

คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา Accommodation Attribute toward the Length of Stay of Tourists in Phranakhon Si Ayutthaya

มนภัทร บุซปฤกษ์¹

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) ศึกษาปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 คนที่มาพักแรมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพัก คือ ความสะอาดของห้องพัก การมีงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น 2) ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านราคา ดังนั้นผู้ประกอบการภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดทั้งสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาสภาพที่พักให้อยู่สภาพที่เหมาะสมพร้อมบริการเพื่อเพิ่มระยะเวลาการเข้าพัก รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนให้มีการกิจกรรมที่สร้างภาพลักษณ์ต่องานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น

คำสำคัญ : ที่พัก ระยะเวลาการเข้าพัก

Abstract

The objectives of this study were 1) to examine behavior toward decision making to select accommodation of staying in Phranakhon Si Ayutthaya, and 2) to study factors of the length of stay of tourists. Quantitative research was used in this research. Data was collected from 400 samples from both Thai and foreign 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) behavior toward decision making to select accommodation was the cleanliness of the rooms and the local festival; 2) factors of the length of stay of tourists consisted of the service, facilities and accommodation, safety, and prices, respectively. Therefore, private sectors should pay attention to cleanliness of accommodation and tourist attractions, and maintain the accommodation to be in an appropriate condition with prompt service 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 local festivals.

Keywords: Accommodation, Length of stay

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : nui.monnapat@gmail.com

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 17 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 19 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

รายได้หลักของประเทศไทยนั้น นอกจากเกิดจากการส่งออกสินค้าที่จำเป็นประเภทอาหารแล้ว รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้ที่สำคัญของประเทศด้วยเช่นกัน เนื่องจากส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งภูมิภาคของประเทศทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจบริการ ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในระบบการท่องเที่ยวของประเทศไทย ธุรกิจที่พักแรมตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆจึงเกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยี่ยมเยือนเพื่อพักผ่อน เดินทางมาเพื่อเหตุผลทางธุรกิจและพักผ่อนเพื่อได้สัมผัสกับบรรยากาศการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีกด้วย ธุรกิจที่พักจึงจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในธุรกิจบริการที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐทั้งในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัดส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านที่พักมากขึ้นเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยว

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562) พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหนึ่งในจังหวัดในภาคกลางที่จำนวนห้องพักของนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับต้นและมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนรวมประมาณ 8.3 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นรายได้ถึง 19 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2561

รายการ	อัตราการเปลี่ยนแปลง Percentage change (%)	
	2560 (2017)	2561 (2018)
จำนวนห้อง (ห้อง)	1.2	6.9
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	5.8	9.4
ชาวไทย	5.9	10.9
ชาวต่างประเทศ	5.2	5.1
จำนวนนักท่องเที่ยว ^{1/}	3.4	5.3
ชาวไทย	3.5	5.7
ชาวต่างประเทศ	3.0	3.9

ภาพที่ 2 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 - 2561

ที่มา: สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2562

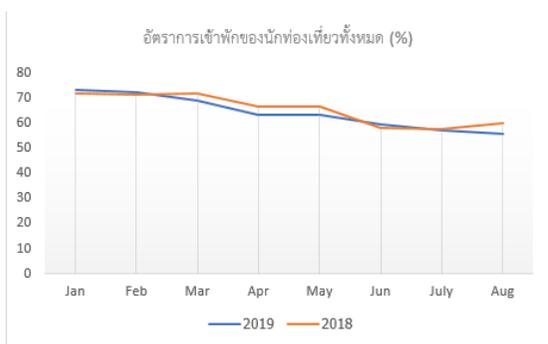
จังหวัด	ห้องพัก (ห้อง) Room	ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor)		รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) Tourism receipt (Mill. Baht)
		นักท่องเที่ยว Tourist	นักทัศนาจร Excursionist	
ภาคกลาง	195,561	53,835,233	52,724,181	524,662.87
สมุทรปราการ	4,380	1,037,246	2,336,393	6,611.44
นนทบุรี	3,177	962,260	1,701,765	4,356.97
ปทุมธานี	2,702	679,015	1,419,329	3,391.23
พระนครศรีอยุธยา	5,312	1,723,710	6,625,903	19,016.22
อ่างทอง	498	285,797	530,835	993.54

ภาพที่ 1 สถานที่พักแรม ห้องพัก ผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นรายจังหวัด ภาคกลาง พ.ศ. 2561
ที่มา: สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2562

จากภาพที่ 1 เรื่องสถานที่พักแรม ห้องพัก ผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นรายจังหวัด ภาคกลาง พ.ศ. 2561 (สำนักงานสถิติ

