

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท  
จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

TOURISTS BEHAVIOR AND SATISFACTION: A CASE OF TOURISTS STAYED AT XYZ  
RESORT IN KANCHANABURI PROVINCE DURING THE CORONAVIRUS (COVID-19)  
PANDEMIC

จิระพงศ์ เรืองกุล<sup>1</sup> พิชพัทธ์ งามสิน<sup>2</sup> และปรกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์<sup>3</sup>  
Jirapong Ruanggoon<sup>1</sup> Pichaphat Ngamsin<sup>2</sup> and Pakorn Opasvittayarux<sup>3</sup>

<sup>1</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail: jirapong.r@dru.ac.th

<sup>2</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail: pichapat.n@dru.ac.th

<sup>3</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail: pakorn.o@dru.ac.th

<sup>1</sup> Bachelor of Business Administration Program in Human Resource Management  
Faculty of Management Science, Dhonburi Rajchabhat University E-mail: jirapong.r@dru.ac.th;

<sup>2</sup> Bachelor of Business Administration Program in Management  
Faculty of Management Science, Dhonburi Rajchabhat University E-mail: pichapat.n@dru.ac.th;

<sup>3</sup> Bachelor of Business Administration Program in Management  
Faculty of Management Science, Dhonburi Rajchabhat University E-mail: pakorn.o@dru.ac.th

Received February 10,2022  
Revised February 28,2022  
Accepted April 28,2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 336 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักที่ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 336 คน ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวไม่เกิน 2,000 บาท มีการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์ม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี และเดินทางมาด้วยกันเป็นกลุ่มเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ 2) นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

และด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาธุรกิจ ที่พักแรมให้สอดคล้องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมทั้งแนวทางสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### คำสำคัญ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่พักแรม

### ABSTRACT

The research objectives were: 1) to study the accommodation selection behavior of tourists staying at XYZ Resort in Kanchanaburi Province during the coronavirus (Covid-19) pandemic and 2) to study the satisfaction of tourists stayed at XYZ Resort in Kanchanaburi Province during the coronavirus (Covid-19) pandemic by using the concept of service marketing mix. Quantitative research was used as research design. The research instrument was a questionnaire. Data were collected from 336 tourists who stayed at XYZ Resort in Kanchanaburi Province. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results showed that 1) tourists chose to stay in fan rooms with total expenditure less than 2,000 Baht. The accommodation was booked through XYZ Resort's Facebook. Majority of tourists was group of friends 2) the satisfaction of tourists who stayed at XYZ Resort in Kanchanaburi Province were at a moderate level. When considering each of the aspects, including the staff, physical evidence, processes, and price, the satisfaction was at a high level, while place and promotion, the satisfaction was at a moderate level. The results of this research are to suggest the accommodation service providers to improve the business plan that matches with the tourists and to provide them the satisfaction guideline.

### Keywords

Tourist behavior Service marketing mix Accommodation

### ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีความหลากหลาย และมีชื่อเสียง อีกทั้งประเทศไทยยังมีความเป็นเอกลักษณ์ตามแต่ละท้องถิ่น มีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ประกอบกับอัยาศัยไมตรีของคนไทย ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยียน เยือนอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล อย่างไรก็ตามช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาทำให้การท่องเที่ยวในประเทศซบเซา ข้อมูลเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว

ในประเทศ จำนวน 0.09 ล้านคนต่อครั้ง หดตัวร้อยละ 99.32 สร้างรายได้ 4.99 ร้อยล้านบาท หดตัว ร้อยละ 99.45 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 ขณะที่ตั้งแต่เดือน มกราคม-เมษายน พ.ศ. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสะสม จำนวน 24.70 ล้านคนต่อครั้ง หดตัวที่ร้อยละ 50.26 รายได้สะสมจากการท่องเที่ยว 0.19 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 48.34 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 (อรไท ครุฑเวช และคณะ, 2564)

