

การศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้ง ในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี

A Study of Tourist's Demand Factors Supporting Toward Glamping Tourism in Camping Area of Saraburi Province

วริทินันท์ ขวัญมงคลชัย¹ พัชร บุญปกครอง¹ เขมมิกา แพงศรีรักษา¹ ประพันธ์พงษ์ ชิดนพงษ์²

Waritinun Kwanmongkonchai¹ Patchara Boonpokrong¹ Khemmika Paengsiriksa¹ Praphunphong Chinnaphong²

Corresponding Author's Email: Waritinun.khwan@vru.ac.th, Patchar.boon@vru.ac.th, Khemmika.paeng@vru.ac.th, praphunphong@vru.ac.th

(Received: February 20, 2023; Revised: June 19, 2023; Accepted: June 20, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้ง (Glamping) และ 2) เปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง (Camping) จังหวัดสระบุรี กลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (F-test หรือ ANOVA) ผลวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท 2) ปัจจัยความต้องการสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านที่พักและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 3) ผลการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี พบว่ารายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้ง แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้ง การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้ง

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the factors affecting the demand for facilities in glamping tourism; and 2) to compare the demand for facilities in glamping tourism within Camping Areas of Saraburi Province. The population group in this study refers to Thai tourists who have traveled to camping areas in Saraburi province, totaling 400 individuals. The data collection tool utilized in this study was a questionnaire, and the statistical analyses employed included percentages, means, standard deviations, t-tests, and one-way ANOVA. The findings of this research indicated that: 1) the majority of tourists were male, aged between 20-40 years old, holding a bachelor's degree, and having a monthly income of 10,001-20,000 baht; 2) overall, the factors influencing the demand for glamping facilities in camping areas in Saraburi province were found to be at a high level, with management being the most significant factor followed by accommodation and amenities; and 3) the comparison of tourist's demand for glamping facilities in camping areas in Saraburi province revealed differences in income, resulting in differences in the level of demand for glamping facilities.

¹ นักศึกษาปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อลองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อลองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

¹ Bachelor's Students, Arts in Tourism Management, Faculty of Management Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage

² Lecturer, Department of Tourism Management, Faculty of Management Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage

Keywords: tourism, glamping tourism, camping tourism

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังได้รับการจัดอันดับในระดับนานาชาติ อาทิ กรุงเทพมหานครได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดใภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเป็นประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2565)

กระแสการท่องเที่ยวของโลกมีแนวโน้มมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มเริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติ และเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อหลายประเทศได้มีมุมมองที่สำคัญว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างขาดความระมัดระวังทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว จึงมีการพัฒนาวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมาเป็นการบริหารจัดการและการเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ แต่ได้พัฒนาเป็นการหาความรู้ การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติ และเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำหาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

แกลมปีงเป็นการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งที่หรูหรากว่าแคมป์ปิ้งทั่วไป ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกลางแจ้งแบบเต็มระบบ (Full option) ที่ไม่ได้ลดความสะดวกสบาย

ของนักท่องเที่ยว (Brand Age online, 2565) นอกจากนี้ในช่วงโควิด-19 ที่ทำให้คนไทยหาธรรมชาติ อยากออกไปสูดอากาศมากกว่าเดิม ยิ่งเป็นการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกลางแจ้งเป็นที่นิยมขึ้น รวมไปถึงการท่องเที่ยวแบบแกลมปีงโดยบริษัท Global Information Inc. ได้ประมาณขนาดตลาดของธุรกิจแกลมปีงในตลาดโลก โดยระบุว่าในระหว่างปี ค.ศ. 2021-2027 คาดว่าธุรกิจเกี่ยวกับแกลมปีงจะขยายตัวปีละประมาณร้อยละ 5.3 จนมีมูลค่าสูงถึง 3.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ค.ศ. 2027 (Global Information Inc, 2022) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เปิดเผยถึงแนวโน้มสำคัญของนักเดินทางชาวไทยว่านิยมท่องเที่ยวสถานที่ใกล้ๆ ซึ่งมีความคุ้นเคย และพร้อมสัมผัสกับความสวยงาม ปลอดภัยมากขึ้น ส่วนด้านพฤติกรรมนักเดินทางจะตระหนักและคำนึงถึงการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลและความปลอดภัยด้านสุขอนามัยควบคู่ไปด้วยเสมอ รวมทั้งนิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากขึ้น โดยเลือกเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ เดินทางในระยะสั้นและมองหาพื้นที่พักผ่อนซึ่งไม่ไกลมากนัก ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นหนึ่งในเหตุผลทำให้กระแสการพักแรมสไตล์คัมป์ตั้งแคมป์ “Camper” กลับมาเป็นที่นิยม ผู้คนมองหาจุดกางเต็นท์เพื่อตั้งแคมป์ดีๆ โหยหาธรรมชาติแบบสุดขีดเพื่อสูดกลิ่นอายธรรมชาติที่บริสุทธิ์ (สุประภา สมนักพงษ์, 2560) ส่วนประโยชน์ของแกลมปีงนั้นจะจัดให้มีความสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีความหรูหราได้สัมผัสกับธรรมชาติ มีรูปแบบที่พักที่เป็นเอกลักษณ์และหลากหลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวสามารถหาประสบการณ์ใหม่ ในรูปแบบธรรมชาติเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงผู้คนหรือความแออัดจึงเข้าหาธรรมชาติมากขึ้นและมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมากมาย ในขณะเดียวกันเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบแกลมปีงมีความน่าสนใจและมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งธุรกิจแกลมปีงเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ ส่งผลให้มีข้อมูลหรืองานวิจัยที่กล่าวถึงแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทนี้ไม่มากนัก และเนื่องจากผู้ประกอบการมีความต้องการที่พักประเภทแกลมปีงให้เพิ่มจำนวนมากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อผู้เดินทางเข้ามาใช้บริการในอนาคต โดย The Business Research Company (2021) ได้รายงานว่ามีมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวสไตล์แคมป์ปิ้งทั่วโลกนั้น

