ การใช้หรือการบริโภค และการประเมินผลจากความคาดหวังในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวว่าสามารถตอบสนองตามความต้องการของตนได้หรือไม่ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของเลิศพร ภาระสกุล (2559) ที่กล่าวว่าการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาตัวแปรพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถจำแนกตัวแปรด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว (จันทร์จิตร เธียรสิริ และคณะ, 2555; พิชญา ดวงฟู, 2558; ณภัค เพชรวิสัย, 2560; ภัทราพร สิทธิ

ฉัตรทอง, 2562; ทัศนียา กิตติภาคย์พฤทธ์ และคณะ, 2563; อรทัย มูลคำ และชวลีย์ ณ ถลาง, 2563; Majeed, Maile, & Bindman, 2020; Chen, Huang, & Cheng, 2009)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

ราชบัณฑิตยสภา (2563) ให้ความหมายของคำว่า วิถีปกติใหม่ หรือวิถีใหม่ (New Normal) หมายถึง ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติ และเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

ในบริบทของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หมายถึง การใช้ชีวิตประจำวันที่จำเป็นต้องป้องกันตนเอง เพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับหาวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่ที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อโรค ควบคู่ไปกับความพยายามในการรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการบริหารจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การรับประทานอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร และการทำธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งสิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้กลายเป็นความปกติใหม่ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็จะทำให้เกิดความคุ้นชินจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม ส่วนการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal Tourism) ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวจะปรับตัวเพื่อให้สอดรับกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มากขึ้น เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การจองสินค้าและบริการการท่องเที่ยวล่วงหน้า การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมี

การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในรูปแบบออนไลน์ หรือ การท่องเที่ยวเสมือนจริงผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การชมพิพิธภัณฑ์เสมือนจริง (Virtual Museum) การเยี่ยมชมนิทรรศการออนไลน์ (Virtual Exhibitor) และการเข้าชมแกลอรี่ชื่อดังต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ (Virtual Gallery) เป็นต้น (สุภาภรณ์ พรหมบุตร, 2563; กรุงเทพธุรกิจ, 2563ก)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (วัตถุประสงค์ที่ 1, 2, 3 และ 4)

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 71,882,281 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาในภาพรวมเกิดการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคของประเทศไทย และคัดเลือกจากจังหวัดในแต่ละภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับแรก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นภูมิภาคละ 100 คน ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร

และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) ในขั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค รวม 4 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน และขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

1.2 เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ 3) การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ 4) การประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ และ 5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence Index) ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.97 ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.97

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3.3 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3.4 การประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวกับความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (วัตถุประสงค์ที่ 5)

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับแรกของแต่ละภูมิภาค ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต

2.2 เครื่องมือการวิจัย คือ การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) ทั้งนี้ผู้วิจัยนำแบบประชุมกลุ่มย่อยที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นทำการปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้แนวทางในการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 สถานภาพโสด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์

เช่น Line/Facebook/Instagram/YouTube จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคนรัก/คู่สมรส จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25 ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่	n = 400		**ระดับ**
	$\overline{X}$	S.D.	
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.33	0.59	มากที่สุด
ด้านที่พักแรม	4.41	0.57	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.31	0.64	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.35	0.66	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.17	0.73	มาก
ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว	4.38	0.64	มากที่สุด
รวม	**4.33**	**0.56**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ ด้านที่พักแรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

ความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่	n = 400		**ระดับ**
	$\overline{X}$	S.D	
ด้านสุขภาวะ (สุขภาพกาย สุขภาพใจ)	4.11	0.71	มาก
ด้านความสมดุลในการใช้เวลา	4.11	0.81	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศ	4.32	0.57	มากที่สุด
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4.02	0.77	มาก
ด้านเศรษฐกิจ	4.14	0.71	มาก
ด้านการศึกษาและการได้รับความรู้	3.95	0.80	มาก
ด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ	3.85	0.88	มาก
ด้านการเดินทางและการอำนวยความสะดวก	4.00	0.76	มาก
ด้านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการแบ่งปันสิ่งดี ๆ	3.89	0.88	มาก
รวม	**4.04**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านเศรษฐกิจ ส่วนด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

5. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ดังนี้ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่ง

อำนวยความสะดวก ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านสุขภาวะ (สุขภาพกาย สุขภาพใจ) 2) ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านความสมดุลในการใช้เวลา 3) ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศ 4) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านสังคมและวัฒนธรรม 5) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ 6) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและการได้รับความรู้ 7) ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ 8) ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านการเดินทางและการอำนวยความสะดวก 9) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในด้านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการแบ่งปันสิ่งดี ๆ ทั้งนี้พบว่าศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขโดยรวมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวกับความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่	**b**	**Beta**	**t**	**Sig.**
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.271	.300	5.108	.000
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.355	.318	6.508	.000
ด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	.170	.167	2.728	.007
ค่าคงที่ (Constant)	.626		3.334	.001
R = .694 R^2 = .481 F = 122.382 Sig = .000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้านที่ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .355 รองลงมา ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .271 และด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .170 ตามลำดับ ทั้งนี้จากค่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ .481 และค่า Sig เท่ากับ .000 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร สามารถทำนายการผันแปรของความสุขของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 48.10 (R^2 = .481) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ผู้วิจัยนำผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1, 2, 3 และ 4 มาดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ทั้งนี้ พบว่า แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ประกอบด้วย

6.1 แนวทางที่ 1 การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

6.2 แนวทางที่ 2 การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในเชิงบวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

6.3 แนวทางที่ 3 การจัดการบริการขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเพิ่มความถี่ของตารางการเดินรถ เรือ หรือยานพาหนะอื่น ๆ การพัฒนาระบบการขนส่งในเมืองท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้

6.4 แนวทางที่ 4 การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะการปฏิบัติงานที่หลากหลาย (Multiple Skills) มีความสามารถในการให้บริการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ มีจิตสำนึกในการให้บริการ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการ มี

จิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยว และให้ความเท่าเทียมกันแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้งต่อปี ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และมักจะเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี เนื่องจากเห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน (ชิดชนก ศรีเมือง, 2561; นภัสพร จงรักษ์, 2560; ศุภัตรา ฮวบเจริญ และคณะ, 2560; ทวีลาภ รัตนราช, 2553; สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์, 2555) ในขณะที่เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว ประเทศไทยกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค โดยมาตรการหนึ่งที่สำคัญ คือ การปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดโดยไม่จำเป็น การห้ามจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ และการยกเลิกวันหยุดและกิจกรรมในช่วงเทศกาล ซึ่งเป็นวันหยุดต่อเนื่องประจำปีของคนไทย ด้วยมาตรการดังกล่าวส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง คิดเป็นร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญที่ถือเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของไทย เช่น เทศกาลปีใหม่ และเทศกาลสงกรานต์

เป็นต้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายลง ภาครัฐมีการผ่อนปรนมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค และฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการปลดล็อคดาวน์สถานบันเทิง และสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งการกลับมาจัดเทศกาลและงานประเพณีต่าง ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งเป็นวันหยุดยาวเพื่อเข้าร่วมเทศกาลและงานประเพณีสำคัญต่าง ๆ ของไทย (ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ และชุติกา เกียรติเรืองไกร, 2565) นอกจากนี้ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีการปรับรูปแบบการทำงานเป็นการทำงานในขณะท่องเที่ยว (Workation) มากขึ้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมการทำงานรูปแบบใหม่ที่ผู้คนสามารถเลือกสถานที่ทำงานได้โดยอิสระ สามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยผลสำรวจจาก Booking.com ระบุว่า ร้อยละ 60 ของคนไทยเลือกที่จะไปเที่ยวและสำรองที่พักเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมการทำงาน ส่งผลให้เกิดความผ่อนคลาย กระตุ้นให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ และมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2563ข) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งขึ้น ทั้งนี้ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/Instagram/ YouTube เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของพิริยา เชยชิด (2562) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศกับการเปิดรับสื่อของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังภาวะวิกฤต Covid-19 พบว่า พฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน เดินทางท่องเที่ยวที่ 4 ครั้งต่อปี นิยมท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เปิดรับสื่อจากอินเตอร์เน็ตมากกว่าช่องทางอื่น โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถติดตามข่าวสารได้ตลอดเวลา และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งกันและกันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคนรัก/คู่สมรส ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวิถีชีวิตใหม่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผน และตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้เอง เพื่อให้การเดินทางมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับคนรัก/คู่สมรส สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการลดจำนวนผู้ร่วมเดินทาง เพื่อป้องกันการติดเชื้อและการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติของกรมควบคุมโรค (2564) ที่กำหนดมาตรการงดการทำกิจกรรมรวมกลุ่มที่มีการรวมคนจำนวนมาก อันจะก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของเชื้อโรค อีกทั้งยังสอดคล้องกับศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564ก) ที่ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสถานการณ์ Covid-19

พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น และใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น โดยจะให้ความสำคัญกับการเลือกอาหารที่มีคุณภาพดี และมีมาตรฐานมากขึ้น

2. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ศักยภาพด้านที่พักแรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยผู้วิจัยเห็นว่า ที่พักแรมเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังตัวเพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 มากขึ้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญกับศักยภาพการจัดการที่พักแรมมากกว่าประเด็นอื่น หากที่พักแรมมีความสะอาด ปลอดภัย และเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นสิ่งสะท้อนถึงศักยภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว และช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Dickman, 1996; Kotler & Armstrong, 2016) สอดคล้องกับการศึกษาของปวริศร ชมภู่ทอง และคณะ (2565) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านความสะอาด ปลอดภัยของที่พักแรมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

3. ความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสุขของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อธิบายได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม นิยมเดินทางท่องเที่ยว

ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เนื่องจากห่างไกลจากผู้คน มีความเสี่ยงน้อย และปลอดภัยมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับกรุงไทย คอมพาส (2563) ที่สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวในยุค New Normal พบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤตโควิด-19 นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวไปที่ที่คนไม่พลุกพล่าน ห่างไกลจากผู้คน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงเป็นตัวเลือกอันดับแรกของนักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศธรรมชาติมากขึ้น ดังที่สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2563) กล่าวว่า เมื่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปนักท่องเที่ยวต้องปรับตัวเพื่อให้มีความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยว มีความปลอดภัยจากโรคโควิด-19 และมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564ข) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงน้อยและสวยงาม อีกทั้ง ยังเป็นไปตามแนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ ของราชอาณาจักรภูฏาน (GNH Centre Bhutan, 2010) ที่กล่าวไว้ว่าความสามารถในการรักษาความสมดุลของสภาพแวดล้อม (Environment) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ใช้วัดความสุขมวลรวมของประชาชนได้ ดังนั้นการจัดการสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและระบบนิเวศอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยยกระดับความสุขของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ที่ส่งผลต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบว่าศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสุขโดยรวมของนักท่องเที่ยวใน

การเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของ Cooper and Boniface (1998) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่จะต้องมีลักษณะโดดเด่น มีเสน่ห์เฉพาะตัว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการจัดการการคมนาคมที่สะดวก สามารถไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและรวดเร็ว การบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยหากมีการบริหารจัดการสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการบริการในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งใจในการเที่ยวชม อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2000, อ้างถึงใน ณัฏฐ์พัชร์ กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม, 2563) ที่กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว คือ ความเป็นมิตร สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการและเสริมสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว

5. แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ประกอบด้วย แนวทางที่ 1 การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญด้านสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น ดังนั้นการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมีความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (ศูนย์พัฒนาวิชาการด้าน

ตลาดการท่องเที่ยว, 2563) แนวทางที่ 2 การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นว่า การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จะก่อให้เกิดการรับรู้ในเชิงบวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับนุชฤดี รุ่ยใหม่ (2565) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีการบริการที่ดี นับเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อเสริมสร้างความสุขให้กับชีวิต แนวทางที่ 3 การจัดการบริการขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาการบริการขนส่งในแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มความถี่ของตารางการเดินทาง การพัฒนาระบบการขนส่งให้มีความหลากหลาย และสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของภารวี อยู่จุ้ย และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2560) ศึกษาปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า การบริการด้านการขนส่ง ควรมีตัวเลือกประเภทของการขนส่งที่หลากหลายตามจำนวนนักท่องเที่ยวและสัมภาระ อีกทั้งยังสอดคล้องกับอนันตกาญจน์ สมัครกิจ (2562) ที่สรุปผลการประเมินประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ ในระบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวว่าจะต้องมีความรวดเร็ว ประหยัด ปลอดภัย ตรงเวลา มีจำนวนเที่ยวที่เพียงพอ มีความน่าเชื่อถือ และความสะดวกสบาย แนวทางที่ 4 การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของอัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ (2564) ที่เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 พื้นที่ตำบลกี้

ดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวบนสังคมออนไลน์ และการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร โดยประเด็นการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร เป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งยกระดับทักษะการปฏิบัติการและการสื่อสารของบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรนำผลการประเมินความสุขของนักท่องเที่ยวไปกำหนดเป็นนโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรดำเนินการภายใต้แนวคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่สามารถยกระดับความสุขให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ และกระบวนการให้บริการแบบใหม่ เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาการเสริมสร้างความสุขของเจ้าบ้านจากการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

3.2 ควรศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

3.3 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่

กิตติกรรมประกาศ

1. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สำหรับทุนส่งเสริมโครงการวิจัย “แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่”

2. คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) รหัสโครงการ A09008/2565

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2564). *มาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคโควิด 19 สำหรับผู้ประกอบสถานประกอบการ*. https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int_operator/int_operator23_050164.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2564. (Tourism Statistics 2021)*. https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=630

กรุงเทพธุรกิจ. (2563ก). *'New Normal' คืออะไร? เมื่อโควิด-19 ผลักเราสู่ชีวิต 'ปกติวิถีใหม่' !*. https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/882508

-------. (2563ข). *รู้จักเทรนด์ "'Workcation" พร้อม 4 ที่เที่ยวเหมาะทำงานนอกออฟฟิศ.* https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/911506

กรุงไทย คอมพาส. (2563). *เจาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน New Normal: เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน*. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450_31_08_63.pdf

กฤษณ อร่ามศรี, จันทร์ธิมา สมศักดิ์, ณัชชา วีรวัฒนโยธิน, และอำพร กันทา. (2563). ความสุขของการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมอญ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 8*(3), 640-648. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/160067

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2563). *รายงานผลสำรวจพฤติกรรมท่องเที่ยวคนไทยช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ข้อมูลสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 ก.ค. 63)*. https://intelligencecenter.tat.or.th/

-------. (2564ก). *โครงการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสถานการณ์โควิด-19*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

-------. (2564ข). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์ COVID-19*. https://www.tatreviewmagazine.com/article/thai-travel-behavior-in-covidmosphere/

จันทร์จิตร เธียรสิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญานุพงศ์, และกรวรรณ สังขกร. (2555). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. *FEU Academic Review, 6*(1), 49-62.

จิราพร ระโหฐาน, มนรัตน์ ใจเอื้อ, ประภัสสร คำสวัสดิ์, อังสุมาลิน จำนงชอบ, วิตติกา ทางชั้น, ลินจง โพชารี, และธันยวิช วิเชียรพันธ์. (2561). *การประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ระยะที่ 2* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ชิดชนก ศรีเมือง. (2561). *พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. https://bu-mba.rmutk.ac.th/wp-content/uploads/2019/12/Chichanok_2018.pdf

นภัสพร จงรักษ์. (2560). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทนำเที่ยว* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031565_7325_6131.pdf

ณภัค เพชรวิสัย. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด* [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. https://repository.rmutp.ac.th/

bitstream/handle/123456789/2474/BUS_61_47.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ณัฏฐ์พัชร์ กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2563). องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 21*(2), 283-294. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/spsc_journal/article/view/245012

ณัฐกานต์ รองทอง และวงศ์วิภา โถสุวรรณจินดา. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสาขลา อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14*(1), 109-129. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/241385

ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ และชุติกา เกียรติเรืองไกร. (2565). การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทยกับก้าวต่อไปหลังเปิดประเทศ. *BOT พระสยาม MAGAZINE*, ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2565), 34-37.

