

ปัจจัยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ช่วงสถานการณ์โควิด-19

มนสิชา ซาวคำ

นิสิตปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
phannipha.sao@cruu.ac.th

สุริยา สัมจันทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
somchanup@gmail.com

ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
prakobsirip@hotmail.com

นิรมล พรหมนิล

อาจารย์ ดร.,
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
niramolpr@gmail.com

รับบทความ: 11 สิงหาคม 2566

แก้ไขบทความ: 6 กันยายน 2566

ตอบรับบทความ: 20 กันยายน 2566

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักโรงแรมในระยะที่ 6 ของการควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า คือ ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต ชำระออนไลน์ ในด้านสุขอนามัย (Hygiene) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ห้องพักมีความสะอาด ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการระบายอากาศที่ดี มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศเพียงพอในอาคาร ด้านความปลอดภัย (Safety) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดเตรียมเจลล้างมือ หน้ากาก รวมทั้งตู้ฆ่าเชื้อโรคสำหรับแขกที่มาพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดบริการในสถานบริการภายในโรงแรม เช่น ฟิตเนส สปา สถานบันเทิง และอื่น ๆ ปฏิบัติตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร

(COVID Free Setting) ด้านการบริการ (Service) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤต โรคระบาดโควิด-19 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า ปัจจัยด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย, โรคโควิด-19, ช่วงการระบาด, การเข้าพักโรงแรม

Factors encouraging Thai tourists to stay at hotels in Chiang Rai Province during the COVID-19 situation

Monsicha Saokham

Doctor of Philosophy students, Tourism and Hotel Management major
School of Business and Communication Arts, University of Phayao
phannipha.sao@crru.ac.th

Suriya Somchan

Assistant Professor, Ph.D., Lecturer
School of Business and Communication Arts, University of Phayao
somchanup@gmail.com

Prakobsiri Pakdeepinit

Assistant Professor, Ph.D., Lecturer
School of Business and Communication Arts, University of Phayao
prakobsirip@hotmail.com

Niramol Promnil

Ph.D., Lecturer
School of Business and Communication Arts, University of Phayao
niramolpr@gmail.com

Received: August 11, 2023

Revised: September 6, 2023

Accepted: September 20, 2023

Abstract

Based on data collection of Thai tourists staying at hotels in Chiang Rai during the sixth phase of disease transition periods, it was found that factors influencing hotel occupancy the most was a variety of payment channels such as cash, credit card, online payment, etc. For hygiene, it was found that clean room was at the highest average. For environment, it was found that good ventilation was at the highest average. For safety, it was found that supplying hand sanitizer, masks, and disinfection cabinets was at the highest average. For facilities, it was found that hotel facilities such as fitness centers, spas, entertainment venues, and others in compliance with safety measures for organizations

(COVID Free Setting) was at the highest average. For service, it was found that service-mined staff was at the highest average. Overall, factors that drive tourist to stay hotel stays during the COVID-19 pandemic crisis include service, price, hygiene, environmental, safety, and facilities respectively.

Keywords: Thai tourist, COVID-19 outbreak, Pandemic period, Hotel staying

บทนำ (Introduction)

