

กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
กลับมาใช้บริการธุรกิจที่พัก紮ในตำบลอัมพวา
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ณัฐนิชา อารักษ์วานิช

บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Arukwanit_n@silpakorn.edu

รับบทความ: 4 มกราคม 2564

แก้ไขบทความ: 18 มีนาคม 2564

ตอบรับบทความ: 25 มีนาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พัก紮ในเขต ต.อัมพวา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม โดยใช้แบบสอบถามจากการสุ่มแบบโควตากับนักท่องเที่ยวชาวไทย 160 ราย และวิเคราะห์ Frequency, Percent, Mean, S.D., T-test, F-test, Multiple regression statistics

ผลการวิจัยพบว่า มีเพศหญิงและชายจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่อายุ 20–29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท ด้าน

พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่บุคคลที่ร่วมเดินทางคือครอบครัว เพื่อพักผ่อน ห้องพักประเภท Standard จำนวน 1 คืน ทำผลต่อการตัดสินใจเข้าพักมากที่สุด ครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พักมากที่สุด ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านช่องทางการจำหน่าย (X_3) มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สมการพยากรณ์ คือ $Y = 0.443 + (0.515) X_1 + (0.364) X_3$

คำสำคัญ: ธุรกิจที่พัก, กลยุทธ์ทางการตลาด, การตัดสินใจ

**Marketing Strategy Influencing the Decision of
Visitors to Revisit Accommodation Business in
Amphawa Sub-District, Amphawa District,
Samut Songkhram Province**

Natnicha Arakvanich

Bachelor of Business Administration

(General Business Management)

Faculty of Management Science Silpakorn University

Arukwanit_n@silpakorn.edu

Received: January 4, 2021

Revised: March 18, 2021

Accepted: March 25, 2021

Abstract

Quantitative research aimed to study marketing strategies that influence decision-making to return to the accommodation business in Amphawa Sub-district, Amphawa District, Samut Songkhram Province. The instrument used a questionnaire. The sample includes 160 Thai tourists by the quota sampling method. Use inference analysis of statistics, including frequency, percentage,

average, standard deviation, T-test, F-test, and multiple regression statistics.

The results showed that the sample population was the same number (50%) of women and men. Most of the samples were 20-29 years old, undergraduate students, students, and average monthly income was lower than or equal to 15,000 baht. The behavior of consumers found that the people who traveled were family/ relatives, with the purpose of resting, choosing a standard room type for 1 night, the location influenced to the visitors to stay, and the family/relatives were the most influential people to decide on the business service. In term of the marketing strategies, it was found that the product aspect (X_1), and the distribution channel (X_3) had an effect on the decision to revisit the service with the statistical significance of 0.05, the forecast equation was $Y = 0.443 + (0.515) X_1 + (0.364) X_3$

Keywords: Accommodation business, Marketing strategy, Decision making for revisitation

บทนำ

ธุรกิจที่พักเป็นหนึ่งในธุรกิจภาคการท่องเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ แม้ว่าประเทศจะเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคมาอย่างหลายครั้ง แต่สามารถฟื้นตัวขึ้นมาได้อย่างรวดเร็วได้ในทุกครั้ง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) สำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานผลการสำรวจจำนวนที่พักแรมในปี 2563 จากข้อมูลการดำเนินงานกิจการของสถานประกอบการที่พักทั่วประเทศที่เป็นตัวอย่าง 5,182 แห่ง จากจำนวนสถานประกอบการที่พักทั่วประเทศประมาณ 25,000 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.73 พบว่า ภาคกลางมีจำนวนสถานประกอบการที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563)

รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน โดยสนับสนุนการท่องเที่ยววิถีไทย ทำให้มีที่พักในชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ช่วยรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น โดยปี 2563 นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 65 นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่มากขึ้น ร้อยละ 68 เลือกท่องเที่ยวเมืองรองแทนเมืองหลัก (BLT, 2562) ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น และช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 มี 5 อันดับจังหวัดที่มีการเติบโตของรายได้ที่เข้าสู่จังหวัดมากที่สุด และหนึ่งในนั้นคือจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีรายได้รวมครึ่งปีแรกของปี 2562 จำนวนเงิน 1,165 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.09 (อนุชิต ไกรวิจิต, 2562)

