

## พฤติกรรมการปรับตัวในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

พนิดา นิลอรุณ<sup>1,\*</sup>, มนทิพา วิชาศทิพย์<sup>2</sup>, วีระพล วิชญาณุภาพ<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 31 July 2021

Revised: 25 September 2021

Accepted: 25 October 2021

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนและ (2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามตั้งแต่ มกราคม 2563-มีนาคม 2564 จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้ (1) สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ลักษณะการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม โดยมีความสัมพันธ์รูปแบบครอบครัว ใช้วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่าง 1,001 – 2,000 บาท ใช้ระยะเวลา 1 วันในการท่องเที่ยว โดยระดับความคิดเห็นความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีระดับมาก ซึ่งด้านการจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยมีระดับความคิดเห็นมากอยู่ในอันดับแรก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้พฤติกรรมปรับตัวในการท่องเที่ยวยุคปรกติใหม่โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ (2) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีผลต่อความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการปรับตัว การท่องเที่ยวโดยชุมชน นักท่องเที่ยว

\* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: panida.ni@ssru.ac.th

## The Model Adaptation Behavior of Community-Based Tourism in Samutsongkhram Province

Panida Ninaroon<sup>1,\*</sup>, Montipa Vilasthip<sup>2</sup>, Weerapon Wichayanuparp<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>College of Innovation and Management, Suan Suansunandha Rajabhat University

*Received: 31 July 2021*

*Revised: 25 September 2021*

*Accepted: 25 October 2021*

---

### Abstract

The research aimed to (1) study the touristic adaptation behaviors and the expectations of potential tourism and (2) compared touristic adaptation behaviors and the expectations of potential tourism in community-based tourism in Samutsongkhram province. This research is quantitative research. The sample 385 tourists who travel in Samut Songkhram on January 2020–March 2021. The statistics used in this research comprised (1) descriptive analysis (percentage, mean and standard deviation) and (2) inferential statistics (t-test and one-way Analysis of Variance). The study showed that most of tourist purpose as for leisure, family members-travelling and they like to travel to their destination by private cars. Travelling expenses are about 1,001–2,000 baht per trip and taking 1 day. The expectations of potential tourism overall were at the high level when classified in each aspect by sorting the average, namely Hygiene and Safety Management was at the high level. Hypothesis testing found that 1) tourists with different demographic characteristics will affect different tourist adaptation behaviors significance at the level of 0.05. 2) tourists with different demographic characteristics will affect different expectations of potential tourism significance at the level of 0.05.

**Keywords:** Adaptation Behavior, Community-based Tourism, Tourist

---

\* Corresponding Author; E-mail: panida.ni@ssru.ac.th

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจด้านท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องเป็นรายได้หลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ ด้วยสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศขาดรายได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงพัฒนาโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2020; Tourism Authority of Thailand, 2020) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทุกภาคส่วนผลักดันนโยบายต่างๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยมุ่งหวังขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกระจายรายได้ไปยังธุรกิจอื่นๆ ได้อีกด้วย ในปี 2562 จังหวัดสมุทรสงครามมีจำนวนสถานที่พัก, โรงแรม, เกสเฮาส์ และโฮมสเตย์ที่จดทะเบียนในจังหวัด จำนวน 178 แห่ง (Statistical Office, Samut Songkhram, 2020) เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมวิถีชีวิตดั้งเดิม มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและยังใกล้กรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสาครจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย (Wutisilp and Phasunon, 2015)

ปัจจุบันรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกคาดหวังให้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ทั้งกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน ไปจนถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน แต่ทว่าโดยส่วนใหญ่แล้วการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมักไม่ได้คำนึงถึงศักยภาพ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว รวมทั้งอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตดั้งเดิมซึ่งเป็นรากฐานของชุมชนในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน ประกอบกับที่ผ่านมาการลงทุนและการสนับสนุนของภาครัฐเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการบูรณะ ปฏิสังขรณ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสนับสนุนให้ภาคเอกชนลงทุนในด้านของการบริการเช่น โรงแรม ร้านค้า สถานบริการต่างๆ เป็นต้น โดยคาดหวังที่จะให้มีการกระจายรายได้ สร้างแรงงาน ให้ระบบเศรษฐกิจไหลผ่าน (Trickle down) ไปยังชุมชนในชนบท แต่ทว่ายังขาดความชัดเจนในนโยบายและการดำเนินการเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นสินค้าด้านการบริการ เช่น การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชน การสร้างเครือข่ายของชุมชน การต่อยอดในเรื่องของการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย (Phayakvichien, 2007) การท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community Based Tourism (CBT) นั้นแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเข้ามาเยี่ยมชมจะต้องแจ้งให้ชุมชนทราบล่วงหน้า เพื่อเตรียมการ เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเพียงงานเสริมของชุมชนเท่านั้น มิใช่อาชีพหลักที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยสร้างโอกาสให้คนในชุมชนพัฒนาตนเอง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ลดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ เนื่องจากมีการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนท้องถิ่นโดยตรง สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Office of The National Economic and Social Development, 2017)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมในการปรับตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 เพื่อต่อยอดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมปรับตัว

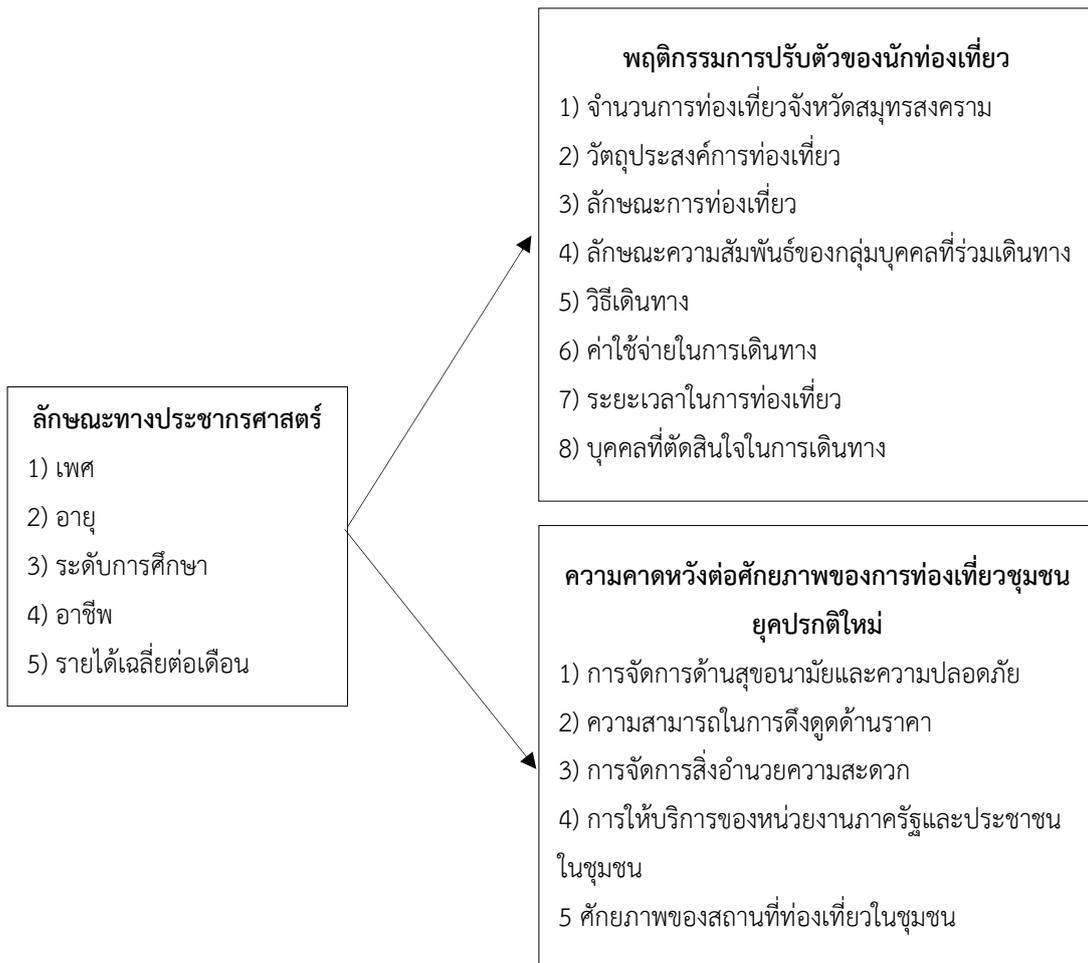
ของนักท่องเที่ยวและความคาดหวังในองค์ประกอบของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีความเข้าใจและเตรียมการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปกติใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปกติใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยเล็งเห็นประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม รวมถึงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับเตรียมพร้อมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสถานการณ์ โควิด-19 และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษาในประเด็นนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดพฤติกรรมการปรับตัวในการท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาในงานมีรายละเอียดด้านตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 6) สถานภาพ

