

คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง

Accommodation Attribute toward the Length of stay of Tourists

in Central Region of Thailand

ยูวดี ตีระพงษ์ศักดิ์

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Yuwadee Teerapongsuk

e-mail: 6214155024@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คนที่มาพักแรมในภาคกลาง ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะของที่พักที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก คือ ประเภทของที่พักเป็น โรงแรม ประเภทของห้องพักเป็นห้องเตียงเดี่ยว ทำเลที่ตั้งของที่พักเลือกใกล้แหล่งท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเข้าพักอยู่ที่ 2 คืน มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน และผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว 3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก พบว่าด้านที่ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการภาคเอกชนจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เพื่อเพิ่มระยะเวลาการเข้าพัก รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อภูมิภาคด้วย

คำสำคัญ : คุณลักษณะของที่พักร, ระยะเวลาการเข้าพัก, นักท่องเที่ยว, ภาคกลาง

Abstract

The objectives of this study were 1) Accommodation Attribute in Central Region of Thailand 2) to study behavior toward of Tourists 3) to study factors of the length of stay of tourists in Central Region of Thailand. Quantitative research was used in this research. Data was collected from 400 samples from Thai tourists staying in the target area. The research was analyzed by using statistics including percentage, mean and standard deviation.

The results of the research revealed that 1) Accommodation Attribute of the type of accommodation was hotel. The room type was single room. Location of the stay, choose accommodation near tourist attractions. 2) The behavior toward decision making of tourists was the most length of stay 2 nights. The purpose of the stay is for travel/rest and the most of the traveling companions were families. 3) Factors affecting the length of stay of tourists Overall, the level of importance was very high. It was found that the aspect that had the most importance was Facilities and safety. Therefore, private sectors should pay attention to facilities and accommodation and safety in order to increase the length of the stay as well. Together, government agencies should increase the potential of tourism by supporting activities that create an image of the region of Thailand.

Keywords: Accommodation Attribute, Length of stay, Tourists, Central Region of Thailand

บทนำ

เนื่องด้วยในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความน่าสนใจ และถือเป็นรายได้หลักส่วนหนึ่งของประเทศด้วยเช่นกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคการบริการ ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ในย่านท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ในประเทศไทย จึงเกิดธุรกิจที่พุดขึ้นมากมาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเยี่ยมชมและพักผ่อน บางส่วนเดินทางมาเพื่อเหตุผลทางธุรกิจ บางส่วนมาเพื่อท่องเที่ยว บางส่วนมาเพื่อพักผ่อน อีกทั้งยังเป็นเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจขายของที่ระลึก ฯ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้าง

งาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างชื่อเสียงและโอกาสต่าง ๆ ให้กับประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม

สถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม ปี2563						
จังหวัด	อัตราการเข้าพัก	จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)	จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)	รายได้จากผู้เยี่ยมชมเยียมเยือน (ล้านบาท)	รายได้จากผู้เยี่ยมชมคนไทย (ล้านบาท)
กรุงเทพมหานคร	28.20	12,407,068	23,617,914	18,795,401	254,740	133,761.20
ลพบุรี	28.72	286,047	1,659,868	1,654,830	2,327	2,315.81
พระนครศรีอยุธยา	33.45	583,602	3,560,866	3,272,237	6,154	5,526.09
สระบุรี	31.02	500,791	1,673,819	1,664,717	2,343	2,324.27
ชัยนาท	30.62	122,187	394,900	393,959	520	518.85
นครปฐม	32.90	625,135	1,675,639	1,654,652	2,244	2,213.26
สิงห์บุรี	25.66	73,041	258,538	258,108	383	382.62
อ่างทอง	20.38	59,448	377,321	369,062	438	428.41
นนทบุรี	26.80	397,008	1,375,076	1,337,546	1,848	1,736.80
ปทุมธานี	20.09	204,767	822,525	746,726	1,080	955.06
สมุทรปราการ	21.03	346,866	1,259,565	952,851	2,116	1,418.46
สมุทรสาคร	21.92	241,445	475,829	474,653	693	690.94
ฉะเชิงเทรา	22.96	190,858	2,072,363	2,066,884	2,752	2,744.71
ภาคกลาง	27.05	3,631,195	15,606,309	14,846,225	22,898	21,255.28