รูปแบบวิกฤตที่เกิดขึ้นในโลกมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นวิกฤตทางการเงิน วิกฤตทางบุคลากร วิกฤตทางองค์กร วิกฤตทางเทคโนโลยี และวิกฤตทางธรรมชาติ (HRNOTE, 2565) ซึ่งวิกฤตล่าสุดที่เกิดขึ้นคือ วิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลการบริหารงานของรัฐบาลและกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ ทำให้เศรษฐกิจหลายประเทศเกิดการชะลอตัว รวมทั้งประเทศไทยที่เศรษฐกิจพึ่งพาการท่องเที่ยวสูง (สำนักงานการต่างประเทศ กรุงเทพมหานคร, 2564) ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงทั้งในส่วนของ การจัดการรายได้และบริหารองค์กร กว่า 2 ปี ที่ประเทศไทยปิดรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นปี 2563 เพื่อลด การแพร่ระบาดของ โรค ช่วงเวลาดังกล่าวรัฐบาลได้พยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อนำไปสู่ การฟื้นตัวระยะแรกภายใต้มาตรการที่หลากหลาย อาทิเช่น 1) โครงการกำลังใจ ที่ให้เฉพาะบุคลากร ทางแพทย์เดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว โครงการเราเที่ยวด้วยกัน ที่ให้สิทธิบุคคลทั่วไปได้สิทธิ ส่วนลดค่าห้องพัก ร้อยละ 40 ส่วนลดค่าอาหารและบริการด้านท่องเที่ยว มูลค่า 600 บาทต่อวัน และส่วนลด ค่าตัวเครื่องบิน ร้อยละ 40 เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและอนุญาตให้ข้าราชการกลุ่มเป้าหมาย สามารถเดินทางท่องเที่ยว ได้ตามแนวทางส่งเสริมโดยไม่ถือเป็นวันลารวมถึงส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไป เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง กระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจากมาตรการ ที่รัฐบาลได้ออกมาช่วย “เราเที่ยวด้วยกัน” Krungthai COMPASS (2563) ประเมินว่ารายได้จากผู้เดินทาง ไปเที่ยวต่างจังหวัดจากโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” จะสามารถชดเชยรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ หายไปได้กว่าร้อยละ 30 ถึงแม้จะไม่สามารถชดเชยรายได้ท่องเที่ยวจากต่างชาติที่หายไปได้ทั้งหมด แต่ก็ทำให้ ภาคท่องเที่ยวมีรายรับเพิ่มขึ้นบ้าง และทำให้บางจังหวัดกลับมาคึกคักเหมือนเดิมได้ ซึ่งรายรับที่เพิ่มขึ้น ในช่วงที่มีมาตรการ อาจพอทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถอยู่รอดได้นานขึ้น จากการกระตุ้นการท่องเที่ยว ภายในประเทศให้คนไทยเที่ยวในประเทศ ทำให้หลายโรงแรมต้องปรับตัวสำหรับการให้บริการแขกชาวไทย จากเดิมที่รับเฉพาะชาวต่างชาติโดยคำนึงถึงหลักสาธารณสุขตามประกาศของรัฐบาลและความต้องการ ของแขกเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่แขกและเป็นการสร้างตลาดใหม่

การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาดซึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎี ประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย อายุ เพศ ลักษณะ ครอบครัวย รายได้ อาชีพ และ การศึกษา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) และการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ด้วยคำถาม 6W1H ประกอบด้วย Who? What? Why? Whom? When? Where? และ How? (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) รวมทั้งได้ศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือการใช้บริการทาง การท่องเที่ยว ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) นำมาประยุกต์ทฤษฎี เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาหาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ซึ่งโรงแรมขนาดกลาง หมายถึง โรงแรมในจังหวัด เชียงรายที่มีจำนวนห้องพักที่มีไม่น้อยกว่า 30 แต่ไม่เกิน 100 ห้อง อ้างอิงจากเว็บไซต์เกี่ยวกับงานโรงแรม ของใช้ในโรงแรม และอุปกรณ์โรงแรม (Enrich Hotel Products, 2020)

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงเป็นการหาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ชาวไทย เข้าพักโรงแรมในจังหวัดเชียงรายช่วงสถานการณ์โควิด-19

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อหาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2563 พบว่า จำนวน 2,059,088 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย จากคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) การคำนวณสูตรของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 335 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นไปตามเกณฑ์กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา พักแรมในจังหวัดเชียงรายช่วงที่เกิดโรคระบาดโควิด-19

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ลักษณะคำถามปลายปิด (close-ended questionnaire) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ครอบคลุมข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤต ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกแบบ (Check list) ซึ่งก่อนนำไปใช้จริงได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ความตรงด้านเนื้อหาและทดลองใช้ (try out) จำนวน 30 ชุด

สำหรับการแปลความหมายลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็น มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอัตราภาคขึ้น (Interval Scale) มีดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.50 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 38.50 ตามลำดับ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 52.80 รองลงมาคือสถานภาพสมรส ร้อยละ 32.80 แยกกันอยู่ ร้อยละ 7.50 และอื่น ๆ น้อยที่สุด ร้อยละ 6.90 ตามลำดับ จำแนกตามภูมิลำเนา 3 ลำดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 70.40 รองลงมาคือภาคกลาง ร้อยละ 14.60 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 5.40 ตามลำดับ จำแนกตามระดับการศึกษา 3 ลำดับแรกพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 49.30 รองลงมา คือ

