

**พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยว
ในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม**
**The Behavior in Choosing Resort of Tourists in Huai Mon Thong
Subdistrict, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province**

ประคอง สุคนธ์จิตต์¹ สุธิศา รัตนวิชา² ชุตติพัฒน์ วงศ์ชัยสุวรรณ³ พชรีย์ ทองสุก⁴
Prakong Sukhonthachit, Suthisa Rattanawicha, Chutipat Wongchaisuwan,
Patcharee Thongsuk

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลาง เข้ามาเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมเป็นครั้งแรก เดินทางโดยรถตู้ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจพักรีสอร์ต ระดับราคา 500-1,000 บาท ใช้บริการที่พักรีสอร์ต จำนวน 1 คืน มาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ช่วงวันที่เข้ามาใช้บริการเป็นวันหยุดต่อเนื่อง เหตุผลการตัดสินใจพักที่รี

Received: 2021-09-07 Revised: 2021-09-21 Accepted: 2021-09-22

¹ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก Full Time Lecturer The Faculty of Arts Krirk University. Email : suprakong1@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก Full Time Lecturer The Faculty of Business Administration Krirk University. Email : suthisa.ratanavicha@gmail.com

³ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก Full Time Lecturer The Faculty of Arts Krirk University. Email : honey_bizzard@hotmail.com

⁴ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก Full Time Lecturer The Faculty of Business Administration Krirk University. Email : P_atchreeluem@hotmail.com

สอร์ทเพราะพนักงานให้บริการดี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ กระบวนการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ท ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท พบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

คำสำคัญ (Keywords) : พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ; ที่พักรีสอร์ท; นักท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the tourists' selection behavior in resort accommodation in Huai Mon Thong Subdistrict, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province; 2) to study the marketing mix factors affecting the tourists' selection behavior in resort accommodation in Huai Mon Thong Subdistrict, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province; and 3) to study the relationship between marketing mix factors and tourists' selection behavior in resort accommodation in Huai Mon Thong Subdistrict, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province. Data were collected by questionnaires. The sample consisted of 400 tourists. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation and the Pearson correlation coefficient.

The study found that most of the tourists lived in the central region, visited Huai Mon Thong for the first time, and travelled by vans. Most of them had business contacts: staying in a resort at a price range of 500-1,000 baht, spending one night, visiting in winter. The period of staying is in long holidays. The reason to stay at the resort was that the staff gave good services. Factors affecting decision making were found overall at a moderate level. With consideration of each aspect, it was found that the aspect with the highest average was service process; the aspect with the last average level was the distribution channel and resort location. The result of testing relationship between marketing mix factors and selection

behavior in resort accommodation showed that there was a statistically significant positive correlation at 0.05 with a low level of correlation.

Keywords: Service selection behavior; Resort accommodation; Tourist

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีอัญมณีของไทยโดยในปี พ.ศ.2558 World Economic Forum WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยวของโลกในการจัดระดับนานาชาติรางวัลชาตวิไลยชาติที่ดีที่สุดของเอเชียในปี 2558 จาก World Travel Awards จากที่กล่าวมานี้เป็นเพียงบางส่วน แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก และจากบทเรียนประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งรายสำคัญทำให้ประเทศไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาให้มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การเดินทางการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย คือ จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวไทยทุกคนท่องเที่ยวในตลาดทั้งปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ได้คาดการณ์เอาไว้ก่อนหน้านี้ว่าจำนวนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยอยู่ที่ 150 ล้านครั้ง และ จังหวัดท่องเที่ยว คือ จังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยือนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี การเติบโตของรายได้ในจังหวัดท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาอยู่ร้อยละ 13.00 ทั้งนี้จากการประเมินการเติบโตของรายได้การท่องเที่ยวและการพัฒนาของจังหวัดท่องเที่ยวจึงได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตของจังหวัดท่องเที่ยวที่อย่างน้อยร้อยละ 14 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะการพักผ่อนหย่อนใจและเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ เท่านั้น แต่รวมถึงการเลือกเข้าพักยังสถานที่ต่างๆ ทั้งในรูปแบบโรงแรมและรีสอร์ท ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพและปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวต้องการมีรูปแบบการบริการที่หลากหลายทั้งสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโรงแรมรี

สอร์ท หรือโฮมสเตย์ (Homestay) เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากที่พักเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ห่างไกลบ้านและนักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเหมือนอยู่ที่บ้านของตนเอง โดยแต่ละบุคคลก็มีความต้องการแตกต่างกันออกไปและมักจะเลือกใช้บริการจากที่พักตามความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง ความสำเร็จของธุรกิจที่พักไม่ว่าจะเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทขึ้นอยู่กับคุณภาพของงานบริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกการบริการที่รวดเร็วและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในแต่ละปีเป็นจำนวนมากพอสมควร ลักษณะของอำเภอกำแพงแสนเป็นเมืองน่าอยู่ ภูมิอากาศดีมีธรรมชาติและดอกไม้ที่สวยงาม ผู้คนยิ้มแย้มมีไมตรีจิตมีที่พักเป็นแบบธรรมชาติ เป็นลักษณะของรีสอร์ทเชิงธรรมชาติ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะพักในโรงแรมมีราคาที่เหมาะสม รีสอร์ทในอำเภอกำแพงแสนมีจำนวนไม่มากเท่าไร เพราะเป็นอำเภอที่มีเนื้อที่ไม่มากนักประมาณ 405.019 ตารางกิโลเมตร สถานที่เด่นๆ ของอำเภอกำแพงแสน อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กำแพงแสน สวนป่าสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย เมืองเก่ากำแพงแสน อุทยานแมลงในมหาวิทยาลัยเกษตร งานเทศกาลชมพูพันธุ์ทิพย์ที่จัดขึ้นทุกปีในฤดูหนาว เทศกาลขายพันธุ์ไม้ เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจรีสอร์ทแห่งหนึ่งในอำเภอกำแพงแสนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานและการให้บริการของธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ทให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของลูกค้า และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

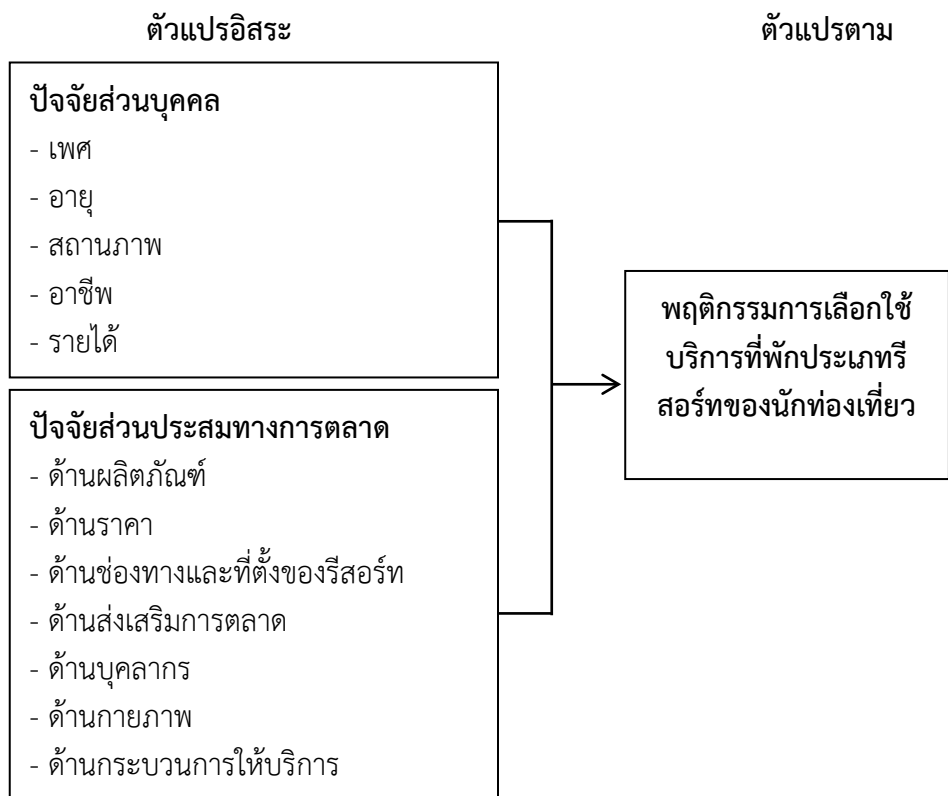
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยนำแนวคิดและทฤษฎีของ Kotler, Philip (2003: 14) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน

จังหวัดนครปฐม โดยทำการศึกษาที่พักรีสอร์ทตั้งแต่ 10 ห้องขึ้นไป พร้อมศึกษาปัญหาของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

1.2 ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2563 และมาใช้บริการที่พักรีสอร์ท โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนของ Cochran, W.G. (1977 : 180) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในเขตพื้นที่ตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มทำการศึกษา ตั้งแต่เดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2563

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษากำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ลักษณะแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาร่างขึ้นในส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่ใช้เกณฑ์พิจารณาน้ำหนักของคะแนนแต่ละช่วงระดับคะแนนและนำเสนอผลในรูปตารางประกอบการบรรยาย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เกณฑ์แปลความหมายของข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (กุณฑลี เวชสาร, 2555: 55)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญการสร้างแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความ

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ภาษาที่ใช้และคำวนหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ค่าที่คำนวณได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 และค่า IOC ที่ได้ในครั้งนี้เท่ากับ 0.97

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากรและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทดลองใช้แบบสอบถามครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง ในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นที่ได้ต้องไม่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ทั้งฉบับ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้เท่ากับ 0.95

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมด้วยตนเอง โดยเก็บกลับคืนมาได้ทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

3.2 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่เก็บกลับคืนมาได้มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องในการตอบแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติและวิเคราะห์เนื้อหาต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดแล้ว ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40-49 ปี สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตภาคกลาง มาเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมเป็นครั้งแรก ส่วนใหญ่ใช้รถตู้เป็นพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ระดับราคาที่พักประเภทรีสอร์ตอยู่ระหว่างราคา 500-1,000 บาท ใช้บริการที่พักรีสอร์ต จำนวน 1 คืน เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันหยุดต่อเนื่อง เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการเพราะพนักงานบริการดี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ในเขตตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีผลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต โดยภาพรวม

ปัจจัยในการตัดสินใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.44	0.66	ปานกลาง	4
ด้านราคา	3.47	0.53	ปานกลาง	3
ด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ต	3.13	0.49	ปานกลาง	7
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.29	0.47	ปานกลาง	6
ด้านบุคลากร	3.57	0.54	มาก	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.42	0.54	ปานกลาง	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.60	0.52	มาก	1
รวม	3.41	0.44	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.41, SD.=0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}$ =3.60, SD.=0.52) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X}$ =3.57, SD.=0.54) ด้านราคา ($\bar{X}$ =3.47, SD.=0.53) ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.44$, $SD.=0.66$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.42$, $SD.=0.54$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.29$, $SD.=0.47$) และด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ท ($\bar{X}=3.13$, $SD.=0.49$) ตามลำดับ

ผลสรุปความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำในห้องพัก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้าย คือ การตกแต่งตัวอาคารที่พักรีสอร์ท

2. ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การกำหนดราคาที่พักอย่างชัดเจน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้าย คือราคาห้องพัก

3. ด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ท อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือที่ตั้งของรีสอร์ทใกล้แหล่งท่องเที่ยว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้ายคือมีการคมนาคมที่สะดวก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้ายคือการโฆษณาผ่านวิทยุ

5. ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบการแต่งกายของพนักงาน

6. ด้านทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของสถานที่และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้าย คือ ห้องพักรีสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย

7. ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การชำระค่าบริการและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเป็นลำดับสุดท้าย คือ การจัดระบบของการเข้าที่พักและการคืนห้องพัก