ตัวแปรตาม 2 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว วัดด้วย 8 ประเด็น ได้แก่ 1) จำนวนการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 2) วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว 3) ลักษณะการท่องเที่ยว 4) ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง 5) วิธีเดินทาง 6) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 7) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และ 8) บุคคลที่ตัดสินใจในการเดินทาง และ (2) ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ วัดด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย 2) ความสามารถในการดึงดูดด้านราคา 3) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในชุมชน 5) ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการปรับตัวยุคปรกติใหม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### แบบแผนของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีรายละเอียดดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามตั้งแต่มกราคม 2563-มีนาคม 2564 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม 50% หรือ 0.5 มีค่าความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อน 5% หรือ 0.05 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย และผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

### เครื่องมือวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบไปด้วย 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ โดยข้อความถามใช้มาตราวัดระดับบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว โดยข้อความถามใช้มาตราวัดระดับบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) คำตอบของแบบสอบถามการวิจัยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเท่ากับ 5 คะแนน และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

#### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

โดยการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้สูตร IOC (Index of Item Object Congruence) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งมีค่า 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.954 หากพิจารณารายด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.843–0.961 ซึ่งมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2006)

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม และ (2) สถิติเชิงอนุมาน (Inference statistics) ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One way ANOVA) โดยใช้ค่า f-Test ในการทดสอบ ผลการวิเคราะห์จะแสดงค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มว่าแตกต่างกันหรือไม่

#### ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 และเพศชาย 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุ 21–30 ปี ร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ อายุ 31–40 ปี ร้อยละ 13.8 และอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 11.7 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.7 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 19 และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 9.4 ตามลำดับ ด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.4 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26 และอาชีพอิสระ ร้อยละ 23.4 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001–20,000 บาท ร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 23.4 และ 20,001–30,000 บาท ร้อยละ 13.8 ตามลำดับ ด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 81.6 รองลงมา คือ สมรส ร้อยละ 14.5 และอื่นๆ ร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม (n=385)

พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว		ร้อยละ
<b>1</b>	<b>จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว</b>	
	1) ไม่เคยมา	26.0
	2) เคยมา 1-2 ครั้ง	44.7
	3) เคยมา 3-4 ครั้ง	9.4
	4) เคยมามากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป	20.0
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>2</b>	<b>วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว</b>	
	1) เพื่อพักผ่อน	71.7
	2) เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง	7.0
	3) เพื่อศึกษาหาความรู้/วิจัย	4.2
	4) เพื่อประชุมสัมมนา	6.5
	5) เพื่อรักษาสุขภาพ	3.9
	6) เพื่อทำธุรกิจ	4.2
	7) เพื่อศึกษาวัฒนธรรม	2.6
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>3</b>	<b>ลักษณะการท่องเที่ยว</b>	
	1) แบบคนเดียว	8.3
	2) แบบกลุ่ม	79.5
	3) แบบหมู่คณะ	9.4
	4) แบบ Group Tour	2.9
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>4</b>	<b>ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>	
	1) ครอบครัว	37.4
	2) เพื่อน	35.1
	3) เพื่อนร่วมงาน	16.1
	4) แฟน/คนรัก	8.6
	5) นักท่องเที่ยวร่วม Group Tour	2.9
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>5</b>	<b>วิธีเดินทาง</b>	
	1) รถส่วนตัว	86.8
	2) รถโดยสารประจำทาง	6.5
	3) รถบริษัทนำเที่ยว	6.8
	4) เรือ	0
	<b>รวม</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
<b>6</b>	<b>ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง</b>	
	1) ไม่เกิน 1,000 บาท	22.1
	2) 1,001–2,000 บาท	28.3
	3) 2,001–3,000 บาท	21.0
	4) 3,001–4,000 บาท	10.6
	5) 4,001–5,000 บาท	9.6
	6) 5,001 บาทขึ้นไป	8.3
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>7</b>	<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>	
	1) 1 วัน	48.3
	2) 2 วัน 1 คืน	35.6
	3) 3 วัน 2 คืน	14.8
	4) 4 วันขึ้นไป	1.3
	<b>รวม</b>	<b>100</b>
<b>8</b>	<b>บุคคลที่ตัดสินใจในการเดินทาง</b>	
	1) ตนเอง	40.5
	2) ครอบครัว/ญาติ	29.4
	3) เพื่อน	19.2
	4) แฟน/คู่รัก	7.0
	5) บริษัทที่ทำงาน	3.9
	<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาจังหวัดสมุทรสงคราม 1–2 ครั้ง ร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ ไม่เคยมา ร้อยละ 26 และเคยมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 20 ตามลำดับ ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ร้อยละ 71.7 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง ร้อยละ 7 และเพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบกลุ่ม ร้อยละ 79.5 รองลงมา คือ แบบหมู่คณะ ร้อยละ 9.4 และแบบคนเดียว ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ ด้านลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์แบบครอบครัว ร้อยละ 37.4 รองลงมา คือ แบบเพื่อน ร้อยละ 35.1 และแบบเพื่อร่วมงาน ร้อยละ 16.1 ตามลำดับ ด้านวิธีเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้วิธีเดินทางโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 86.8 รองลงมา คือ รถบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 6.8 และรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001–2,000 บาท ร้อยละ 28.3 รองลงมา คือ ไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 22.1 และ 2,001–3,000 บาท ร้อยละ 21 ตามลำดับ ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 1 วัน ร้อยละ 48.3 รองลงมา คือ 2 วัน 1 คืน ร้อยละ 35.6 และ 3 วัน

2 คืน ร้อยละ 14.8 ตามลำดับ และด้านบุคคลที่ตัดสินใจเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 29.4 และเพื่อน ร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยว  
ในจังหวัดสมุทรสงคราม (n=385)

ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	4.12	.527	มาก
2. ความสามารถในการดึงดูดด้านราคา	4.04	.535	มาก
3. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	4.07	.533	มาก
4. การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในชุมชน	3.98	.510	มาก
5. ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	4.05	.531	มาก
<b>สรุปภาพรวมความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่</b>	<b>4.05</b>	<b>.454</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.05$ , S.D.=.454) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยมีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X}=4.12$ , S.D.=.527) รองลงมา คือ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}=4.07$ , S.D.=.533) ด้านศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ( $\bar{X}=4.05$ , S.D.=.531) ด้านความสามารถในการดึงดูดด้านราคา ( $\bar{X}=4.04$ , S.D.=.535) และด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในชุมชน ( $\bar{X}=3.98$ , S.D.=.510) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวและความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีดังนี้

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว (n=385)

พฤติกรรมการปรับตัวของ นักท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	สถานภาพ
	t - test	f - test	f - test	f - test	f - test	f - test
1) เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ก่อนหน้านี้กี่ครั้ง	-6.23	44.73	8.31	21.98	11.42	17.06
2) วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	-.85	14.46	2.96	2.23	12.34	29.13
3) ลักษณะการท่องเที่ยว	-4.08	3.89	.36	4.08	5.55	.11
4) ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล ที่ร่วมเดินทาง	1.31	5.14	2.64	1.19	11.62	2.18
5) วิธีเดินทาง	-2.33	2.77	3.16	7.87	7.41	10.79
6) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	-2.04	8.45	16.86	5.93	17.49	28.30
7) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	3.30	1.49	7.59	6.38	6.17	6.90
8) บุคคลที่ตัดสินใจในการเดินทาง	-.86	6.11	14.40	8.01	13.75	1.61

จากตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการปรับตัวยุคปรกติใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยว (n=385)