ภาพที่ 1 สถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม ปี2563

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563

จากภาพที่ 1 เรื่องสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม ปี 2563 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) พบว่า ในกรุงเทพ และภาคกลางมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวรวมกันถึง 55.25 มีจำนวนผู้เข้าพัก 16,038,263 คน ซึ่งคิดเป็นรายได้คิดเฉพาะจากคนไทย จำนวน 155,016.48 ล้านบาท ในปี 2563



ภาพที่ 2 สัดส่วนห้องพักในแต่ละภูมิภาค

ที่มา : ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563

จากภาพที่ 2 พบว่าจำนวนห้องพักในภาคกลางมีจำนวนมาเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ และจำนวนห้องพักในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนมาก แสดงว่าธุรกิจที่พักแรมส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ในทุกภาคส่วนของประเทศไทย

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน เกิดโรคระบาดโควิด-19 นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จึงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด และรัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว ที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศไทยให้ก้าวหน้าได้ จึงได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยมีโครงการท่องเที่ยวที่ออกมาเพื่อสนับสนุนให้คนไทยเที่ยวในประเทศมากขึ้น

ภาคกลางมีพื้นที่ประมาณ 92,795 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 22 จังหวัด ได้แก่ นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และอุทัยธานี สระบุรี ลพบุรี สุพรรณบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา นครนายก ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สมุทรปราการ และกรุงเทพฯ

ข้อมูลการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2563 จำนวนการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่ก็ยังต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยภูมิภาคระยะใกล้จะฟื้นตัวได้ก่อน คือภาคตะวันออก ภาคกลาง (รวมภาคตะวันตก) ด้วยเป็นพื้นที่ระยะใกล้กรุงเทพฯ สามารถขับรถเที่ยวได้ และประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนภูมิภาคระยะไกลอย่างภาคเหนือก็ฟื้นตัวได้ก่อนเช่นกัน เพราะได้เปรียบจากการที่มีช่วงฤดูอากาศเย็น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม และกิจกรรมหลากหลาย ขณะที่ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบ อย่างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากพึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก แม้ว่าภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดโปรโมชั่นราคา แพคเกจท่องเที่ยว แต่ราคาก็ยังสูงสำหรับกลุ่ม ผู้มีรายได้ปานกลาง หรือครอบครัวที่มีสมาชิกหลายคนและมีกำลังซื้อที่จำกัด จึงทำให้ภูมิภาคได้มีการฟื้นตัวช้าสุด (รายละเอียดตามตาราง)

ตารางจำนวนและรายได้ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยปีงบประมาณ 2563 (รายภูมิภาค)

รายภูมิภาค	จำนวนผู้เยี่ยมชม เยือนชาวไทย (ล้านคน-ครั้ง)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)	รายได้ผู้เยี่ยมชมเยือน ชาวไทย (ล้านบาท)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)
ภาคเหนือ	20,433,277	+8	97,625	-29
กรุงเทพมหานคร	36,151,564	-13	182,443	-52
ภาคกลาง (รวมภาคตะวันตก)	46,621,445	+2	87,891	-36
ภาคตะวันออก	15,698,999	+6	78,423	-41
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	25,160,363	-8	46,966	-40
ภาคใต้	17,003,899	-23	109,718	-44
รวม	106,975,697	-37	613,066	-43

หมายเหตุ : สถิติเบื้องต้นปีงบประมาณ 2563 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (25 มกราคม 2564)

ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศในการกระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างสมดุล กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการสื่อสารการตลาด กิจกรรมการตลาด และการสร้างสรรค์ Event ใน 3 มิติในภาคกลางได้แก่

1. กระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามตำแหน่งทางการตลาดในภาคกลาง ดึงจุดเด่นมรดกทางวัฒนธรรมตามลุ่มน้ำ สร้างการรับรู้อัตลักษณ์เมืองรองภาคกลาง นำเสนอสินค้าท่องเที่ยววิถีเมืองรองของภูมิภาค เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งเรียนรู้วิถีเกษตร ตลาดบก ตลาดน้ำ ในพื้นที่จังหวัดราชบุรี สิงห์บุรี สมุทรสงคราม ชัยนาท อ่างทอง ลพบุรี สุพรรณบุรี และ ปทุมธานี สำหรับกลุ่ม Multi-Generation Family และ Gen-Y รวมถึงเสนอแหล่งท่องเที่ยวันทนาการด้านกีฬา เช่น กอล์ฟและกีฬาทางน้ำ (Soft Adventure) กลุ่มผู้ชื่นชอบการเล่นกีฬา (Sport Lover)

2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวสัมผัสคุณค่าวันธรรมดา ในภาคกลาง เน้นส่งเสริมการเดินทางของกลุ่ม Corporate นำเสนอสินค้า โรงแรม/ที่พัก ห้องประชุมสัมมนา แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในท้องถิ่น เพื่อใช้ในการศึกษาดูงาน อบรม สัมมนา และประชุมนอกสถานที่ นอกจากนี้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมอนุรักษ์ CSR และร่วมกับพันธมิตรเสนอขายเส้นทางท่องเที่ยวในวันธรรมดากายใต้กิจกรรมขับรถเที่ยวสุขใจในวันธรรมดา จำนวน 3 เส้นทางในเมืองหลักและเมืองรอง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรมของภาคกลาง

3. สร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยว ดำเนินการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันและขยายระยะเวลาพำนักเฉลี่ยด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผ่านการเสนอขายสินค้าที่มีคุณค่าและมูลค่าสูง สินค้าที่สะท้อนวิถีความเป็นไทยที่ได้รับการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม สินค้าที่ได้รับรางวัล Thailand Tourism Awards รูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และเรื่องราวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานขึ้นเพื่อสัมผัสคุณค่าแบรนด์การท่องเที่ยวไทย โดยสินค้าทางการท่องเที่ยวและเรื่องราวที่น่าเสนอจะได้รับการพัฒนาและสร้าง มูลค่าเพิ่มอย่างเป็นระบบและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ขณะเดียวกันต้องเพิ่มขีดความสามารถให้ชุมชนพัฒนาและเสนอขายสินค้าวิถีถิ่นให้มีมูลค่าเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ดังนี้

3.1 ส่งเสริมนักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานขึ้นด้วยเรื่องราวสร้างสรรค์และกิจกรรมท่องเที่ยวในภาคกลาง นำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์และวิถีชุมชนท้องถิ่นที่มีความผูกพันกับสายน้ำที่เชื่อมโยงระหว่างลุ่มน้ำต่าง ๆ ด้วยกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางสายน้ำ ภายใต้ Content ภูมิภาค More Legacy เช่น จ.พระนครศรีอยุธยา นำเสนอเรื่องราวของเส้นทางสายน้ำสำคัญที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ไทยให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบประวัติศาสตร์ โดยถ่ายทอดเรื่องราวผ่านบุคคลสำคัญของชุมชนท้องถิ่น และสอดแทรกด้วยกิจกรรมการทำอาหารถิ่นด้วยวัตถุดิบในพื้นที่

3.2 เพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอคุณค่าของสินค้ามูลค่าสูงในภาคกลาง กระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่มผู้ชื่นชอบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ภายใต้โครงการ The Luxury of Central นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ภายใต้ทิศทางวิถีแห่งสายน้ำของภาคกลาง เช่น โรงแรม/ที่พัก ในระดับ 3-4 ดาว ในพื้นที่จังหวัดริมน้ำภาคกลาง สินค้าศิลปะชั้นสูง เช่น เเบญจรงค์ดอนไถ่ดี จ.สมุทรสาคร หัวโขน เรือไม้จำลอง ถ้วยชามเซรามิก ถ้ำสงไถ่ ผ้าขึ้นดินจก จ.ราชบุรี ชุดเครื่องทองโบราณ จ.เพชรบุรี ฯลฯ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่มเชื่อมโยง 7 ลุ่มน้ำภาคกลาง ประกอบด้วย ลุ่มน้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำแม่กลอง ลุ่มน้ำป่าสัก ลุ่มน้ำเพชรบุรี ลุ่มน้ำปราณบุรี ลุ่มน้ำสะแกกรัง และลุ่มน้ำท่าจีน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวทางชุมชน แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย เป็นต้น