ได้มีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตจาก 6.2 หมื่นล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นเป็น 6.89 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2565 ที่อัตราการเติบโตต่อปี ร้อยละ 11.2 และคาดว่าจะขึ้นสูงถึง 1 แสนล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ. 2569 หรือเติบโตขึ้นอีก ร้อยละ 9.9 จึงควรมีการกำหนดมาตรฐานในการให้บริการ ธุรกิจประเภทนี้ให้มีความชัดเจน และควรมีการสนับสนุน รวมถึงการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานการท่องเที่ยว รวมถึงภาคเอกชน เพื่อให้เกิดพัฒนาด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ องค์ความรู้ในการบริหารคน การออกแบบ และมาตรฐานต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจแกลมบิ้งภายใต้สถานการณ์โควิด-19 และการแข่งขันของธุรกิจคู่แข่งที่เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบเดียวกัน หรือรูปแบบอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ในขณะที่จังหวัดสระบุรี เป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคกลางซึ่งมีข้อได้เปรียบในเรื่องของการเดินทางเข้าถึงเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 107 กิโลเมตร มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก เป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านระหว่างภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือและยังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความหลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังมีความสมบูรณ์ ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทผจญภัยสามารถทำได้หลากหลาย จนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติและการแกลมบิ้งเพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งนี้จังหวัดสระบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น อุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกซับเหว อุทยานแห่งชาติน้ำตกสามหลั่น สวนรุกขชาติและน้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกเหวน้อยซึ่งเมื่อพิจารณาถึงระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้จังหวัดสระบุรีเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติ เนื่องจากการเดินทางไม่ไกลมาก และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสระบุรี

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรีเพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแกลมบิ้งเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรีตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานในงานวิจัย

นักท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของ Cochran (1977) ในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 385 คน และเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงเพิ่มจำนวนประชากรอีกร้อยละ 4 จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่แคมป์ปิ้งของเอกชนในจังหวัดสระบุรี เพื่อศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากการตั้งแคมป์ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่หรูหรา ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในพื้นที่นี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนพัฒนาในการพัฒนาเป็นพื้นที่แกลมบิ้งได้ในอนาคต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

- 1) ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยคำตอบเป็นแบบตัวเลือก (Check list) ให้เลือกตอบ 2) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) กำหนดน้ำหนักของคะแนนเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) 3) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี

3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยใช้ IOC (Index of Item Objective Congruence) ได้รับการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.80 และทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ในพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ จังหวัดนครนายก จำนวน 30 ชุด โดยได้ค่าความเชื่อมั่น 0.94 จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตัวเองจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (Means) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.3 สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

5.3.1 การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (F-test or ANOVA) ใช้ในการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี

5.3.2 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open - Ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	207	51.75
หญิง	193	48.25
รวม	400	100
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	46	11.50
20-40 ปี	266	66.50
41-60 ปี	80	20.00
61 ปี ขึ้นไป	8	2.00
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	22	05.50
มัธยมศึกษา หรือ ปวช./ปวส.	80	20.00
ปริญญาตรี	288	72.00
สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.50
รวม	400	100
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	187	46.75
ข้าราชการ/วิสาหกิจ/ผู้ประกอบการ ในหน่วยราชการ	98	24.50
พนักงานภาคเอกชน/รับจ้าง	55	13.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	40	10.00
อาชีพอิสระ	20	5.00
รวม	400	100
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	126	31.50
10,001 – 20,000 บาท	157	39.25
20,001 – 30,000 บาท	63	15.75
30,001 – 40,000 บาท	28	7.00
40,001 บาท ขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-40ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ตารางที่ 2 ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยความต้องการ สิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยว แบบแกลมบิ้ง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. สิ่งดึงดูดใจ	4.49	0.45	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.50	0.42	มากที่สุด
3. ความสามารถในการเข้าถึง	4.42	0.48	มากที่สุด
4. กิจกรรม	4.43	0.49	มากที่สุด
5. ที่พัก	4.50	0.48	มากที่สุด
6. การบริหารจัดการ	4.54	0.43	มากที่สุด
7. การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว	4.49	0.47	มากที่สุด
รวม	4.49	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D.= 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยความต้องการสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 4.54$, S.D.= 0.43) รองลงมาคือด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.48) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.42) ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.49$, S.D.= 0.47) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.49$, S.D.= 0.45) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 4.43$, S.D.= 0.49) และด้านที่น้อยที่สุดคือด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.48)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ สิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี	เพศ		อายุ		ระดับ การศึกษา		อาชีพ		รายได้ ต่อเดือน	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.11	0.74	0.44	0.72	0.30	0.82	1.93	0.10	3.07	0.02*
2. ด้านอำนวยความสะดวก	1.43	0.23	1.22	0.30	0.09	0.97	1.18	0.32	1.59	0.18
3. ด้านความสามารถในการเข้าถึง	0.64	0.43	0.41	0.75	0.64	0.59	2.52	0.04*	2.54	0.04*
4. ด้านกิจกรรม	2.58	0.11	1.80	0.15	0.27	0.85	2.27	0.06	2.71	0.03*
5. ด้านที่พัก	0.41	0.52	2.88	0.04*	1.15	0.33	1.11	0.35	0.90	0.47
6. ด้านการบริหารจัดการ	7.95	0.01*	0.30	0.83	0.32	0.81	0.78	0.54	1.10	0.36
7. ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว	0.14	0.70	2.19	0.90	0.20	0.90	2.30	0.06	1.58	0.18
รวม	0.04	0.83	1.77	0.15	0.41	0.74	1.82	0.12	2.55	0.04*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรีตามปัจจัยส่วนบุคคลด้วยค่าสถิติ F-test (ANOVA) พบว่า โดยภาพรวมเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

กัน มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งแตกต่างกัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

เพศ ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ด้านการบริหารการจัดการแตกต่างกัน

อายุ ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ด้านที่พักแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งไม่แตกต่างกัน

อาชีพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ด้านความสามารถในการเข้าถึงแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านกิจกรรมแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้งจังหวัดสระบุรี พบว่านักท่องเที่ยว มีความต้องการสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการ (Administration) ในประเด็นด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ (1) ต้องการให้มีพนักงานที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลและบริการที่ดีระหว่างที่พักในพื้นที่แกลมบิ้ง (2) ต้องการให้ผู้ประกอบการในพื้นที่แกลมบิ้งมีการให้บริการที่มีมาตรฐานแก่นักท่องเที่ยว (3) ต้องการให้มีระบบการสำรองพื้นที่และที่พักที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 2) ด้านที่พัก (Accommodation) ในประเด็นด้านที่พัก ได้แก่ (1) ต้องการที่พักที่มีความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) (2) ต้องการที่พักที่มีอุปกรณ์ให้บริการทันสมัย (3) ต้องการที่พัก ที่มีระบบการจัดการภูมิทัศน์ที่ดี และ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ในประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ (1) ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (2) ต้องการท่องเที่ยวในพื้นที่แกลมบิ้งที่มีพื้นที่บริการสำหรับเตรียมอาหารและจัดเก็บอาหารอย่างเพียงพอ (3) ต้องการท่องเที่ยวในพื้นที่แกลมบิ้งที่มีห้องน้ำ