ระดับมัธยมศึกษาปริญญาโท/สูงกว่า ร้อยละ 14.60 และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 14.00 จำแนกตามอาชีพ 3 ลำดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 27.50 รองลงมามีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 17.60 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 17.60 เช่นกัน จำแนกตามอายุ 3 ลำดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี ร้อยละ 46.00 รองลงมามีช่วงอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 35.50 และช่วงอายุ 51 - 60 ปี ร้อยละ 3.00 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 ลำดับแรกพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 15,001 - 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 32.80 และรายได้อยู่ที่ 30,001 - 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.40 จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนท่องเที่ยว ร้อยละ 76.10 รองลงมาคือเยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 13.40 และประชุม/สัมมนา ร้อยละ 6.30 จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าพักกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 35.20 รองลงมาคือเพื่อน เป็นร้อยละ 28.40 และ แฟน/คู่รัก ร้อยละ 18.50 จำแนกตามช่องทางในการจองห้องพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองห้องพักจากช่องทาง เว็บไซต์ OTA : Online Travel Agency ร้อยละ 38.20 รองลงมา คือจองกับโรงแรมโดยตรง ร้อยละ 21.80 และจองผ่านโทรศัพท์ร้อยละ 18.80 จำแนกตามช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กร้อยละ 39.40 รองลงมาคือ รับรู้ข่าวสารจากเว็บไซต์ของโรงแรมร้อยละ 36.40 และจากเพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 15.20 จำแนกตามระยะเวลาการเข้าพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาการเข้าพัก 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือเข้าพัก 2 คืน ร้อยละ 37.00 และเข้าพัก 3 คืน ร้อยละ 14.60 จำแนกค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (ต่อครั้ง) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (ต่อครั้ง) อยู่ที่ ต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมาอยู่ที่ 2,000 - 3,000 บาท ร้อยละ 22.70 และ มากกว่า 4,000 บาท ร้อยละ 17.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤตโควิด-19

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมในจังหวัดเชียงราย		
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	255	76.1
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	45	13.4
ทัศนศึกษา	7	2.1
ประชุม/สัมมนา	21	6.3
อื่น ๆ	7	2.1
2. ผู้ร่วมเดินทาง		
เดินทางคนเดียว	47	14
ครอบครัว/ญาติ	118	35.2
แฟน/คู่รัก	62	18.5
เพื่อน	95	28.4
เพื่อนร่วมงาน	13	3.9
3. วิธีการจองห้องพัก		
โทรศัพท์	136	40.6
เว็บไซต์ของโรงแรม	52	15.5

	เอเจนซี่ (Travel Agent)	14	4.2
	เว็บไซต์ OTA : Online Travel Agency เช่น Agoda, Trip และ Traveloka	128	38.2
	อื่น ๆ	5	1.5
4. ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร			
	เว็บไซต์ของโรงแรม	122	36.4
	เฟซบุ๊ก	132	39.4
	เพื่อน/คนรู้จัก	51	15.2
	สื่อสิ่งพิมพ์	10	3
	อื่น ๆ	20	6
5. ระยะเวลาการเข้าพัก			
	1 คืน	135	40.3
	2 คืน	124	37
	3 คืน	49	14.6
	4 คืน	26	7.8
	5 คืนขึ้นไป	1	.3
6. ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก			
	ต่ำกว่า 2,000 บาท	170	50.7
	2,001-3,000 บาท	76	22.7
	3,001-4,000 บาท	32	9.6
	มากกว่า 4,000 บาท	57	17

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 335 คน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้าพักโรงแรมเพื่อการพักผ่อน และการท่องเที่ยว (ร้อยละ 76.1) ส่วนมากเดินทางมาเข้าพักพร้อมครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 35.2) โดยวิธีการจองห้องพักมากที่สุดคือการผ่าน โทรศัพท์ (ร้อยละ 40.6) มีช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่าน เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 39.4) มีระยะเวลาการเข้าพัก 1 คืน (ร้อยละ 40.3) และค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่ำกว่า 2,000 บาท (ร้อยละ 50.7)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจการเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคาและความคุ้มค่า

ปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า (Price and Value)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ช่องทางการชำระที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต	4.26	.88	มากที่สุด
ชำระออนไลน์ เป็นต้น			
ราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	4.20	.76	มาก
ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	4.15	.79	มาก
ราคาเหมาะสมสอดคล้องกับฤดูกาล	4.08	.91	มาก
เฉลี่ยรวม	4.14	.86	มาก

จากตารางที่ 2 ด้านราคาและความคุ้มค่า (Price and Value) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่องทางการชำระที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต ชำระออนไลน์ เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาห้องพัก มีให้เลือกหลากหลาย และ ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านสุขอนามัย (Hygiene)

ปัจจัยด้านสุขอนามัย (Hygiene)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ห้องพักมีความสะอาด	4.21	.75	มากที่สุด
จัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือเจลแอลกอฮอล์	4.20	.85	มาก
อย่างเพียงพอ และจัดวางในบริเวณที่เหมาะสมใช้งานได้สะดวก			
ห้องอาหารมีความสะอาด	4.08	.87	มาก
สภาพการระบายอากาศห้องพักและพื้นที่สาธารณะ	4.00	.87	มาก
มีการใช้เทคโนโลยีในการฆ่าเชื้อ เช่น การฆ่าเชื้อด้วย รังสียูวี	3.97	.89	มาก
เทคโนโลยีเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น			
เฉลี่ยรวม	4.09	.85	มาก

จากตารางที่ 3 ด้านสุขอนามัย (Hygiene) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ห้องพักมีความสะอาด รองลงมาคือ จัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างเพียงพอ และจัดวางในบริเวณที่เหมาะสมใช้งานได้สะดวก และห้องอาหารมีความสะอาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านสภาพแวดล้อม (Environment)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มีการระบายอากาศที่ดี มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอ	4.12	.89	มาก
ภายในอาคาร			
มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาด (เอกสารหรือบุคลากรหรือ	4.11	.80	มาก
ป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน			
ความสะอาดโดยรอบโรงแรม	4.09	.84	มาก
โรงแรมมีสิ่งแวดล้อมที่ดี	4.09	.86	มาก
พื้นที่สาธารณะมีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อตลอดเวลา	3.93	.89	มาก
เฉลี่ยรวม	4.07	.87	มาก

จากตารางที่ 4 ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการระบายอากาศที่ดี มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอภายในอาคาร รองลงมาคือ มีคำแนะนำและข้อปฏิบัติตนเกี่ยวกับโรคระบาด (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน และปัจจัยด้านความสะอาดโดยรอบโรงแรม ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความปลอดภัย (Safety)

ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มีการจัดเตรียมเจลล้างมือ หน้ากาก รวมทั้งผ้าเช็ดตัวสำหรับแขกที่มาพัก	4.22	1.78	มากที่สุด
พนักงานมีการแต่งตัวมิดชิด ใส่หน้ากาก และมีการตรวจอุณหภูมิร่างกาย	4.08	.93	มาก
ผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก ให้ปฏิบัติตามมาตรการที่ราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด	4.04	.89	มาก
โรงแรม ที่พัก ผ่านเกณฑ์ประเมิน Thai Stop COVID plus และมี Certificate	4.02	.90	มาก
แสดงในบริเวณที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน			

มีการใช้เทคโนโลยีในโรงแรมเพื่อลดการแพร่เชื้อโรค	3.91	.87	มาก
เฉลี่ยรวม	4.05	1.07	มาก

จากตารางที่ 5 ด้านความปลอดภัย (Safety) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดเตรียมเจลล้างมือ หน้ากาก รวมทั้งตู้ฆ่าเชื้อโรคสำหรับแขกที่มาพัก รองลงมาคือ พนักงานมีการแต่งตัวมิดชิด ใส่หน้ากาก และมีการตรวจอุณหภูมิร่างกาย และผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก ให้ปฏิบัติตามมาตรการที่ราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(Facilities)