ดังนั้นการเลือกโรงแรมหรือที่พักจึงเป็นหนึ่งในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และยังส่งผลต่อระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ธุรกิจที่พักแรมจึงควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของที่พักเพื่อเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจที่พักแรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เคยท่องเที่ยวและเข้าพักในพื้นที่ภาคกลาง ทั้งในส่วน โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล ที่ให้บริการในพื้นที่ภาคกลาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดของกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักในที่พักแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non- Probability) และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จึงใช้วิธีการเปิดตารางสำเร็จรูป โดยใช้ตารางของศิริชัย กาญจนวาสิ และคณะ (ศิริชัย กาญจนวาสิ, ดิเรก ศรีสุโข, และทวีวัฒน์ ปิตยนนท์; 2555) โดยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ $\pm 5\%$ (0.05) จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (0.95) และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (0.95) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน คุณลักษณะของที่พักนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของที่พัก ประเภทของห้องพัก และทำเลที่ตั้งของที่พัก ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พัก ได้แก่ ระยะเวลาในการเข้าพัก วัตถุประสงค์การเข้าพัก และผู้ร่วมเดินทาง

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง ด้านพนักงานให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านราคา และด้านวัฒนธรรม

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Donlaya C. (2019) ได้ให้ความหมายไว้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ใช้ และประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล อันจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและกระบวนการการซื้อสินค้าและบริการ

Kueste อ่างใน เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิต (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาปัจจัยบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร และกระบวนการที่เขาเหล่านั้น ใช้เลือกสรร รักษา และกำจัดสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคมและเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคล และกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของปัจจัยผู้บริโภค อาทิ ลักษณะประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภค โดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีผลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย

1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจที่พัก

กรองขวัญ อัครวิกรัย (2559) กล่าวถึง ความเป็นมาของที่พักแรม ธุรกิจที่พักมีการพัฒนามาจากความปรารถนา ในทางเดินทางของมนุษย์ หลักฐานมากมายบ่งชี้ให้เห็นว่า มีการเดินทางกันมาโดยตลอด ทั้งทางบกและทางทะเลมานับเป็นพันๆ ปีแล้ว การเดินทางโดยใช้ถนนภายในทวีปยุโรปเกิดขึ้นจนถึงยุคกลางและถนนบางสายก็ยังคงอยู่ จนถึงทุกวันนี้ถนนเหล่านี้ เคยเป็นทางสัญจรที่ผู้ส่งสารและพ่อค้าในยุคโบราณใช้เดินทาง แม้ว่าจะไม่มีหลักฐานที่อ้างอิงเกี่ยวกับโรงแรมหรือที่พักใดๆ บนเส้นทางเหล่านี้ แต่ต้องมีสถานที่บางแห่งที่ผู้คนมักแวะพัก อาจจะอยู่ในบริเวณใกล้ หรือเดินไปถึงแหล่งน้ำได้ และสถานที่เหล่านี้ก็มีผู้คนมาแวะพักหลายชั่วอายุคนแล้ว จึงเป็นไปได้ว่าจะมีการสร้างที่พักเพื่อรองรับนักเดินทางในสถานที่เหล่านี้ การเดินทางที่ปรากฏในยุคสมัยต่างๆ จำแนกตามวัตถุประสงค์ ได้ ดังนี้

1. เดินทางเพื่อติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ
2. เดินทางเพื่อเหตุผลทางศาสนา