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลากหลาย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน จังหวัดกาญจนบุรีมีภูมิประเทศที่เป็นทั้งป่าเขา แม่น้ำ น้ำตก มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ มีสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี จังหวัดกาญจนบุรียังเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดวาอารามต่าง ๆ หมู่บ้านมอญ หมู่บ้านกะเหรี่ยง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หลาย แห่ง เช่น ทางรถไฟสายมรณะ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ช่องเขาขาด และสุสานพันธมิตร มีเรื่องราวในอดีตมากมายให้น่าศึกษา ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กล่าวมานี้ถือเป็นโอกาสสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาธุรกิจของตนเองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรมทั้ง โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ และโฮมสเตย์ในจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมีเป็นจำนวนมาก ซึ่ง XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี (นามสมมติ) เป็นที่พักหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมอย่างต่อเนื่อง โดยรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำแควน้อย ใกล้กับน้ำตกไทรโยคใหญ่ มีบรรยากาศที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีห้องพัก กิจกรรม และบริการต่าง ๆ รองรับนักท่องเที่ยว

ธุรกิจที่พักแรมมีหลายประเภท หลายระดับราคา มีสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันไป การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกที่พักแบบใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะปัจจัยจาก ส่วนประสมการตลาดบริการ ดังผลการวิจัยของจิราภรณ์ เพ็งโตวงศ์ (2559) พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับผลการวิจัยของอรไท ครุฑเวช และคณะ (2564) พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้พัฒนาธุรกิจรองรับ นักท่องเที่ยวช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดตามเกณฑ์มาตรฐานของ ด้านราคามีการตั้งราคาสินค้าหรือ บริการโดยคำนึงถึงความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคในยุคโควิด-19 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีบริการที่ช่วยลดการสัมผัสหรือการเผชิญหน้า เป็นต้น

เมื่อช่วงเริ่มต้นของการแพร่ระบาดหนักของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) แหล่งท่องเที่ยวและ ที่พักแรมส่วนใหญ่ปิดให้บริการชั่วคราว จนกระทั่งเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น ภาครัฐได้ผ่อนคลายมาตรการ ทำให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเริ่มต้นขึ้นใหม่อีกครั้ง สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ได้ส่งผลต่อวิถีชีวิต และพฤติกรรมของผู้คนในสังคม ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ จากที่พักแรมนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย ที่พักแรมกลับมาเปิดให้บริการ โดยมีมาตรการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา สร้างความมั่นใจความปลอดภัยด้านสุขภาพในการเข้าพักแรมให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ถูกต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2564)

ผู้วิจัยตระหนักถึงปัญหาข้างต้น จึงเห็นควรศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) รวมทั้งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) โดยเลือกใช้กรณีของ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนธันวาคม 2564 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี โดยคำนวณตามคำแนะนำของธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555) ที่ว่า ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตในงานวิจัยนั้น ๆ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 21 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอจึงควรมี 210-420 ตัวอย่าง

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเข้าพักแรม ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรการที่นำมาให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พัฒนาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม

จากนั้นผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาความถูกต้องของข้อคำถาม ความสอดคล้องกับตัวแปรที่ต้องการที่จะ

ศึกษา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ซึ่งพบว่าข้อคำถามที่สร้างขึ้นมานั้นผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าตั้งแต่ 0.70 ทุกข้อ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำไปทดลอง (try out) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับประชากร จำนวน 30 ชุด พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.79 สะท้อนให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากทาง XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในช่วงที่เช็คอินเข้าพักแรม โดยผู้วิจัยได้เข้าไปรับแบบสอบถามกลับคืนในทุกๆ เดือน รวมระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 เดือน ตั้งแต่มีถุนายน 2564 - ธันวาคม 2564 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 336 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอตามขนาดตัวอย่างที่คำนวณไว้ สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) คือข้อมูลที่นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี แสดงความพึงพอใจ หรือรีวิว (reviews) ไว้บนเพจเฟซบุ๊ก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 - ธันวาคม 2564 ทั้งสิ้น 30 รีวิว มาเป็นข้อมูลเสริมประกอบการวิจัย

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลความหมายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของบุญชม ศรีสะอาด (2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจหรือรีวิวของนักท่องเที่ยวในเพจเฟซบุ๊ก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) พิจารณารายละเอียดแล้วนำมาแยกแยะประเด็นตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 165 คน ร้อยละ 58 ส่วนใหญ่อายุ 20-39 ปี จำนวน 219 คน ร้อยละ 65.2 รองลงมา คือ 40-59 ปี จำนวน 75 คน ร้อยละ 22.3 ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 27 คน ร้อยละ 8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน ร้อยละ 4.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 180 คน ร้อยละ 53.6 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 93 คน ร้อยละ 27.7