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่พื้นที่เชิงยุทธศาสตร์ มีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร เหมาะแก่การเดินทางท่องเที่ยว ลงทุน

และส่งออก (สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม, 2557, น. 12) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัด มีจำนวนทั้งสิ้น ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ปี พ.ศ. 2558 – 2562

จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)					
จังหวัด	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
สมุทรสงคราม	1,498,471	1,598,052	1,935,160	1,904,147	2,085,205

จากตารางที่ 1 แสดงอัตรานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2558 - 2562 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 – 2560 และลดลงเล็กน้อยในปีพ.ศ.2561 แต่เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 8.68 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จำนวนผู้เข้าพักในธุรกิจที่พักของจังหวัดสมุทรสงคราม ปี พ.ศ. 2558 – 2562 มีดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนผู้เข้าพักในที่พักรวมของจังหวัดสมุทรสงคราม ปี พ.ศ.2558 – 2562

จำนวนผู้เข้าพักสถานประกอบการที่พักแรม (คน)					
จังหวัด	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
สมุทรสงคราม	561,759	581,542	749,294	776,633	766,003

จากตารางที่ 2 แสดงอัตราผู้เข้าพักที่พักรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2558 - 2561 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และลดลงในปี พ.ศ. 2562 คิดเป็นร้อยละ 1.37 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ส่งผล

ให้เศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นลดลง ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในชุมชนขาดรายได้อย่างต่อเนื่อง

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่เล็กที่สุดในประเทศไทย มีทั้งหมด 3 อำเภอ ได้แก่ อ.เมือง อ.บางคนที และ อ.อัมพวา มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงมากที่สุดคือ ตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้ตำบลอัมพวา มีที่พักแรมทั้งสิ้น 77 แห่ง จำนวนห้องพักประมาณ 268 ห้อง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม, 2563) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรมตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ เน้นศึกษาทางด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจ สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาธุรกิจที่พักเป็นสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขตตำบล

อัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2. กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2.2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 เป็นระยะเวลา 5 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. เพื่อประยุกต์ใช้และพัฒนาธุรกิจที่พักให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

กรอบแนวคิดการวิจัย



งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีศึกษาเชิงสำรวจ และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้หลักการคำนวณของ Cohen (1977 อ้างถึงใน ฐณัฐ วงศ์สายเชื้อ, 2561) ด้วยโปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.2 ในการคำนวณได้กำหนดค่าเพาเวอร์ เท่ากับ 0.95 ค่าอัลฟา เท่ากับ 0.05 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 7 ค่าขนาดของอิทธิพล เท่ากับ 0.1497794 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 153 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่ม รวมทั้งสิ้น 160 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะคำถาม เป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ โดยให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ โดยให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำแบบสอบถาม ไปปรับปรุงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยแต่ละคำถามจะต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งการทดสอบค่า IOC ของงานวิจัยนี้ผลรวมอยู่ที่ 0.723 ถือว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1.1 อาจารย์ฐิติพร สารานุศาสตร์
- 1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชนนัท ทวีผล
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาวิณี กาญจนภา

2. ความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษา และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการหาความเชื่อมั่น เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 ซึ่งมากกว่า 0.70 จึงสามารถนำไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ T-test และ F-test

ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 160 คน เพศหญิงจำนวน 80 คน และเพศชายจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

อายุ 20 – 29 ปี มีมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมาคืออายุ 30 – 39 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 มีอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 และ มีอายุ 50 – 59 ปี มีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