3. เส้นทางเพื่อการเมืองการปกครอง
4. เส้นทางเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนหย่อนใจ
5. เส้นทางเพื่อสุขภาพ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา อ่างใน พิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ, เบญจพร เชื้อผึ้ง และชาลินี สำราญอินทร์ (2561) กล่าวว่าธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจที่พักหมายถึงการประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ที่พักแรมแบ่งธุรกิจที่พังก่อออกเป็น 11 ประเภท ดังต่อไปนี้ 1) ธุรกิจโรงแรม 2) ธุรกิจโมเต็ล 3) ธุรกิจเรือนแรม หรือเพ็นซัน หรือบอร์คิงเฮาส์ 4) ธุรกิจบ้านพักในบ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม 5) ธุรกิจบังกะโล หรือกระท่อม หรือเรือน 6) ธุรกิจห้องชุดหรือพาร์ตเมนต์ 7) ธุรกิจหอพัก 8) ธุรกิจหมู่บ้านตากอากาศ 9) ธุรกิจที่ตั้งแคมป์ หรือที่จอดรถคาราแวน 10) ธุรกิจห้องพักร่วม และ 11) ธุรกิจเรือแบบบ้าน (House Boat)

1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ฟ้าพิไล ทวีสิน โสภากา และ กิตติศักดิ์ ทวีสิน โสภากา (2561) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวตามนิยามขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO World Tourism Organization) หมายถึง ผู้หนึ่งผู้ใดหรือหมู่คณะออกเดินทางจากถิ่นที่พำนักไปยังสถานที่หนึ่งที่ไม่ใช่ถิ่นพำนักถาวรของตนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือค้างคืน เพื่อจุดประสงค์หลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้หรือผลกำไรจากแหล่งที่ไปเยือน

ฟ้าพิไล ทวีสิน โสภากา และ กิตติศักดิ์ ทวีสิน โสภากา (2561) กล่าวว่า ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อความสำราญและการบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าคำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้มีความหมายเป็นเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางทั้งภายในประเทศและต่างประเทศด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูล โดยใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยการเลือกนักท่องเที่ยวที่เคยพักค้างคืนในที่พักรีสอร์ท โฮสเทล/เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ในภาคกลาง ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักโดยมีขั้นตอน คือ การทำแบบสอบถามผ่าน Google Form ฝาก Link ผ่านทางออนไลน์

2. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของที่พักรีสอร์ท/โฮสเทล/เกสต์เฮาส์/โฮมสเตย์ในภาคกลาง ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกคำตอบข้อที่ตรงที่สุด จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกคำตอบข้อที่ตรงที่สุด จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบคำถามแบบมาตราส่วน (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงค่าคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น

1 = สำคัญน้อยสุด

2 = สำคัญน้อย

3 = สำคัญปานกลาง

4 = สำคัญมาก

5 = สำคัญมากที่สุด

เป็นคำถามด้านพนักงานให้บริการ 6 ข้อ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย 5 ข้อ ด้านที่พัก 6 ข้อ ด้านราคา 5 ข้อ ด้านวัฒนธรรม 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพัก ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

3. การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย ทดสอบแบบสอบถามที่ถูกต้องโดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน โดยใช้เครื่องมือ Cronbach Alpha ในการทดสอบความน่าเชื่อถือ กำหนดค่าความน่าเชื่อถือมีค่ามากกว่า 0.7 ผลที่ได้จากการทดสอบโดยการให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด พบว่าค่า Cronbach Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 คือเท่ากับ 0.944 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก โดยที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.764 จากคำถามด้านวัฒนธรรม และค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.923 จากคำถามด้านพนักงานให้บริการ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 สถานภาพโสด จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 และรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง พบว่า ประเภทของที่พักเป็นโรงแรม จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 ประเภทของห้องพักเป็นห้องเตียงเดี่ยว จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 ทำเลที่ตั้งของที่พักเลือกใกล้แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักรักของนักท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 คืน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว พบว่า ในด้านพนักงานให้บริการมีค่าเฉลี่ยเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร มากที่สุด ($\bar{X} = 4.5150$) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กลิ้งวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.6000$) ด้านที่พักรเรื่องความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พักรมากที่สุด ($\bar{X} = 4.6175$) ด้านราคา เรื่องมีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักรและบริการ ต่างๆ อย่าง

ชัดเจนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.5225$) ด้านวัฒนธรรม เรื่องมีแหล่งท่องเที่ยวด้านทัศนียภาพ เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา มากที่สุด ($\bar{X} = 4.3150$)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำประเด็นสำคัญมาอธิบายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ในการเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ที่มาพักแรมเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า มีช่วงอายุ 21 – 29 ปี สถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน และรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

2. คุณลักษณะของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง ประเภทของที่พักเป็นโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ประเภทของที่พักเป็นโรงแรม ประเภทของห้องพักเป็นห้องเตียงเดี่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ประเภทของห้องพักที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นห้องพักเตียงคู่ ทำเลที่ตั้งของที่พักเลือกใกล้แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ทำเลที่ตั้งของที่พักของนักท่องเที่ยวเลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว

3. พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 คืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 2 คืน มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ต้องการมาพักผ่อนท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยพฤกษ์ บุญเลิศ (2553) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการห้องพักออนไลน์ร่วมเดินทางกับครอบครัวบ่อยที่สุด

4. ระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักรักษาและห้องพัก 2) ด้านราคา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พัก และบริการ ต่างๆ อย่างชัดเจน มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า ด้านราคาที่พักรักษาห้องพักไว้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการกำหนดราคาห้องพักและบริการต่างๆ อย่างชัดเจน 3) ด้านพนักงานให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) พบว่า ด้านพนักงานให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มสุภาพ เป็นมิตร รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความและมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shahzor Jalbani, S. และ Soomro, N. (2017) พบว่า สิ่งแรกของการจัดการที่ดีของ โรงแรมคือ พนักงาน โรงแรมจะต้องตระหนักถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าและสื่อสารลูกค้าโดยการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีคุณค่ากับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว อีกทั้งการที่พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อลูกค้าได้ สามารถสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานที่ดีได้ และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้ม ด้วยความเต็มใจของพนักงานให้บริการ 4) ด้านที่พักรักษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนภัทร บุญปลุกษ์ (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะอาดของห้องพักและที่พักรักษา สภาพของห้องพัก และการหาที่พักรักษาที่ง่าย และ 5) ด้านวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับที่พักรักษาที่มีแหล่งท่องเที่ยวด้านทัศนียภาพ เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา บรรจงนิก (2555) พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตกมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวยังคำนึงถึง ความเป็นส่วนตัวของที่พักรักษา ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกที่พักรักษา ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเพิ่มเติมด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง นอกจากความสะดวกและความปลอดภัยแล้ว นักท่องเที่ยวยังคำนึงถึงด้านราคาและพนักงานให้บริการด้วย

3. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐและผู้ประกอบการ

3.1 ภาครัฐควรมีการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมมาตรฐานการบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

3.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับงานบริการ และการบริการที่ประทับใจสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจพักในระยะยาวได้

4. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากผลของการวิจัยในครั้งนี้ ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวด้วย และควรมีการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มในการพักในระยะยาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

เอกสารอ้างอิง

Donlaya C. <https://www.moneywecan.com/what-consumer-behavior/> 2019

กรองขวัญ อัครวิกรัย (2559) การพัฒนาบริการที่พัก B.B House พัทยา จังหวัดชลบุรี รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) รายงานประจำปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

เจนจิรา บรรจงนีก (2555) แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ชญาวรรณ มาตกุล (2556) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษาวัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

นิยม เจริญศิริ (2558) ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

- พิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ, เบญจพร เชื้อผึ้ง และชาลินี สำราญอินทร์ (2561) แนวทางการพัฒนาศักยภาพที่พักแบบโฮสเทล (Hostel) เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รายงานวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- ภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2558) ปัจจัยถึงอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย ที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสยาม
- มนภัทร บุญปลุก (2563) คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา วารสารวิชาการจัดการปริทัศน์ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2563)
- วิภาวัลย์ ตันติปิฎก และประทีป เวทย์ประสิทธิ์ (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวเจนเออร์ชันวาย งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562 วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (มกราคม – เมษายน 2561)
- วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่น เป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB) การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุนทรีย์ ศรีจันทร์ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- สุพร นภาโชติศิริ (2560 - 2561) แนวทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร
- สุรสิทธิ์ วิเชียร, นัทที แทนอินทร์, พิไลวรรณ พลาวุฒิ, ธัญญภรณ์ คงกระพันธ์ และวีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง (2561) การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2561)
- เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2559) ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนนทบุรี รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์