นอกจากนี้จากภาพที่ 2 เรื่องสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 - 2561 พบว่าจำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นการเปลี่ยนแปลงถึงร้อยละ 6.9 ในปี พ.ศ. 2561 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 1.2 (สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562) การเพิ่มขึ้นของอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องพักแสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับงานบริการ ภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ยกกระดับมาตรฐานที่พักเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่อาจเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต รวมทั้งประเภทที่พักที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

จากการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมนั้นส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ในทุกภาคส่วนเพื่อรองรับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อให้ตอบสนองและเป็นไปตามนโยบายตามทิศทางการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศที่เน้นโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระดับกลางถึงบน และเพิ่มรายได้ที่ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว สัมผัสวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา พร้อมการแบ่งปันประสบการณ์จากนักท่องเที่ยว และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญา โดยการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยและเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้นโดยเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดกลางจนถึงขนาดเล็กที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัดหรือมีระยะเวลาที่จำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวนั้นนอกจากขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าของราคาแล้ว ลักษณะอื่นที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน อย่างเช่น ห้องน้ำรวม จักรยานให้เช่า การบริการรถโดยสารสาธารณะ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และร้านอาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 3 อัตราการใช้ห้องพักของนักท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

อย่างไรก็ตามจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยของทางภาครัฐในการกระตุ้นให้เกิดการสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมในปีที่ผ่านมาและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องแต่จำนวนตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวนลดลงในช่วงของเหตุการณ์ท่องเที่ยวและช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 ดังนั้นการเลือกโรงแรมหรือที่พักนั้นจึงเป็นหนึ่งในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญและยังส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ธุรกิจที่พักแรมจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจบริการในพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 ศึกษาปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.31 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักและระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาพำนักในโรงแรมทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล ที่ให้บริการที่พักรับนักท่องเที่ยวในเขต อ.พระนครศรีอยุธยา

1.3.4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม 2562 – กรกฎาคม 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักต่างกันมีผลต่อปัจจัยระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้มุ่งศึกษา ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะเวลาการเข้าพัก วัตถุประสงค์การเข้าพัก การตัดสินใจในการเลือกที่พัก ประเภทของห้องพัก ประเภทของที่พักร และทำเลที่ตั้งของที่พัก ตัวแปรตาม คือ ระยะเวลาในการเข้าพัก ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านวัฒนธรรม ด้านราคา ด้านพนักงานบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูล แบบสอบถามถูกออกแบบมาเป็น 2 ภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยการเลือกนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืนในที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก ใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลจากสำนักสถิติ สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวมีจำนวน 8,954,949 คนในปี พ.ศ. 2561 จึงมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลโดยรวมของนักท่องเที่ยวมาใช้ในการคำนวณ สุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1957) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การสุ่มตัวอย่าง ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 ผูกแบบสอบถามให้กับที่พักในหลายๆระดับทั้งโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก เกสเฮาส์ โฮสเทล และรีสอร์ท ใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา โดยเริ่มจากผูกแบบสอบถามให้กับที่พักโดยให้ทางเจ้าของที่พักหรือพนักงานทำการแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวที่สะดวกในการทำแบบสอบถาม

2.1.2 กำหนดระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามจากที่พัก และเข้าไปรับแบบสอบถามตามระยะเวลาที่กำหนด

2.2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกตอบข้อที่ตรงที่สุด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยระยะเวลาในการเข้าพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงค่าคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น

1 = สำคัญน้อยสุด

2 = สำคัญน้อย

3 = สำคัญปานกลาง

4 = สำคัญมาก

5 = สำคัญอย่างยิ่ง

เป็นคำถามด้านที่พัก 6 ข้อ ด้านวัฒนธรรม 9 ข้อ ด้านราคา 4 ข้อ ด้านพนักงานบริการ 5 ข้อ และด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพัก ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

2.3 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย ทดสอบแบบสอบถามที่ถูกต้องโดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน โดยใช้เครื่องมือ Cronbach Alpha ในการทดสอบความน่าเชื่อถือ กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือมีค่ามากกว่า 0.7 ผลที่ได้จากการทดสอบโดยการให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดพบว่าค่า Cronbach Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 โดยที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.756 จากคำถามทางด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย และค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.919 จากคำถามทางด้านพนักงานบริการ

3. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน พบว่า

3.1.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 51 จำนวน 204 คน และชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 49 จำนวน 196 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49 มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 65.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.8 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว พบว่าระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 46 มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็น

ร้อยละ 55 ผู้เข้าพักส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกที่พักเองคิดเป็นร้อยละ 46.8 ประเภทของห้องพักที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นห้องพักเตียงคู่ คิดเป็นร้อยละ 42.3 ประเภทของที่พักเป็นโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 47.5 และรองลงมาคือ โฮสเทล คิดเป็นร้อยละ 30.8 และทำเลที่ตั้งของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกพักใกล้สถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 39.3