สถานภาพโสด มีมากที่สุดจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และสถานภาพสมรส มีน้อยที่สุดจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีมากที่สุดจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 แม่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เกษียณ และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย มัคคุเทศก์ มีน้อยที่สุด เป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

รายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท มีมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา คือ รายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รายได้ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 รายได้ 55,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และรายได้ 45,001 – 55,000 บาท มีน้อยสุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจที่พักค้า ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจที่พักค้า ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 160 คน ส่วนใหญ่บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง มีมากที่สุดจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เดินทางคนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 ผู้ร่วมงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 อื่น ๆ ได้แก่ ลูกทัวร์ เป็นต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พัก คือ เพื่อพักผ่อน มีมากที่สุดจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 เพื่อทำธุรกิจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ที่พักประเภทของห้อง Standard มีมากที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมา คือ ห้อง Family จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ห้อง Superior จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ห้อง Deluxe จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ห้อง Sweet จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ

2.50 และอื่น ๆ โปรตระบุ ได้แก่ Hostel มีน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ระยะเวลาในการพักรแรม จำนวน 1 คืน มีมากที่สุดจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 66.90 รองลงมา คือ จำนวน 2 คืนจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 จำนวน 3 คืนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

การเลือกทำเลที่ตั้งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พัก มีมากที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 การตกแต่งที่สวยงามจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 การให้บริการของพนักงานจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่น ๆ ได้แก่ ที่จอดรถ ความปลอดภัย และราคา มีน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจที่พัก คือ ครอบครัว/ญาติ พี่น้อง มีมากที่สุดจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา คือ ตัดสินใจด้วยตัวเองจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 เพื่อนจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 บุตรจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งหมด 7 ปัจจัย โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.66$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.49 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรก คือ ความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.90$ อันดับสอง คือ การบริการของที่พักมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.88$ อันดับสาม คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณที่พัก และห้องพัก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.81$ อันดับสี่ คือ ขนาดของห้องพักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.78$ อันดับห้า คือ มีประเภทของห้องพักให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.68$ และอันดับหก คือ ที่พักมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.94$ ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.84$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.43 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ด้านราคา อันดับแรก คือ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่น มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.88$ อันดับสอง คือ มีการกำหนดราคาห้องพักที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.87$ อันดับสาม คือ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับระยะเวลาการเข้าพัก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.86$ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับสี่ คือ การรับชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต พร้อมเพย์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.82$ และอันดับห้า คือ ห้องพักราคาให้เลือกหลายระดับ มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.79$ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.82$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.44 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรก คือ ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทาง Official Website, Walk-in และ Call Center และจัดพื้นที่ไว้เป็นสัดส่วน สามารถติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.83$ และอันดับ

สอง คือ ท่าเรือที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทางมายังที่พัก และมีป้ายบอก / แนะนำ / ปงชี้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.81$ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.77$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.49 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรก คือ การจัดโปรโมชั่นของอัตราค่าบริการที่เหมาะสม เช่น ราคารวมอาหารเช้า และกิจกรรม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.88$ อันดับสอง คือ การได้รับส่วนลดหรือสิทธิพิเศษจากเว็บไซต์จองห้องพัก ออนไลน์ เช่น Agoda.com, Booking.com เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.80$ อันดับสาม คือ มีการจัดระบบสมาชิก และฐานข้อมูลเพื่อการรับส่วนลดในวันสำคัญ มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.78$ อันดับสี่ คือ มีการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ / สื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.73$ และอันดับห้า คือ มีป้ายโฆษณาที่พัก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.66$ ตามลำดับ

ด้านพนักงาน พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.88$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.37 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านพนักงาน อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.92$ อันดับสอง คือ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.89$ อันดับสาม คือ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.85$ และอันดับสี่ คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.83$ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.84$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.42 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อันดับแรก คือ มีการให้บริการแก่ผู้