ทวีลาภ รัตนราช. (2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร* [ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Rec_Man/Thaveelap_R.pdf

ทัศนียา กิตติภาคย์พฤทธ์, ฑัตษภร ศรีสุข, และอัศนีย์ ณ น่าน. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มี

ผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6*(3), 72-84. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/254841

ทีเอ็นเอ็น ออนไลน์. (2563). *ททท.-หอการค้าหนุน"Happy Model" กระตุ้นเที่ยวเชิงสุขภาพ*. https://www.tnnthailand.com/news/wealth/56012/

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *เที่ยวไทย แบบ New Normal ให้สนุก และปลอดภัย*. https://www.thairath.co.th/news/society/1929813

นุชฤดี รุ่ยใหม่. (2565). ภาพลักษณ์ การสื่อสาร: การขยายตลาดการท่องเที่ยวต่างชาติอย่างยั่งยืน. *วารสารราชนครินทร์, 19*(1), 33-41. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Jrru/article/view/255095

ประภัสสร คำสวัสดิ์, จิราพร ระโหฐาน และธันยวิช วิเชียรพันธ์. (2562). *การพัฒนาความสุขของนักท่องเที่ยวจากการประเมินความสุขจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ปวริศร ชมภู่ทอง, ประภัสสร วิเศษประภา, ชุติรัตน์ เจริญสุข, ณัฐวดี สว่างงาม, และ เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 5*(1), 36-52.

https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/view/254904

ปิณฑิรา วีรจิตโต. (2557). *การวัดระดับความสุขและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของประชากรในพื้นที่เมืองเก่าน่าน* [วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. http://repository.cmu.ac.th/handle/6653943832/69365

พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิชญา ดวงฟู. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง* [การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2290/1/pitchaya_duan.pdf

พิชญาพร ศรีบุญเรือง และฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2564). การพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 14*(1), 1-13. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/244458

พิริยา เชยชิด. (2562). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศกับการเปิดรับสื่อของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังภาวะวิกฤต Covid-19* [การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:177733

เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ, ศุภลักษณ์ ช่วยชูหนู, และพรรณรัตน์ อาภรณ์พิศาล. (2564). องค์ประกอบและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดชุมพร. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 10*(1), 1-9. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/251954

ภัทราพร สิทธิฉัตรทอง. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ภารวี อยู่จุ้ย และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2560). *ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรังสิต.

มนรัตน์ ใจเอื้อ, อังสุมาลิน จำนงชอบ, วิตติกา ทางชั้น, และลินจง โพชารี. (2561). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากการประเมินความสุขของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ราชบัณฑิตยสภา. (2563). *เบื้องหลังการบัญญัติศัพท์คำว่า New Normal*. https://royalsociety.go.th

รุ่งรัตน์ หัตถกรรม, ราเมศร์ พรหมชา, นรินทร์ เจตธำรง, วีรากร รัตกูล, และกนกเกล้า แกล้วกล้า. (2560). การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสุขมวลรวมของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารสห*

วิทยาการจัดการ, 1(1). 99-108. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journalfms-thaijo/article/view/190753

เลิศพร ภาระสกุล. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชัย กาญจนสุวรรณ และพาทินธิดา ชูเชิด. (2554). *ระดับความสุขและปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความสุขของประชาชน กรณีศึกษา เขตพื้นที่เทศบาลเมืองควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา* [สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/7962

ศุภัตรา ฮวบเจริญ และคณะ (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย.* 12(2), 82-93. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/102332

ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2563). *สรุปสาระสำคัญจากการสัมมนาออนไลน์เรื่อง “กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในสถานการณ์โควิด-19”*. https://tatacademy.com/th/articles/article/ea5f9450-1757-40aa-8ca1-a62efa6f9019

สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2563). *นักท่องเที่ยวยุค New Normal ใส่ใจสิ่งแวดล้อม*. https://adeq.or.th/18757-2/

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563.*

https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุภาภรณ์ พรหมบุตร. (2563). *New Normal กับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง*. https://dsp.dip.go.th/th/category/2017-11-27-08-04-02/2020-06-29-14-39-49

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2559). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563*. https://www.ryt9.com/s/cabt/2593678