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน ร้อยละ 10.7 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 27 คน ร้อยละ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน จำนวน 159 คน ร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ อาชีพนักศึกษา จำนวน 72 คน ร้อยละ 21.4 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 66 คน ร้อยละ 19.6 และนักเรียนจำนวน 33 คน ร้อยละ 9.8

## 2. พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

| พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรม     |                      | จำนวน(คน) | ร้อยละ | ลำดับ |
|--------------------------------|----------------------|-----------|--------|-------|
| ประเภทห้องพักที่เลือกใช้บริการ | ห้องแอร์             | 93        | 27.7   | 3     |
|                                | ห้องพัดลม            | 120       | 35.7   | 1     |
|                                | แพพัก                | 96        | 28.6   | 2     |
|                                | กางเต็นท์            | 27        | 8.0    | 4     |
|                                | รวม                  | 336       | 100.0  |       |
| อัตราค่าห้องพักที่ใช้บริการ    | ต่ำกว่า 1,000 บาท    | 48        | 14.3   | 3     |
|                                | 1,000 – 2,000 บาท    | 186       | 55.4   | 1     |
|                                | 2,000 – 3,000 บาท    | 87        | 25.9   | 2     |
|                                | 3,000 – 4,000 บาท    | 15        | 4.5    | 4     |
|                                | รวม                  | 336       | 100.0  |       |
| วิธีการจองห้องพัก              | จองผ่านเฟสบุ๊กที่พัก | 153       | 45.5   | 1     |
|                                | จองผ่านโทรศัพท์      | 99        | 29.5   | 2     |
|                                | เคาน์เตอร์ที่พัก     | 15        | 4.5    | 4     |
|                                | จองผ่านเว็บโกด้า     | 69        | 20.5   | 3     |
|                                | รวม                  | 336       | 100.0  |       |
| ผู้ร่วมเดินทางมาพัก            | คนเดียว              | 11        | 3.3    | 4     |
|                                | คู่รัก               | 92        | 27.4   | 2     |
|                                | เพื่อน               | 179       | 53.3   | 1     |
|                                | ครอบครัว             | 54        | 16.0   | 3     |
|                                | รวม                  | 336       | 100.0  |       |

นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมเลือกเข้าพักห้องพัดลมมากที่สุด จำนวน 120 คน ร้อยละ 35.7 รองลงมา ได้แก่ แพพัก ห้องแอร์ และกางเต็นท์ ร้อยละ 28.6, 27.7 และ 8.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เลือกห้องพักราคา 1,000 – 2,000 บาท ร้อยละ 55.4 รองลงมา ได้แก่ ราคา 2,000 – 3,000 บาท ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท และ ราคา 3,000 – 4,000 บาท ร้อยละ 25.9, 20.5, และ 4.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวจองที่พักผ่านเฟสบุ๊ก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ร้อยละ 45.5 รองลงมา ได้แก่ จองผ่านโทรศัพท์ เว็บโกด้า และเคาน์เตอร์ที่พัก ร้อยละ 29.5, 20.5 และ 4.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่

เข้าพักเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ มากับคู่รัก มากับครอบครัว และมาคนเดียว ร้อยละ 27.4, 16.0 และ 3.3 ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