เข้าพักอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.89$ อันดับสอง คือ ให้บริการ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการบริหารงานภายในที่พักอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.84$ และอันดับสาม คือ มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.79$ ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.84$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.40 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อันดับแรก คือ ที่พักมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.92$ อันดับสอง คือ บรรยากาศที่ที่พักจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.86$ อันดับสาม คือ เครื่องมืออุปกรณ์เคาน์เตอร์ ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.85$ อันดับสี่ คือ การตกแต่งสถานที่ที่มีการจัดวางอย่างลงตัว มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.81$ และอันดับห้า คือ มีการสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มของพนักงานที่ชัดเจนเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.73$ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทัศนใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์ทัศนใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ และคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าในสมการถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์ทัศนใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักในเขต ต.อัมพวา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม ที่มีระดับนัยสำคัญ 0.05 มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อตัวแปร ที่มีค่าระดับนัยสำคัญ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.515 และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า

สัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.364 จากผลการวิเคราะห์ที่ได้สมการถดถอยดังนี้ $Y = 0.443 + (0.515) X_1 + (0.364) X_3$ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ตัวแปร	ตัวแปรพยากรณ์	B	Beta	T	Sig.
	(Constant)	0.443		1.022	0.308
X1	ด้านผลิตภัณฑ์	0.515	0.116	4.443	0.000
X3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.364	0.277	3.185	0.002

R = 0.610 , R Square = 0.372 , Adjusted R Square = 0.364 , Std. Error of the Estimate = 0.38083

*มีระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักซ้ำ ในเขต ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทาง Official Website, Walk-in และ Call Center ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพุทธิพันธ์ ปัญญาพัฒน์ (2560) พบว่า การที่ผู้เข้าพักสามารถจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ด้วยตนเอง มีผลต่อการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด

การบริหารจัดการที่ดี, การบริการที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ และสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการที่พักซ้ำของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัย อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว และคณะ (2563) พบว่า โรงแรมมีระบบการจองห้องพักที่น่าเชื่อถือและมีความ

ถูกต้อง โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานคร

ที่พักมีการจัดพื้นที่ไว้เป็นสัดส่วน ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทางมายังที่พัก และมีป้ายบอก/ แนะนำ/ บ่งชี้ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัย พรสวรรค์ บุญสถิตย์ และคณะ (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะชอบพักสถานที่ที่มีทำเลดี เป็นจุดสังเกตได้ง่าย เข้าถึงง่าย เดินทางจากที่พักไปยังจุดที่ให้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะได้สะดวก ตั้งอยู่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมบริเวณใกล้เคียง

2) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความสะอาดเรียบร้อย ของห้องพัก การบริการของที่พักมีคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณที่พักและห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว และคณะ (2563) โรงแรมมีบริการทำความสะอาดห้องพักทุกวัน มีที่นั่งรอเป็นสัดส่วนเพียงพอ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องครบครัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของมะลิวรรณ ช่องงาม (2563) พบว่า โรงแรมที่ตกแต่งห้องพักให้มีความสวยงาม สะอาด น่าพัก มีผลต่อการเข้าพักรีสอร์ตขนาดเล็กใน จ.นครนายก