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักพบว่า ในภาพรวมด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยความสะอาดของห้องพักและที่พักรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) ด้านวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอยุธยาอมรดกโลกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.74$) ด้านราคา ห้องพักรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) ด้านพนักงานบริการ การบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ที่พักและห้องพักมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$)

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

4.1 จากการศึกษาประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพักแรมเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21 – 29 ปี โดยสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมส่วนใหญ่เป็นคนไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน อังกฤษ ออสเตรเลีย ตามลำดับ สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

4.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะดวกของห้องพักและที่พักรวมสภาพของห้องพักและการหาที่พักง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alananzeh และคณะ (2018) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณสมบัติของโรงแรมต่อระยะเวลาการเข้าพักและตัวเลือกโรงแรมในเมืองชายฝั่ง กรณีศึกษาอคาบา พบว่าคุณลักษณะของโรงแรมที่สร้างความสำเร็จที่สำคัญ คือ ความสะดวก ความเงียบสงบ การออกแบบ การคุ้มค่ากับเงิน และการหาที่พักง่าย ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Baburaj (2017) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงแรม: กระบวนการตัดสินใจ พบว่า การเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน การซื้อของ การเยี่ยมชมสถานที่ การขนส่ง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ส่วนทางด้านวัฒนธรรมพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกพักยาวนานขึ้นมาจากงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอยุธยา มรดกโลก ที่พักตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ ใกล้แหล่งวัฒนธรรมที่พักรวมห้องพักมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ผ้าไหม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boukas (2008) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คนหนุ่มสาวและจุดหมายปลายทางกรณีศึกษาที่เดลฟี กรีซ พบว่าวัฒนธรรมเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับคุณลักษณะที่ 'สร้าง' จุดหมายปลายทางทางวัฒนธรรม คือ การบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว ความงามของทิวทัศน์และภูมิทัศน์ ความสะดวกของพื้นที่ เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอดีตของสถานที่ เยี่ยมชมอาคารเก่าแก่และอนุสาวรีย์เก่า และการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพักยาวนานขึ้นเนื่องจาก ที่พักและที่พักรวมมีความเหมาะสมกับราคา ที่พักรวมกำหนดราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน และราคาของห้องพักมีให้เลือกหลายระดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี

(2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดและด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนในเรื่องของการบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อลูกค้าได้ และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้ม ด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haarhoff และ Gany (2017) ศึกษาเรื่อง คุณสมบัติที่มีอิทธิพลต่อความน่าดึงดูดของรีสอร์ท: กรณีศึกษาของการเลือกรีสอร์ททิมเบอร์ลี พบว่าในด้านความเป็นมิตรและการบริการจากพนักงาน ระดับความสามารถสูงพนักงาน ทั้งในด้านทัศนคติ การเอาใจใส่ ความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือและการตอบสนองเมื่อต้องติดต่อกับผู้มาเยี่ยมชมที่รีสอร์ทส่งผลต่อระดับความน่าดึงดูดของสถานที่พัก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักรวมห้องพัก การแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่จอดรถ ห้องอาหาร พื้นที่ส่วนกลาง ล็อบบี้ และอื่นๆ และนอกจากนี้การบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย การมีห้องประชุม ร้านค้า และตู้น้ำอัตโนมัติให้บริการลูกค้ายังส่งผลต่อระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fawzy (2010) ได้ศึกษาเรื่องการเลือกที่พักของนักธุรกิจพบว่า นักเดินทางประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Tsai และคณะ (2011) พบว่านักเดินทางชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยของโรงแรมมากที่สุด

4.3 ปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ 1) ด้านพนักงานให้บริการ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย 3) ด้านที่พัก 4) ด้านราคา และ 5) ด้านวัฒนธรรม

โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านพนักงานให้บริการ นักท่องเที่ยวคำนึงถึงการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเป็นสิ่งแรกซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shahzor Jalbani, S. และ Soomro, N. (2017) พบว่า สิ่งแรกของการจัดการที่ดีของโรงแรมคือ พนักงานโรงแรมจะต้องตระหนักถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าและสื่อสารลูกค้าโดยการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีคุณค่ากับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว อีกทั้งการที่พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อลูกค้าได้สามารถสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานที่ดีที่สุด และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้ม ด้วยความเต็มใจของพนักงานให้บริการ