| ส่วนประสมการตลาดบริการ |                                                                    | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล   |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|---------|
| ผลิตภัณฑ์              | เครื่องใช้ในห้องพัก (เครื่องอาบน้ำ ผ้าขนหนู ไดรเป่าผม)             | 3.13      | 0.92                | ปานกลาง |
|                        | สิ่งอำนวยความสะดวก (อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ตู้เย็น)                 | 3.29      | 0.89                | ปานกลาง |
|                        | ทำความสะอาดห้องพัก ฆ่าเชื้อก่อนที่จะให้ลูกค้าเข้าพัก               | 3.57      | 0.94                | มาก     |
|                        | รวม                                                                | 3.33      | 0.89                | ปานกลาง |
| ราคา                   | ราคามีความเหมาะสมกับกำลังซื้อในช่วงโควิด-19                        | 3.68      | 0.92                | มาก     |
|                        | ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับที่พักอื่น                           | 3.52      | 1.01                | มาก     |
|                        | ราคาห้องพักให้เลือกหลายราคา                                        | 3.64      | 0.87                | มาก     |
|                        | รวม                                                                | 3.61      | 0.80                | มาก     |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย   | การจองห้องพักออนไลน์ เช่น อโกด้า เฟสบุ๊ก                           | 3.53      | 0.86                | มาก     |
|                        | การจองห้องพักโดยตรงกับทางที่พัก                                    | 3.37      | 0.89                | ปานกลาง |
|                        | การจองห้องพักผ่านโทรศัพท์                                          | 3.28      | 0.78                | ปานกลาง |
|                        | รวม                                                                | 3.39      | 0.84                | ปานกลาง |
| การส่งเสริมการตลาด     | จัดแคมเปญให้กับลูกค้าในช่วงโควิด- 19 (ล่องแพเปียกฟรี)              | 3.21      | 0.83                | ปานกลาง |
|                        | จัดส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาพักประจำ                                 | 3.01      | 0.94                | ปานกลาง |
|                        | การให้สิทธิพิเศษจากเว็บไซต์จองห้องพักออนไลน์                       | 3.28      | 0.91                | ปานกลาง |
|                        | รวม                                                                | 3.16      | 0.89                | ปานกลาง |
| บุคลากร                | พนักงานให้บริการโดยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด-19 อย่างเคร่งครัด | 3.54      | 0.86                | มาก     |
|                        | พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร          | 3.80      | 0.83                | มาก     |
|                        | พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร                                    | 3.69      | 0.87                | มาก     |
|                        | รวม                                                                | 3.67      | 0.84                | มาก     |

| ส่วนประสมการตลาดบริการ |                                                                                                | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล   |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|---------|
| กระบวนการ              | ระบบคัดกรองและมาตรการป้องกันโควิด-19                                                           | 3.70      | 0.87                | มาก     |
|                        | กระบวนการจองและชำระค่าที่พักไม่ยุ่งยาก                                                         | 3.47      | 0.89                | ปานกลาง |
|                        | ความสะดวกในการหาข้อมูลที่พัก                                                                   | 3.71      | 0.94                | มาก     |
|                        | รวม                                                                                            | 3.62      | 0.88                | มาก     |
| ลักษณะทางกายภาพ        | การจัดพื้นที่โดยคำนึงถึงความปลอดภัยตามมาตรการป้องกันโควิด-19 (เช่น เว้นระยะห่างภายในห้องอาหาร) | 3.53      | 0.81                | มาก     |
|                        | บรรยากาศบริเวณที่พัก (มีอากาศดี ถ่ายเทเสียบบ)                                                  | 3.76      | 0.75                | มาก     |
|                        | มีเครื่องวัดอุณหภูมิ และเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่างๆ ในพื้นที่                                      | 3.62      | 0.74                | มาก     |
|                        | รวม                                                                                            | 3.63      | 0.73                | มาก     |
| ความพึงพอใจโดยรวม      |                                                                                                | 3.48      | 0.84                | ปานกลาง |

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ดังตารางที่ 2 จะเห็นว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.67) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.61) ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39, 3.33 และ 3.16 ตามลำดับ ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมไว้ว่า ควรประชาสัมพันธ์ที่พักให้นักท่องเที่ยวที่มาน้ำตกไทรโยคใหญ่รู้จักและเข้ามาใช้บริการที่ที่พักแห่งนี้มากขึ้น ควรปรับปรุงพื้นที่จอดรถให้มีที่บังแดด หรือมีต้นไม้ให้ร่มเงา และควรมีกิจกรรมนอกเหนือจากการล่องแพเป็กเพื่อรองรับความต้องการด้านการทำกิจกรรมระหว่างเข้าพักแรม

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาในเพจเฟซบุ๊ก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะดวกของห้องพัก รสชาติของอาหาร ความคุ้มค่าที่ได้มาพักบรรยากาศรอบๆ รีสอร์ท กิจกรรมระหว่างพักแรม การให้บริการของพนักงาน รวมทั้งมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ โดยไม่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตัวอย่างความคิดเห็นดังนี้

*“Life hurt, Nature heal บรรยากาศฟินเวอร์ วิวสวยๆ แบบนี้ ซัปปี้ ไม่มี  
ขาย อาหารอร่อย สดสะอาด ราคาไม่แพง มีมาตรการป้องกันโควิด”*