ขนาดห้องพักที่ได้มาตรฐาน มีประเภทของห้องพักให้เลือกหลากหลาย และที่พักมีชื่อเสียง มีผลต่อการใช้บริการที่พักรั่วของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญภรณ์ เจียรนันทนา (2559) ห้องพักรวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพราะห้องพักคือภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าและสามารถสร้างความประทับใจแรกเห็นให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด เพราะการออกแบบให้โรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความสวยงาม บุคลิกภาพของโรงแรมน่าอยู่ มีความน่าสนใจ ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ห้องพักจะต้องมีการปรับปรุงห้องพัก และดูแลรักษาความสะอาดทุกวัน
2. ด้านราคา ช่วงเทศกาลมีราคาที่สูง ไม่คุ้มค่า เมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ ดังนั้นการคิดค่าบริการจะต้องมีความเหมาะสมกับความ เป็นจริง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งของที่พักรควรอยู่ในจุดที่สามารถเดินทางได้สะดวก ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่พักรง่ายขึ้น
4. ด้านส่งเสริมการตลาด การจัดโปรโมชั่น ควรมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ดังนั้นธุรกิจที่พักรควรมีการจัดโปรโมชั่นการให้ส่วนลดกับผู้ใช้บริการ
5. ด้านบุคลากร การให้บริการของพนักงานควรมียิ้มแย้ม เป็นมิตร และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ดังนั้นธุรกิจที่พักรควรมีการจัดอบรมพนักงานด้านจิตบริการ เพื่อรองรับสถานการณ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
6. ด้านกระบวนการให้บริการ การให้บริการที่ถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ และให้บริการด้วยความเสมอภาค จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการซ้ำ ดังนั้นธุรกิจที่พักรต้องมีการฝึกอบรมพนักงาน และให้คำแนะนำที่ถูกต้อง
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ความปลอดภัยในธุรกิจที่พักร และบรรยากาศของทำเลที่ตั้ง เช่น ติดแม่น้ำ ฯ ต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานตลอด 24 ชม. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ และมีการตกแต่งต้นไม้หรือจัดที่นั่งพักรผ่อนให้สวยงาม

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารกิจการ โดยศึกษาจากโรงแรมที่มีชื่อเสียง เพื่อนำปัจจัยแห่งความสำเร็จของกิจการนั้นมาพัฒนาธุรกิจที่พัก ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารกิจการ พนักงาน และผู้ใช้บริการธุรกิจที่พัก เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงและพัฒนากิจการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2562*. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.mots.go.th>
- _____. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ ปี พ.ศ. 2558 – 2562*. ค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.mots.go.th>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานนโยบายการเงิน*. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.bot.or.th/>
- ธัญภรณ์ เจริญนันทนา. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทบูติคโฮเต็ล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐณัฐ วงศ์สายเชื้อ. (2561). *Q&A 153_ หากลุ่มตัวอย่างด้วย G*power ได้ทุกประเภทของงานวิจัยใหม่*. [Video Clip]. ค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2563, จาก www.youtube.com/watch?v=yxkz7eDQvsE

- ปีแอลที. (2562). *เมืองรองฮิต ดิดเทรนด์เที่ยวปี 2020* ค้นรายได้กระจายทั่วประเทศ. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bltbangkok.com/>
- พุทธินันท์ ปัญญาพุดินันท์. (2560). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในเขากลาง จังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- พรสวรรค์ บุญสถิตย์, อรจิรา สันติวารคม, และสุทธิชัย ทองเขาอ่อน. (2563). *พอสเทล : เทรนด์ใหม่ของธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์, 7(1), 301-317.*
- มะลิวรรณ ช่องงาม. (2563). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจรีสอร์ทขนาดเล็กในจังหวัดนครนายก. Dusit Thani College Journal, 14(1), 364-375.*
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรสงคราม. (2563). *รายชื่อที่พักในจังหวัดสมุทรสงคราม.* ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://samutsongkhram.mots.go.th/>
- สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม. (2557). *ยุทธศาสตร์จังหวัดสมุทรสงครามรองรับการเข้าสู่สมาคมอาเซียน พ.ศ.2558 – 2560.* ค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.samutsongkhram.go.th/aseanskm/pdf/asean-skm.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). *สรุปผลเบื้องต้น: การสำรวจที่พักแรม พ.ศ.2563.* ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.nso.go.th/>

อนุชิต ไกรวิจิตร. (2562). ภาพรวมรายได้การท่องเที่ยวรายจังหวัด ครั้งที่ 2562. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563, จาก <https://thestandard.com>

อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว, ชนินทร์ วิชุลลตา, สุขจิตต์ ณ นคร, และศรีัญญา ประทุมเพชร. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(36), 163-172.