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักและห้องพัก มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่จอดรถ ห้องอาหาร พื้นที่ส่วนกลาง ล็อบบี้ และอื่นๆ และนอกจากนี้ 3) ในด้านที่พัก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย การมีห้องประชุม ร้านค้า และตู้น้ำอัตโนมัติไว้ให้บริการลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumer และ Singh (2014) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความสนใจในด้านความงามของโรงแรม นอกเหนือจากความกว้างของพื้นที่สาธารณะในโรงแรม ห้องพัก โรงแรมในเครือและสถานที่ตั้ง 4) ด้านราคาที่พักมีการกำหนดราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน 5) ด้านวัฒนธรรม การมีงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอุษายามรดกโลก ที่พักตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ ใกล้แหล่งวัฒนธรรม ที่พักและห้องพักมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ผ้าไหม เป็นต้น ปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักนั้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alananzeh, O. A. และคณะ (2018) ซึ่งพบว่า ภาพลักษณ์และปัจจัยด้านชื่อเสียง และปัจจัยด้านพนักงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อจำนวนคืนที่พักในโรงแรม

5. ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากความสะดวกสบายของที่พักแล้ว นักท่องเที่ยวยังคำนึงถึงการบริการของพนักงานมากกว่าปัจจัยอื่น

5.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

1) กำหนดนโยบายให้ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านธุรกิจบริการ ส่งเสริมมาตรฐานการบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

2) ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์เด่นของธุรกิจบริการในพื้นที่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3) หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรบูรณาการร่วมกันในการสร้างมาตรฐานในงานบริการของผู้ประกอบการ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

5.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาคเอกชน

1) ผู้ประกอบการในธุรกิจภาคบริการ ควรให้ความสำคัญกับงานบริการมากกว่าปัจจัยอื่น คือ การบริการด้วยใจ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งจำเป็นที่จับต้องไม่ได้ การบริการที่ประทับใจสามารถเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจพักในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นได้

2) ผู้ประกอบการควรมีความรู้เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละชาติเพื่อสร้างความยั่งยืนในธุรกิจบริการ

3) ผู้ประกอบการที่พักและภาคบริการ ควรเน้นความสำคัญในเรื่องการบริการ พนักงานทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานบริการควรได้รับการอบรมอย่าง

เหมาะสม สร้างความเข้าใจอันดีในงานบริการ สร้างทัศนคติที่ดีต่องานบริการเพราะงานบริการไม่สามารถจับต้องได้ สิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการปรับปรุงพัฒนาให้เกิดทักษะที่ดีในงานบริการกับพนักงานทุกคน อีกทั้งการบริการที่ประทับใจยังส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีงาม เกิดแรงกระตุ้นที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวและพักผ่อนยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำได้อีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 จากผลของงานวิจัยครั้งนี้ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกตามสัญชาตญาณของนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกแถบยุโรปมีแนวโน้มพำนักอยู่เป็นระยะเวลายาวนานกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และควรศึกษาปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเพื่อให้เข้าใจความต้องการพื้นฐาน หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาอยู่ที่สถานท่องเที่ยวที่นั่นเป็นระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น

5.2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องการบริการของพนักงานให้ประทับใจ ทักษะและความสามารถที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการใช้บริการของพนักงาน

5.2.3 ควรศึกษาในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอันพึงมีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในการท่องเที่ยวไปสู่การพัฒนาศักยภาพของที่พักให้ดียิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). อัตราการเข้าพัก

ของนักท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562. จาก <http://www.oic.go.th/fileweb/cabinfoce>

nter2/drawer073/general/data0000/00000064.pdf

สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 – 2561. จาก <http://ayuttaya.nso.go.th/>

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Alanazeh, O. A., Mohammad Al-Badameh, Maaiah, B., Ahmad A. Al-Mkhadmeh. (2018). The Effect of Hotel Attributes on Length of Stay and Hotel choices in Coastal Cities: Aqaba as a Case Study. *Human and Social Sciences*, 45(4), 275-289.

Baburaj. B. (2017). **Factors influencing hotel selection: Decision making process.** Bachelor of Business Administration. International Hospitality Management. The Emirates Academy of Hospitality Management.

Boukas, N. (2008). **Cultural tourism, Young people and destination perception: The case study at Delphi Greece.** Doctor of philosophy in management studies. University of Exeter.

Fawzy, A. (2010). Business Travelers' Accommodation Selection: A Comparative Study of Two International Hotels in Cairo. *International Journal*

of Hospitality & Tourism

Administration, 11(2), 138-156.

Haarhoff, R. and Gany, K. B. (2017). Attributes that influence resort attractiveness: a case study of selected Kimberley resorts. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, 6(3), 1-21.

Jalbani, S. and Soomro, N. (2017). Determinants of Hotel's Service Standard: Reputation and Relationship Orientation. **Journal of Tourism & Hospitality**, 6(1), 1-7.

Kumer, S., & Singh, D. (2014). Exploring Hotel Selection Motives among Indian Tourists. **Indian Journal of Research in Management, Business and Social Sciences**, 2(1), 82-87.

Tsai, H., Yeung, S., & Yim, P. H. L. (2011) Hotel Selection Criteria Used by Mainland Chinese and Foreign Individual Travelers to Hong Kong. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, 12(3), 252-267.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York. : Harper and Row Publications.