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ตามภาคต่างๆ ที่เดินทางเข้าพักในรีสอร์ท มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ตามภาคต่างๆ เลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
2. จำนวนครั้งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
3. วิธีการเดินทางมีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
4. ช่องทางการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท
5. ระดับราคาที่พักรีสอร์ทที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
6. จำนวนคืน(ความถี่)ในการใช้บริการที่พักรีสอร์ทที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
7. ฤดูกาลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางในช่วงฤดูกาลเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
8. ช่วงวันที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้ช่วงวันที่ใช้บริการของนักท่องเที่ยวมาใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
9. เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาผู้ศึกษาได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเข้าพัก รีสอร์ทในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอ กำแพงแสน จังหวัดนครปฐม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตภาคกลางและเดินทางเข้ามาเที่ยวเป็นครั้งแรก เดินทางโดยใช้รถตู้ การเข้ามาท่องเที่ยวมาพร้อมกับการติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจไปด้วย และเลือกพักรีสอร์ทที่มีราคาที่พักอยู่ในระดับ 501-1,000 บาท ใช้เวลาพักเพียง 1 คืน เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวและเป็นวันหยุดที่ต่อเนื่อง และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รีสอร์ทเพราะพนักงานมีการบริการดี จากผลการศึกษาผู้ศึกษาสามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคกลางนั้นยังมีความคิดว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดที่อยู่ในภาคกลางและใกล้กับจังหวัดที่ตนเองอาศัยอยู่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเที่ยวหลายแห่งที่น่าสนใจ ไม่จำเป็นจะต้องเดินทางที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางที่ยาวนาน ทำให้เกิดความเหนื่อยล้า เดินทางไปเที่ยวด้วยพร้อมกับการมีโอกาสติดต่องานไปด้วยในแถบจังหวัดใกล้ๆ ของจังหวัดที่ตนเองมีภูมิลำเนาอยู่ การเดินทางสะดวกในการเดินทางไปกับครอบครัว โดยใช้พาหนะที่เดินทางไปได้หลายๆ คนคือรถตู้ ราคาที่พักไม่แพงจนเกินไป อาจจะใช้เวลาพักสถานที่ละ 1 คืน เพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศของการพักผ่อน และฤดูที่น่าเดินทางที่ดีที่สุด ก็คือช่วงฤดูหนาวที่เหมาะสมที่สุดและเลือกให้ตรงกับวันหยุดที่ต่อเนื่องกันหลายวัน จะได้มีเวลาพักผ่อนและติดต่อธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกพักรีสอร์ทที่มีพนักงานบริการที่ให้บริการที่ดีในการเข้าพักที่รีสอร์ทนั้นๆ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของนิคม จารุมณี (2550: 40-41) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่ง ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1 ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อให้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป

1.2 การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

1.3 ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

1.4 อาชีพ และธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นหา การประชุม สัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

1.5 อื่นๆ ได้แก่ การเยี่ยมญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่างๆ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม พบว่า ในส่วนของสิ่งกระตุ้นทางด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางหรือที่ตั้งของรีสอร์ท การส่งเสริมการตลาดบุคลากร ลักษณะทางกายภาพและการบริหารจัดการ เป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ซึ่งผู้ศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ 7 ด้าน มีผลต่อการตอบสนองของนักท่องเที่ยว โดยแยกการอธิบาย ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นที่สำคัญคือ ความสะอาดของห้องพัก และห้องน้ำในห้องพัก และมีระบบการระบายอากาศที่ดีไม่อึดอัด

2.2 ด้านราคา สิ่งกระตุ้นที่สำคัญคือห้องพักมีหลายระดับราคาและมีการแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน ราคาอาหารเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสม

2.3 ด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ท สิ่งกระตุ้นที่สำคัญ คือที่ตั้งของรีสอร์ทอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวและใกล้ที่ติดต่อดูธุรกิจของนักท่องเที่ยว

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด สิ่งกระตุ้นที่สำคัญคือการโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ และการให้ส่วนลดแก่นักท่องเที่ยว