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (องค์การมหาชน). (2561). *เที่ยวนี้...เพื่อใคร?: Tourism...for Whom?*. https://tis.dasta.or.th/dastaknowledge/wp-content/uploads/2018/06/Tourism-for-whom.pdf

อนันตกาญจน์ สมัครกิจ. (2562). *ประสิทธิภาพการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเส้นทางมอสโก-เซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก* [ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://km-ir.arts.tu.ac.th/s/ir/item/3732

อรทัย มูลคำ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2563). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14*(1), 130-144.

https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/241386

อรรฆพร ก๊กค้างพลู. (2559). *แนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ ชุมชนขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/4047

อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ. (2564). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกื้ดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้. http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/artchariyaporn_kantamalajaroen/fulltext.pdf

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21*(1), 97-116. doi: https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3

Chen, J. S., Huang, Y. C., & Cheng, J. S. (2009). Vacation lifestyle and travel behaviors. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 26*(5-6), 494-506. https://doi.org/10.1080/10548400903163038

Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.

Dickman, S. (1996). *Tourism: An introductory text* (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.

Filep, S., & Deery, M. (2010). Towards a picture of tourists' happiness. *Tourism Analysis, 15*(4), 399-410. DOI:10.3727/108354210X12864727453061

Gee, Y., James, C., Deriter, J., & Choy. L. (2007). *Travel industry*. New York: John Wiley & Sons.

GNH Centre Bhutan. (2010). *The 4 pillars of GNH*. https://www.gnhcentrebhutan.org/the-4-pillars-of-gnh/

-------. (2021). *GNH happiness index*. https://www.gnhcentrebhutan .org/what-is-gnh/gnh-happiness-index/

Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J.-E., Aknin, L. B., & Wang, S. (Eds.). (2022). *World Happiness Report 2022*. https://worldhappiness.report/ed/2022/

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing: An introduction* (13th ed.). England: Pearson.

Liu, K. (2013). Happiness and tourism. *International Journal of Business and Social Science, 4*(5), 67-70. https://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_15_Special_Issue_November_2013/8.pdf

Majeed, A., Maile, E. J., & Bindman, A. B. (2020). The primary care response to COVID-19 in England's National Health Service. *Journal of the Royal Society of Medicine, 113*(6), 208-210. https://doi.org/10.1177/01410768209314

McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research, 41*, 42-65. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.001

Michalos, A. C., Smale B., Labonte, R., Muhajarine, N., Scott, K., Guhn, M., Gadermann, A. M., Zumbo, B. D., Morgan, A., Moore, K., Swystun, L., Holden, B., Bernardin, H., Dunning, B. Graham, P., Brooker, A.-S., & Hyman, I. (2011). *The Canadian index of wellbeing* [Technical Paper]. Canadian index of wellbeing 1.0, University of Waterloo, Canada.

Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. European *Journal of Marketing, 21*(10), 5-44.

Musikanski, L., Rogers, P., Smith, S., Koldowski, J., & Iriarte, L. (2019). Planet happiness: A proposition to address overtourism and guide responsible tourism, happiness, well-being and sustainability in world heritage sites and beyond. *International Journal of Community Well-Being, 2*(3), 359-371. https://link.springer.com/article/10.1007/s42413-019-00038-6

Pelasol, M. R. J., Tayoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K., & Lahaylahay, C. (2012). Igcabugao: A potential tourist destination in the southern part of Iloilo, Philippines.

International Peer Reviewed Journal JPAIR Multidisciplinry Research, 8, 71-78.

Ramesh & Muralidhar. (2019). Impact of Five A's of tourism on tourist loyalty in Tamil Nadu tourism with reference to Coimbatore City. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology, 6*(7), 1048-1055. https://www.researchgate.net/publication/324646595_Impact_of_tourism_industry_development_in_Coimbatore_city

Tukamushaba, E. K., Xiao, H., & Ladkin, A. (2016). The effect of tourists' perceptions of a tourism product on memorable travel experience: Implications for destination branding. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation, 7*(1), 2-12. https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0001

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row.

Zhang, T. (2013). The build of tourism well-being index system. *Business and Management Research, 2*(4), 110-115. https://www.sciedupress.com/journal/index.php/bmr/article/view/3828