ความคาดหวังต่อศักยภาพของ การท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	สถานภาพ
	t - test	f - test	f - test	f - test	f - test	f - test
1) การจัดการด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	.75	14.51	.37	2.80	23.41	11.18
2) ความสามารถในการดึงดูดด้านราคา	-3.25	18.67	4.42	.82	4.67	12.46
3) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	-1.68	6.76	5.06	2.55	6.08	6.01
4) การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในชุมชน	-2.06	11.93	.78	3.94	3.62	8.57
5) ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	-3.32	12.15	1.15	1.30	9.74	.68

จากตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ในด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

## อภิปรายผล

พฤติกรรมการปรับตัวของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ลักษณะการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม โดยมีความสัมพันธ์รูปแบบครอบครัว ใช้วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่าง 1,001–2,000 บาท ใช้ระยะเวลาสั้นๆ เพียง 1 วันในการท่องเที่ยวและตนเองเป็นคนตัดสินใจในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ Kurež and Prevolšek (2015) กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวลดลง ระยะเวลาของการอาศัยในสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยลง

ระดับความคิดเห็นความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่ของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.05, S.D.=.454) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยมีระดับความคิดเห็นมากอยู่ในอันดับแรก ( $\bar{X}$ =4.12, S.D.=.527) ซึ่งสอดคล้องกับ Tourism Authority of Thailand (2020) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนไปภายใต้การกำกับดูแลของสาธารณสุข และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากขึ้น โดยจะมีพฤติกรรมในการวางแผนการเดินทางที่เปลี่ยนไป จะคำนึงถึงสุขภาพอนามัยเพื่อให้สามารถป้องกันตัวเอง

และช่วยป้องกันไม่ให้อาการแพร่กระจายสู่คนอื่น และสอดคล้องกับ Tangtenglam and Pongpanich (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ พบว่า สิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านด้านปัญหาสุขภาพอนามัยและโรคติดต่อ

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สถิติการทดสอบแบบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการท่องเที่ยวยุคปรกติใหม่โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ Kaewchoo (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด -19 ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สถิติการทดสอบแบบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้ความคาดหวังต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนยุคปรกติใหม่โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ Chen (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการอื่นๆ ต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรมีระบบการจัดการด้านสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในสถานประกอบการให้ครบถ้วน เนื่องจากผลการศึกษานักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านนี้มากที่สุด

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคปรกติมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบใช้ระยะเวลาสั้นๆ เพียง 1 วัน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว จะสามารถเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจได้ เช่น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบ One day trip เป็นต้น

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพร้อมในศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยุค ปรกติใหม่ เพื่อรองรับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ ในมิติกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อดึงดูดการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- Chen, Z. (2017). *Expectations and Perceptions of Chinese Tourists towards tourism in Muang District of Chiang Mai Province*. Independent Study of the Degree of Master of Business Administration. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University. (in Thai)
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 2nd ed. New York: Wiley.

- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kaewchoo, P. (2020). *Factors Influencing Change in New Normal Tourism Behavior After Covid-19*. [Online]. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf> (in Thai)
- Kurež, B. and Prevolšek, B. (2015). Influence of Security Threats on Tourism Destination Development. *TIMS Acta*, 9(2), 159-168.
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). Impact of Covid-19 on Thailand Tourism. *Tourism Economic Review*, 1(4), 64-65. (in Thai)
- Office of The National Economic and Social Development. (2017). *The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. [Online]. Retrieved from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_w3c/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9641](https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=9641) (in Thai)
- Phayakvichien, P. (2007). Local Cultural Community Based Tourism in Thailand. *eTAT Tourism Journal*, 1, 1 – 7. (in Thai)
- Statistical Office Samutsongkhram. (2020). Samutsongkhram Provincial Statistical Report. [Online]. Retrieved from <http://samutsongkhram.nso.go.th/index.php/local-report/1002--63>. (in Thai)
- Tangtenglam, S. and Pongpanich, A. (2021). Factors Affecting the Selection of New normal Thai Travel. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 12-24. (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)*. [Online]. Retrieved from <https://www.thailandsha.com/index> (in Thai)
- Wutisilp, C. and Phasunon, P. (2015). Expectation and Satisfaction in Visiting Homestay of Amphawa, Samut Songkram. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 8(2), 2066 -2079. (in Thai)