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การจัดบริการในสถานบริการภายในโรงแรม เช่น ฟิตเนส สปา สถานบันเทิง และอื่น ๆ ปฏิบัติตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting)	4.11	.82	มาก
การดำเนินการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างละเอียดถี่ถ้วน	4.08	.84	มาก
การสถานที่ให้บริการคำนึงถึงการเว้นระยะห่าง	4.00	.83	มาก
มีการปรับลดความจุในพื้นที่	3.99	.88	มาก
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันจากโรคระบาดทางเดินหายใจอย่างละเอียด	3.98	.86	มาก
เฉลี่ยรวม	4.03	.85	มาก

จากตารางที่ 6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดบริการในสถานบริการภายในโรงแรม เช่น ฟิตเนส สปา สถานบันเทิง และอื่น ๆ ปฏิบัติตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) รองลงมาคือ มีการดำเนินการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างละเอียดถี่ถ้วน และสถานที่ให้บริการคำนึงถึงการเว้นระยะห่าง ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการบริการ (Service)

ปัจจัยด้านการบริการ (Service)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.27	.86	มากที่สุด
พนักงานแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน	4.25	.82	มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน	4.20	.82	มาก
พนักงานให้บริการเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	4.20	.82	มาก
พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.13	.85	มาก
เฉลี่ยรวม	4.21	.83	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 ด้านการบริการ (Service) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานให้บริการ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รองลงมาคือ พนักงานแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน และพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจการเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์
วิกฤตโรคระบาดโควิด-19

แรงจูงใจการเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาด โควิด-19	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านการบริการ (Service)	4.21	.68	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า (Price and Value)	4.15	.66	มาก
ปัจจัยด้านสุขอนามัย (Hygiene)	4.09	.66	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	4.07	.70	มาก
ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)	4.05	.80	มาก
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	4.03	.66	มาก
เฉลี่ยรวม	4.10	.69	มาก

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าพักโรงแรมในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า ปัจจัยด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

4. การทดสอบความสัมพันธ์ (Chi-Square) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจ เข้าพักโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19

การทดสอบความสัมพันธ์ (Chi-Square) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจ เข้าพักโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 โดยมีระดับความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปผลได้ดังนี้ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.501) เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.167) เพศไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.201) เพศไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.354) เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.303) และเพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.303)

อายุไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.068) อายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.107) อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.718) อายุไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.957) แต่อายุมีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.00) และอายุมีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.00)

สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.531) สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.195) สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.306) สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.142) แต่สถานภาพมีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.00) และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.015)

ภูมิลาเนามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.006) ภูมิลาเนามีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.018) ภูมิลาเนามีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.002) แต่ภูมิลาเนาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.453) ภูมิลาเนาไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.719) และภูมิลาเนาไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.05)

การศึกษามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.00) การศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.025) การศึกษามีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.00) การศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.003) แต่การศึกษามีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.775) และการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.05)

อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.00) อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.00) อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.00) อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.02) อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.038) แต่อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.066)

รายได้ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางขณะมาเข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงราย (Sig. = 0.015) รายได้มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก (Sig. = 0.002) รายได้มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจองห้องพัก (Sig. = 0.00) แต่รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig. = 0.729) รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการเข้าพัก (Sig. = 0.057) และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Sig. = 0.277)

5. ข้อคิดเห็นและเสนอแนะอื่น ๆ สามารถอธิบายแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านราคาและความคุ้มค่า สามารถสรุปได้ว่า ราคามีความเหมาะสมกับที่พัก คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายเป็นราคาที่เหมาะสมไม่สูงเกินไป และนักท่องเที่ยวไทยเข้าถึงได้ แต่ราคามีไม่หลากหลายมากนักและควรมีโปรโมชั่นมากกว่านี้

ด้านสุขอนามัย สามารถสรุปได้ว่า โรงแรมส่วนใหญ่มีการทำความสะอาดที่เหมาะสมต่อสถานการณ์โควิด-19 มีการจัดการด้านสาธารณสุข แต่ควรการบริการเจลแอลกอฮอล์และเจลล้างมือมากกว่านี้ รวมถึงการบริการหน้าากอนามัยตามจุดสาธารณะของโรงแรม

ด้านสภาพแวดล้อม สามารถสรุปได้ว่า โรงแรมส่วนใหญ่มีการระบายอากาศที่ดี อากาศปลอดโปร่งไม่อึดอัดคับแคบ สิ่งแวดล้อมโดยรวมมีมาตรฐานยอมรับได้