2.5 ด้านบุคลากร สิ่งกระตุ้นที่สำคัญคือพนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า พนักงานใช้ภาษาพูดจากับลูกค้ารู้เรื่องและเข้าใจกัน

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ สิ่งกระตุ้นที่สำคัญคือความสะอาดของสถานที่ รวมทั้งรูปลักษณ์เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่งภายในรีสอร์ท

2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ คือวิธีการชำระค่าบริการที่พักและการจัดระบบของการเข้าพักและการคืนห้องพัก

ซึ่งการอธิบายผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของกฤษณา รัตนพฤกษ์ (2545: 35) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เกิดความต้องการของผู้บริโภคทั้ง 7 ด้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ โดยจัดส่วนประสมทางการตลาดอย่างเหมาะสมที่สุด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้ ในส่วนความคิดเห็นของผู้ศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังเกี่ยวกับที่พักแรมต้องมีความปลอดภัยเป็นอันดับแรก รองลงมา ก็จะเป็นเรื่องของความสวยงามและเป็นธรรมชาติของรีสอร์ท รวมไปถึงความสะอาดต่างๆ จึงมีความต้องการให้รีสอร์ทในที่ต่างๆ ของตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ได้คำนึงถึงในเรื่องของความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญเป็นอันดับแรก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม พบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำ อธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง

7 ด้าน นั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ โดยนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลทางการตลาดก่อนการตัดสินใจที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในเขตตำบลห้วยหมอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ต่างจากพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลจากการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่ารีสอร์ตควรปรับปรุงในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ การตกแต่งห้องพัก และการตกแต่งตัวอาคารของรีสอร์ตให้เป็นที่สะดุดตานักท่องเที่ยวและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก

1.2 ด้านราคา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการที่พักประเภทรีสอร์ตว่า รีสอร์ตมีห้องพัก/ที่พักที่มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักให้เลือกหลายระดับราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการกำหนดราคาที่พักให้เหมาะสมเพื่อให้นักท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

1.3 ด้านช่องทางและที่ตั้งของรีสอร์ตที่เป็นจุดด้อยของรีสอร์ตที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงก็คือ เรื่องของการคมนาคมคือการเข้าถึงรีสอร์ตต้องเข้าออกอย่างสะดวก และที่ตั้งของรีสอร์ตนั้นควรอยู่ใกล้กับแหล่งธุรกิจที่หลากหลาย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสารและผ่านสถานีวิทยุ และควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ

1.5 ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการผู้ประกอบการควรพัฒนาพนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็ว และการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบ และพัฒนาความรู้เรื่องด้านการบริการที่พักรีสอร์ต

1.6 ด้านทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงพื้นที่ใช้สอยของตัวอาคารให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และการจัดห้องพักให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยไม่แตกต่างกับห้องพักในโรงแรม และมีการจัดแบ่งการให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการควรพัฒนาเรื่องของการจัดระบบของการสำรองที่พัก การเข้าที่พัก มีความสะดวกสบายในการ Check in /out การให้ข้อมูลในการติดต่อสอบถามในระบบการจองที่พักในรีสอร์ต มีความสะดวกในการหาข้อมูลที่พักมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความพึงพอใจที่פקประเภทรีสอร์ทในเขตอำเภออื่นๆ ของจังหวัดนครปฐม หรือจังหวัดใกล้เคียง ที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวและเข้าพักในรีสอร์ทที่อำเภอกำแพงแสน

2.2 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่פקประเภทรีสอร์ทในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและผลจากการวิจัย ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเลือกประเภทของที่พักที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการพักในแต่ละช่วงของการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่แตกต่างกัน
2. ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักที่สะดวกสบายรวมถึงการให้บริการที่ดีของพนักงาน
3. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและค่อนข้างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). “ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564”. สืบค้นจาก <http://www.mots.go.th/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2563.
- กฤษฎา รัตนพลฤกษ์. (2545). การตลาดบริการ. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กฤษณลี เวชสาร. (2555). การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2550). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York : John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, Lee J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey : Prentice Hall.