“บริการดีมากครับ อาหารอร่อย ที่พักสะอาด ราคาถูก โดยรวมประทับใจ  
ครับ กิจกรรมล่องแพสนุกมากครับบรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อน ที่พัก  
บริการดีมากครับ พนักงานปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิดอย่างดีเลยครับ  
มีโอกาสน่าจะไปใช้บริการอีกนะครับ”

“ตรวจวัดอุณหภูมิก่อน ที่พักสะอาด มีเจลแอลกอฮอล์ให้บริการ อากาศเย็น  
สบาย ล่องแพสนุกมากครับ ที่สำคัญอาหารอร่อยมากๆๆ ราคาไม่แพง  
ตอนเช้ามีหมอกเบาๆ ค่ำค่ำกับการมาเที่ยว วิวสวย ถ่ายรูปสวย เจ้าของ  
น้องพนักงานบริการดีเป็นมิตร ประทับใจมากครับ”

## อภิปรายผล

### 1. พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักห้องพัสดุมากที่สุด ส่วนใหญ่เลือกห้องพักที่ราคา 1,000 – 2,000 บาท จองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี และเดินทางมากันเป็นกลุ่มเพื่อนเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมการเลือกเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ กรณีเลือกเข้าพักห้องพัสดุมากกว่าห้องแอร์ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวพิจารณา หรือให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางสุขภาพ โดยการเข้าพักพัสดุนั้นจะสร้างความมั่นใจ เรื่องของการปลอดเชื้อหรือการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) มากกว่าการเข้าพักห้องแอร์ หรืออีกกรณีหนึ่ง พฤติกรรมการจองที่พักช่องทางออนไลน์มากกว่าการเข้าไปติดต่อโดยตรงอย่างชัดเจน ซึ่งช่องทางออนไลน์ช่วยลดการเผชิญหน้า ทำให้ลดโอกาสติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ผลการวิจัย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Shin & Kang, (2020) ที่พบว่า ผู้เข้าพักแรมมีความตั้งใจที่จะเข้าพัก แรมยังสถานที่ซึ่งมีมาตรการหรือเตรียมพร้อมต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงของการติดเชื้อ เช่น การจอง ผ่านระบบออนไลน์ ที่ทำให้ผู้เข้าพักไม่ต้องพบเจอกับพนักงานแบบเผชิญหน้า ลดการสัมผัส และสร้าง มั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยทางสุขภาพให้กับผู้เข้าพักมากยิ่งขึ้น

### 2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมที่ XYZ รีสอร์ท จังหวัด กาญจนบุรี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ตามแนวคิดส่วน ประสมการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละ ด้านจะเห็นว่า ความพึงพอใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางสุขภาพจากการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เกือบทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ดังเช่น ด้านผลิตภัณฑ์ กรณีที่พัสดุ ทำความสะอาดห้องพัก ค่าเช่าก่อนที่จะให้ลูกค้าเข้าพัก ด้านราคา กรณีที่มีการปรับให้เหมาะสมกับ กำลังซื้อในช่วงโควิด-19 ด้านกระบวนการ กรณีการมีระบบคัดกรองและมาตรการป้องกันโควิด-19 ด้านบุคลากร โดยพนักงานให้บริการโดยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด-19 อย่างเคร่งครัด หรือ ด้านลักษณะทางกายภาพ กรณีที่มีการจัดพื้นที่โดยคำนึงถึงความปลอดภัยตามมาตรการป้องกันโควิด-

19 (การเว้นระยะห่างภายในห้องอาหาร) มีเครื่องวัดอุณหภูมิและเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่างๆ ในพื้นที่

ผลการวิจัยนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง เมื่อทางที่พักได้ให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยหรือมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมจึงมีความพึงพอใจ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของอรไท ครุฑเวช และคณะ (2564) ที่ว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องนำแนวคิดส่วนประสมการตลาดมาพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยเฉพาะห้องพักที่ต้องรักษาความสะอาดตามเกณฑ์มาตรฐาน มีการปรับราคาหรือการตั้งราคาโดยคำนึงถึงความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา การลดการสัมผัสหรือเผชิญหน้า การจัดพื้นที่หรือลักษณะทางกายภาพที่คำนึงถึงมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา เช่น การเว้นระยะห่าง การลดความแออัดภายในพื้นที่ การควบคุมการเข้าออกและจำนวนผู้เข้าพัก และการจัดเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ไว้คอยบริการตามจุดต่างๆ อย่างเพียงพอ การจัดสภาพพื้นที่และบริการเพิ่มเติมดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยถือเป็นมาตรการที่มีความจำเป็นในควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา เป็นองค์ความรู้สำคัญในการจัดการภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Prin & Bartels, 2020; ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี และคณะ, 2564) มาตรการดังกล่าวนี้จะสร้างความมั่นใจ และลดความกังวลเรื่องการติดเชื้อไวรัสโคโรนาของนักท่องเที่ยว น่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการ XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ควรปรับปรุงพื้นที่จอดรถให้มีที่บังแดด หรือต้นไม้ให้ร่มเงา และจัดกิจกรรมเสริมไว้รองรับนักท่องเที่ยวระหว่างพักแรม และคงมาตรการที่นำมาใช้ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ต่อไป

2. ผู้ประกอบการที่พักแรมรายอื่นที่ต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ควรนำแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เช่น การทำความสะอาดห้องพัก การพ่นยาฆ่าเชื้อก่อนที่จะให้ลูกค้าเข้าพัก การปรับราคาห้องพักให้เหมาะสมกับกำลังซื้อ การคัดกรองและจำกัดจำนวนผู้เข้าพัก การกำชับให้พนักงานบริการโดยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด-19 อย่างเคร่งครัด และการจัดพื้นที่โดยคำนึงถึงความปลอดภัยตามมาตรการป้องกันโควิด-19 เป็นต้น

3. การให้วิจัยในอนาคต ควรศึกษารูปแบบกิจกรรมที่ควรนำมาให้บริการนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักแรม โดยอาจใช้วิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) ให้นักวิจัย นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ มาร่วมกันศึกษาและพัฒนากิจกรรมเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแรม

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี และทีมผู้ช่วยนักวิจัย คุณณัฐสิทธิ์ ปัญจรักษ์ คุณมนทิยา ศรีมุข คุณนฤตล ชวกิจโชติกุล และคุณกฤษณะ สิงห์คำ ที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

### เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ เพ็งโตวงษ์. (2559). ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**, 11(2), 39-50.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2564). ความตั้งใจใช้บริการที่พักแรมภายใต้สถานการณ์ปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**, 7(3), 21-41.
- ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี, พุฒิเมธ ทองนอก, นาดยา พุฒิ, จิระพงศ์ เรืองกุล และวิทยา นามเสาร์. (2564). ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่: ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี**, 3(4), 27-42.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS** (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- อรไท ครุฑเวช, โยษิตา แยมมา, ปภาวรินทร์ สีนะ, พิษุดา จุละพันธ์, อธิชาต วจนะคัมภีร์ และวรพจน์ ตรีสุข. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการในมุมมองของนักท่องเที่ยวเจนวายที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในสภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID-19. **วารสารรัชต์ภาคย์**, 15(41), 242-258.
- Prin, M., & Bartels, K. (2020). Social distancing: Implications for the operating room in the face of COVID-19. **Canadian Journal of Anesthesia**, 7(2020), 789-797.
- Shin, H. & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. **International Journal of Hospitality Management**, 91, doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102664.

ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>Name and Surname: Jirapong Ruanggoon<br/>Highest Education: Doctor of Public Administration (Human Resource Management)<br/>University or Agency: Dhonburi Rajchabhat University<br/>Field of Expertise: Human Resource Management<br/>Address: 172 Israpharp Road, WatKanlaya District, Thonburi, Bangkok, 10600</p>                |
|   | <p>Name and Surname: Pichaphat Ngamsin<br/>Highest Education: Master of Business Administration (Business Administration)<br/>University or Agency: Dhonburi Rajchabhat University<br/>Field of Expertise: Management, Business Development<br/>Address: 172 Israpharp Road, WatKanlaya District, Thonburi, Bangkok, 10600</p>          |
|  | <p>Name and Surname: Pakorn Opasvittayarux<br/>Highest Education: Master of Science (Operations and Supply Chain Management)<br/>University or Agency: Dhonburi Rajchabhat University<br/>Field of Expertise: Operations and Supply Chain Management<br/>Address: 172 Israpharp Road, WatKanlaya District, Thonburi, Bangkok, 10600</p> |