ด้านความปลอดภัย สามารถสรุปได้ว่า โรงแรมมีการจัดวางเครื่องวัดอุณหภูมิบริเวณจุดเข้าออก แต่ควรเพิ่มจุดที่แขกในโรงแรมใช้ร่วมกัน สำหรับภายนอกมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีการรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง แต่ควรเพิ่มกล้องวงจรปิด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสรุปได้ว่า โรงแรมมีสัญลักษณ์และป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติในสถานการณ์โควิด-19 โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ความเหมาะสมกับราคาที่จ่าย แต่มีค่อนข้างน้อยเพราะถูกจำกัดด้วยจำนวนและข้อปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุข อาทิ ห้องบันเทิงสันทนาการ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และสปา เป็นต้น ในห้องพักควรมีสบู่และแชมพูให้มากกว่านี้

ด้านการบริการ สามารถสรุปได้ว่า พนักงานให้บริการดี สุภาพ เป็นมิตร แต่บริการช้าเนื่องจากพนักงานมีน้อย อาหารไม่หลากหลายเหมือนก่อนสถานการณ์โควิด-19

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป สามารถอธิบายได้ 2 รูปแบบ กล่าวคือ

1. พฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นของหน่วยงานภาครัฐ ด้วยมาตรการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดให้ประชาชนใช้สิทธิ์เข้าร่วมโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” ครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2563 มีการทำโปรโมชั่นที่หักให้ราคาถูกลง หรือมีแพ็คเกจห้องพักราคาพิเศษ อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่ำกว่า 2,000 บาทต่อครั้งมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสมร และอรอนงค์ เดชมณี (2563) ที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนคนไทยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักและงานวิจัย กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย TAT Review (2022) ระบุว่าโปรโมชั่น ทำให้อยากเดินทางไปเที่ยวที่ที่ให้ประสบการณ์พิเศษที่ไม่สามารถทำได้ในช่วงเวลาที่ราคาปกติ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความคิดเห็นว่าเป็นราคาที่สามารถจ่ายได้ มีความคุ้มค่า และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 ด้านงบประมาณที่ใช้ มีสัดส่วนภาพรวมของการใช้จ่ายที่ลดลง แต่มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในหมวดหมู่ของการเดินทางหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการต้องระมัดระวังมากขึ้น เลือกร้านอาหารที่มีคุณภาพดี มีมาตรฐานมากขึ้น

2. พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การปิดประเทศทำให้ไม่สามารถเดินทางเดินทางออกนอกประเทศได้ นักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่คนไม่พลุกพล่าน และสามารถเที่ยวใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไปได้ เป็นกลุ่มเดินทางเฉพาะครอบครัว สอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าระยะเวลาการเข้าพัก 1 คืนมีมากที่สุด (พชรพจน์ นันทธามาต, กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์, 2563) อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลวิจัย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือมากที่สุด ด้วยเหตุผลด้านความปลอดภัยจากโควิด-19 ในการท่องเที่ยว หลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีคนเยอะ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้มีการปิดน่านฟ้า ยกเลิกการเดินทางระหว่างประเทศรวมทั้งประเทศไทยเพื่อหยุดการแพร่กระจายของเชื้อโรค ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องพึ่งพีนักท่องเที่ยวชาวไทยในการขับเคลื่อนธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้คนไทยเที่ยวในประเทศอย่างเป็นทางการหลังจากที่รัฐบาลสามารถรับมือกับการระบาดของโควิด-19 ได้ ทำให้ประชาชนมีความมั่นใจมากขึ้นที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายใต้มาตรการสาธารณสุขต่าง ๆ อาทิ มาตรฐาน SHA+ และ COVID Free Setting เป็นต้น แม้ว่าปัจจัยด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจะมีความสำคัญกับการเลือกที่พัก แต่จากผลของการวิจัยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายยังให้ความสำคัญกับการบริการมากที่สุด ซึ่งการบริการเป็นประเด็นสำคัญของงานโรงแรมตั้งแต่อ่อนสถานการณ์โควิด-19 กระทั่งเมื่อเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีมากขึ้น แต่ยังคงคุณค่าและให้ความสำคัญกับการได้รับบริการ หลายโรงแรมที่ไม่เคยรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเนื่องจากตลาดเดิมรับเฉพาะชาวต่างชาติ ต้องปรับเปลี่ยนมารับนักท่องเที่ยวชาวไทย