ห้องสุขาที่สะอาดและมีจำนวนเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับ ธนกรนภพรหม สงสาคร และ ศิริสุดา พรหมศิริ (2564) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความต้องการมากที่สุดของคูปองการท่องเที่ยว (5 As) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ ธรรมชาติที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์ของสถานที่แคมป์ปิ้ง มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพราะนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในด้านสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาแคมป์ปิ้ง 2) ด้านความสะดวกในการเดินทาง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ บริการรองรับความปลอดภัยในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.80 อยู่ในระดับมาก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะคำนึงความปลอดภัยในการเดินทาง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ จุดตั้งขะมีหลายจุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับมาก เนื่องด้วยสถานที่การตั้งแคมป์ปิ้งนั้น มีการบำรุงดูแลรักษาเพื่อไม่ให้ทรัพยากรในพื้นที่ถูกทำลาย 4) ด้านการบริการที่พัก มีค่าเฉลี่ยมาก 3.82 คือ บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการกางเต็นท์เพราะนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการอำนวยความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมพื้นที่ เมื่อได้มาท่องเที่ยว และ 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ความเหมาะสมของพื้นที่การจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.79 ที่อยู่ในระดับความต้องการมาก เพราะนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการจัดสรรพื้นที่ทำกิจกรรมแคมป์ปิ้งได้อย่างเหมาะสม และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง และยังคงสอดคล้องกับ ทัศนวิสัย พัฒนาโกคนสกุล สุภัทรา สังข์ทอง และ นิमित ชื่นสัน (2565) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งว่าการพัฒนาแกลมบิ้งเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านการบริหารจัดการ และที่สำคัญคือการร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership หรือ PPP) เพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานการบริการและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในอนาคต

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรีตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ

อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง โดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงขึ้น มักมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหราและมีคุณภาพมากขึ้น สอดคล้องกับ ภาณี อมรินทร์รัตน์ (2561) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนกรณีศึกษาชุมชน 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีระดับความต้องการในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ กัญจน์ มั่นจีระ และ คณะ (2564) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ปิ้งจังหวัดนครนายก พบว่าความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และอายุ พบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อพิจารณารายด้าน จะพบว่าการจำแนกตาม เพศ อาชีพ และ อายุ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการมากที่สุด รองลงมาคือด้านที่พัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ในขณะที่ผลการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งในพื้นที่แคมป์ปิ้ง จังหวัดสระบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความต้องการต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้งโดยภาพรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่แกลมบิ้งควรจัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการให้ข้อมูลรวมถึงการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีการบริการที่เป็นมาตรฐาน และพัฒนาระบบการสำรองพื้นที่เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวแกลมบิ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่แกลมบิ้งควรจัดให้มีการวางแผนการจัดการด้านที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านความสะดวกที่ได้มาตรฐานด้านสุขอนามัย อุปกรณ์ในที่พักรวมทั้งความทันสมัย และจัดภูมิทัศน์ภายในพื้นที่ให้สวยงาม

3. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่แกลมบิ้งควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว มีพื้นที่บริการสำหรับเตรียมอาหารและจัดเก็บอาหารอย่างเพียงพอ รวมถึงมีการบริการห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาดและเหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแกลมบิ้งเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจแกลมบิ้งในอนาคต

2. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแกลมบิ้ง

เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์ มั่นจีระ, จูติมนต์ พรนิกุลพงศ์, มนรดา ถาวร, ศิริวีร์ เลิศรัตติพงษ์, กฤตเมธ รอดผล, ณัฐทริกา ป้องกัน และ ภริตา บุญนำ (2564). รายงานการวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ปิ้ง จังหวัดนครนายก (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, สุภัทรา สังข์ทอง และ นิमित ชื่นสัน. (2565). การพัฒนาแกลมบิ้งเพื่อการท่องเที่ยว. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 4(2), 94-109.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564, 7 ธันวาคม). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2565, 24 พฤศจิกายน). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2. สืบค้นจาก https://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f20052216244626.pdf
- ธนกนกพรหม สงสาคร และ ศิริสุดา พรหมศิริ. (2564, ตุลาคม). แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 7: การเปลี่ยนผ่านทางการท่องเที่ยวสู่วิถีปกติที่ดีขึ้น, อุบลราชธานี.
- ราณี อมรินทร์รัตน์. (2561). การศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาชุมชน 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนาโดยออลกรณีย์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(2), 86-94.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 10(3), 2055-2068.
- Brand Age online. (2565, 16 มกราคม). จาก *Camping สู่ Glamping เทรนด์ท่องเที่ยวแบบกลางแจ้ง*. สืบค้นจาก <https://www.brandage.com/article/29293/Camping-Glamping>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Global Information Inc. (2022, 5 January). ตลาดสินค้า "แกลมปี้ง (Glamping)" ในญี่ปุ่น. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/753028/753028.pdf
- The Business Research Company. (2021, January 18). *Camping and caravanning global market report 2022 by type RV (Recreational vehicle) parks and campgrounds, recreational and vacation camps) market size, trends, and global forecast 2022-2026*. Retrieved from <https://www.thebusinessresearchcompany.com/camping-and-caravanning-global-market-report>