และด้วยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความหลากหลาย ทำให้หลายโรงแรมต้องมีการปรับกลยุทธ์ การดำเนินงานและ การบริการเพื่อรับนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ ที่พักมีสไตล์การตกแต่ง มีบริการที่ได้มาตรฐาน และราคาเหมาะสม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ภาครัฐต้องออกมาตรการต่าง ๆ ทั้งด้านสาธารณสุขและการกระตุ้นเศรษฐกิจในเวลาเดียวกัน ดังนั้นอาจมีการศึกษานโยบายของภาครัฐที่ออกมากระตุ้นเศรษฐกิจในแต่ละครั้ง
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละกลุ่ม เพื่อประโยชน์ในการวางแผนดำเนินธุรกิจและทำการตลาด
3. ควรมีการศึกษาผู้ประกอบการในด้านการดำเนินธุรกิจ แผนกลยุทธ์ และการรับมือกับระดับความรุนแรงของสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ระยะตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (พ.ศ. 2565) ได้แก่ 1) ระยะก่อนเกิดการระบาดในประเทศ (ธันวาคม 2562) 2) ระยะแรกของการระบาดในประเทศ (31 มกราคม 2563 – 3 พฤษภาคม 2563) 3) มาตรการผ่อนคลายเป็นช่วงสถานการณ์ (4 พฤษภาคม – 14 ธันวาคม 2563) 4) สถานการณ์โรคระบาดระลอกที่ 2 (15 ธันวาคม 2563 – 31 มีนาคม 2564) 5) สถานการณ์โรคระบาดระลอกที่ 3 (1 เมษายน – 31 ธันวาคม 2564) และ 6) ระยะเวลาที่เกิดการระบาดในประเทศ คลื่นลูกที่ 4 (1 มกราคม 2565 – 1 กรกฎาคม 2565)

จากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้อยู่ในช่วงระหว่างสู่โรคประจำถิ่นหรือระยะที่ 6 เป็นช่วงที่สถานการณ์ได้คลี่คลายบ้างแล้ว ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเชียงรายจึงอาจแตกต่างจากช่วงเวลาอื่น ๆ ส่งผลต่อการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักโรงแรมในจังหวัดเชียงราย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัดปี 2563* (Domestic Tourism Statistic (classify by region and province 2020)). ค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.mots.go.th/news/category/594>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *แผนและมาตรการการบริหารจัดการสถานการณ์โรคโควิด 19 สู่โรคประจำถิ่น*. ค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566 จาก www.spko.moph.go.th/wp-content/uploads/2022/05/แผนและมาตรการ-การบริหารจัดการสถานการณ์โรคโควิด-19.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสมร และอรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(3), 187-201.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ.

- พชรพจน์ นันทรามาศ, กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์. (2563). เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน New Normal: เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน. *Krungthai Compass*, p7.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัท อีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด.
- สำนักงานการท่องเที่ยวต่างประเทศ กรุงเทพมหานคร. (2564). *ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19*. ค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566 จาก <https://iao.bangkok.go.th/content-detail/22438>
- Enrich Hotel Products. (2020). *การจัดแบ่งประเภทของที่พักรวมหรือโรงแรม*. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2566 จาก https://www.enrhotelproducts.co.th/content_topic.php?id=40
- HRNOTE. (2565). *ทำความเข้าใจ crisis Management ในวันนี้โลกนี้ไม่มีความแน่นอน*. ค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566 จาก <https://th.hrnote.asia/personnel-management/220506-crisis-management>
- Krungthai COMPASS. (2563). *Research Note: Krungthai COMPASS ประเมิน “เราเที่ยวด้วยกัน กระตุ้นท่องเที่ยวไทยได้ 3.6-6.2 หมื่นล้านบาท*. Jul 20, 2020.
- TAT Review. (2022). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์ COVID-19*. งานวิจัย กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว ททท. ค้นเมื่อ 9 กันยายน 2566 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/thai-travel-behavior-in-covidmosphere>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd. New York: Harper and Row Publication.