



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พฤติกรรมและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี

ขวัญจิรา แก้วระเวง¹, กนกนิตษ์ กุลชาติธีรธรรม²

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail : ¹khwanjira.kae@gmail.com, ²e-mail : kankanith.ku@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ประชากรคือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานีทั้ง 2 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมเดอะวัน เรสซิเดนซ์ และโรงแรม UD Residence ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้ตัวอย่างจำนวน 400 คน คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกัลยา วานิชย์บัญชา (2554) โดยมีความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง 5% ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการมีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน มีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรม 2-3 ครั้งต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่จองผ่านเว็บไซต์ เช่น Agoda, Expedia เป็นต้น มีจำนวนวันที่เข้าพัก 2-3 คืน ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อวันอยู่ที่ 451-750 บาท ทราบข้อมูลของทางโรงแรมผ่านทางสื่อออนไลน์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ด้านที่พักและบริการ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.02$) และด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, ที่พักแรมราคาประหยัด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

THAI TOURIST'S BEHAVIOR AND SATISFACTION CHOOSING BUDGET ACCOMMODATION IN UDON THANI PROVINCE

Khwanjira Kaewraweng¹, Kankanith Kullachatteratham²

Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and social sciences

Suan Sunandha Rajabhat University

e-mail : ¹khwanjira.kae@gmail.com, ²e-mail : kankanith.ku@ssru.ac.th

Abstract

This research focused on Thai tourist's behavior and satisfaction choosing budget accommodation in Udon Thani province. The purpose of this research was to study on the behavior and satisfaction of Thai tourists offers budget accommodation in Udon Thani province. The research was a quantitative research. The instrument was a questionnaire visitors to the population's access to budget accommodation in Udon Thani include 2 hotels which were The One Residence Hotel and UD Residence Hotel, with unknown population using a sample size of 400 was calculated for the sample using the formula of Kanlaya Wanitbancha was accepted with a 5% deviation from the sample using descriptive statistics is the average frequency and percentage.

The study found that most of the respondents were female, aged between 41-50 years with a bachelor's degree, career civil servants earn an average of 10,001 to 20,000 baht per month, with the aim of most leisure travelers, most traveled with friends. The frequency of access to the hotel 2-3 times a year, most of whom book through sites like Agoda, Expedia has a number of days of stay 2-3 night stay costs 451-750 baht per day. Was advised the hotel through most online media. The sample was satisfied with the high level ($\bar{X} = 3.89$), based on the marketing mix (4 P's) found that tourists were satisfied with place at a high level ($\bar{X} = 4.17$), followed by product ($\bar{X} = 4.12$) price ($\bar{X} = 4.02$) and promotion ($\bar{X} = 3.25$), respectively.

Keywords : Traveler's Behavior, Satisfaction, Budget Accommodation



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาทมีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กอปรกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวการณ์โลกพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การท่องเที่ยวของอุดรธานีส่วนใหญ่เน้นเชิงประวัติศาสตร์ เชิงศิลปวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวอารยธรรมโบราณ เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์อายุราว 4,000-8,500 ปี องค์การยูเนสโกได้จดทะเบียนให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมลำดับที่ 357 เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2535 ณ เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนิเซียอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทได้รับรางวัลดีเด่นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปี 2551 และ 2553 มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพของพื้นที่และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ภูฝอยลม ทะเลบัวแดง ถ้ำสิงห์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีพระอริยสงฆ์ที่พุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเลื่อมใสศรัทธาเป็นจำนวนมากอาทิเช่น หลวงตามหาบัว วัดป่าบ้านตาด หลวงปู่ลี วัดเกสรศีลคุณธรรมเจดีย์ (วัดภูผาแดง) หลวงปู่ทูลวัดป่าบ้านค้อ เป็นต้น ในปี 2559 จังหวัดอุดรธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 8,085 ล้านบาท มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งสิ้น 3,245,508 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 2,240,664 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 948,148 คน ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกมีรายได้เพิ่มมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ปี 2559 พบว่าจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน มีจำนวน 3,245,508 คน ค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1,276.63 บาท/คน/วัน จำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 2,240,664 คน ค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1,354.57 บาท/คน/วัน จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 1,004,844 คน ค่าใช้จ่ายเท่ากับ 863.27 บาท/คน/วัน ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 2.37 วัน รายได้จากการท่องเที่ยว 8,08.7 ล้านบาท (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอุดรธานี, 2561)

เนื่องจากในปัจจุบันจังหวัดอุดรธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้นทุกปี จึงส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ผู้ทำวิจัยจึงได้เลือกศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการที่พักแรม ราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี เพื่อนำผลการศึกษารั้งนี้ไปเป็นข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารกิจการโรงแรมในการวางแผนและพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพรวมถึงยกระดับการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้ทำการเลือกที่พักถนนประจักษ์ศิลปาคม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ โรงแรมเดอะวัน เรสซิเดนซ์ และโรงแรมUD Residence ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2554) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ใช้แบบสอบถามแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยจะแบ่งตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมทั้ง 2 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมเดอะวัน เรสซิเดนซ์ และโรงแรม UD Residence จะแบ่งเก็บโรงแรมละ 200 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัด ที่เต็มใจ และยินดีให้ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลบริเวณแผนกส่วนหน้า Check-in/Check-out บริเวณ Lobby ในช่วงระยะเวลา 09.00 – 16.00 น.

2. การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดคำนวณหาค่าเฉลี่ย แล้วนำมาตีความหมายได้ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานีของผู้ที่ตอบแบบสอบถามใช้แบบอันตรภาคชั้น กำหนดเป็นช่วงคะแนน 5 ระดับได้ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป คำนวณสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ นำเสนอข้อมูลพรรณนาประกอบตาราง

ผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.75 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 37.25 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 58.25 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.50 มีอาชีพรับราชการ มากที่สุด ร้อยละ 39.00 รองลงมาคือพนักงานบริษัท ร้อยละ 28.50 และน้อยที่สุดคือนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 22.50 ซึ่งมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000บาท ร้อยละ 49 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	149	37.25
2. หญิง	251	62.75
รวม	400	100.00
อายุ		
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	2.50
2. 21-30 ปี	53	13.25
3. 31-40 ปี	30	7.50
4. 41-50 ปี	233	58.25
5. 51-60 ปี	63	15.75
6. มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00
การศึกษา		
1. ต่ำกว่ามัธยม	5	1.25
2. ปวช. หรือ มัธยมปลาย	96	24.00
3. อนุปริญญา หรือ ปวส.	105	26.25
4. ปริญญาตรี	174	43.50
5. สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
1. ไม่ได้ประกอบอาชีพ	10	2.50
2. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	156	39.00
3. นักเรียน / นักศึกษา	90	22.50
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30	7.50
5. พนักงานบริษัท	114	28.50



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
1. 10,001 - 20,000 บาท	196	49.00
2. 20,001 - 30,000 บาท	159	39.75
3. มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	45	11.25
รวม	400	100.00

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 58.75 รองลงมาคือเพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 16.25 ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 49.00 รองลงมาคือเดินทางมากับคนรักหรือครอบครัว ร้อยละ 39.75 โดยมีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรมอยู่ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 54.75 ส่วนใหญ่จะจองผ่านเว็บไซต์ เช่น Agoda, Expedia เป็นต้น ร้อยละ 65.25 รองลงมาคือเดินเข้ามาจองห้องพัก ร้อยละ 34.75 มีจำนวนวันที่เข้าพัก 2-3 คืน ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ 4-6 คืน ร้อยละ 30.00 มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อวันอยู่ที่ 451-750 บาท ร้อยละ 93.75 ทราบข้อมูลของทางโรงแรมผ่านทางสื่อออนไลน์มากที่สุด ร้อยละ 74.00 รองลงมาคือทราบจากญาติหรือเพื่อน ร้อยละ 21.75 และน้อยที่สุดคือทราบจากสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 4.25 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ในครั้งนี้)		
1. อบรม / สัมมนา	50	12.50
2. เยี่ยมญาติ	20	5.00
3. ท่องเที่ยว	65	16.25
4. พักผ่อน	235	58.75
5. เพื่อติดต่อทำธุรกิจ	30	7.50
รวม	400	100.00
ผู้ร่วมเดินทาง (ในครั้งนี้)		
1. เดินทางคนเดียว	45	11.25
2. เพื่อน	196	49.00
3. คนรัก / ครอบครัว	159	39.75
รวม	400	100.00
ความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ (ต่อปี)		
1. 1 ครั้ง / ต่อปี	89	22.25
2. 2 - 3 ครั้ง / ต่อปี	219	54.75
3. 4 - 5 ครั้ง / ต่อปี	92	23.00
รวม	400	100.00



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิธีการจองห้องพัก (ในครั้งนี้)		
1. เว็บไซต์อื่น ๆ เช่น Agoda, Expedia เป็นต้น	261	65.25
2. เดินเข้ามาจองเอง	139	34.75
รวม	400	100.00
จำนวนวันที่เข้าพัก (ในครั้งนี้)		
1. 1 คืน	36	9.00
2. 2-3 คืน	184	46.00
3. 4-5 คืน	120	30.00
4. มากกว่า 5 คืน	60	15.00
รวม	400	100.00
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่พักรักษา / ต่อวัน (ในครั้งนี้)		
1. 451-750 บาท	375	93.75
2. 751-1,000 บาท	25	6.25
รวม	400	100.00
ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล		
1. ญาติ / เพื่อน	78	21.75
2. สื่อสิ่งพิมพ์	17	4.25
3. สื่อออนไลน์	296	74.00
รวม	400	100.00

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ด้านที่พักและบริการ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.02$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจแต่ละด้าน พบว่า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีการลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ มีการบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) ($\bar{X} = 4.24$) มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวค้นหาหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วารสาร ($\bar{X} = 4.22$) มีบริการ Service Room ตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.13$) และน้อยที่สุดคือ มีบริการยืนยันการสำรองห้องพักหรือที่พักรักษาทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.89$)

ด้านที่พักและบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสะดวกของห้องพักมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับขนาดของห้องพักหรือที่พักรักษา ($\bar{X} = 4.21$) การมีห้องพักให้เลือกหลายประเภท เช่น ห้องพักรักษา ห้องพักรักษา เป็นต้น ($\bar{X} = 4.21$) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักหรือที่พักรักษา เช่น



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ทีวี Wifi เป็นต้น ($\bar{X} = 4.04$) และน้อยที่สุดคือ สถานที่ตั้งของที่พักเหมาะสม ใกล้สถานที่เที่ยว ($\bar{X} = 4.01$)

ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีการกำหนดราคาห้องพักหรือที่พักและบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและการบริการที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.17$) ช่องทางในการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต พร้อมเพย์ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.07$) ราคาห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก ($\bar{X} = 3.86$) และน้อยที่สุดคือ ราคารวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง) ($\bar{X} = 3.49$)

ด้านการส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น มาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ การบริการมีคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้า เช่น เข้าพักเป็นกลุ่มได้รับส่วนลดค่าอาหารเช้า 5% ($\bar{X} = 3.68$) การบริการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อสำหรับลูกค้า ($\bar{X} = 3.15$) มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ ($\bar{X} = 2.84$) และน้อยที่สุดคือ การบริการมีคะแนนสะสมแต้มสำหรับลูกค้า ($\bar{X} = 2.56$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรม ราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1.1 มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยว ค้นหาหลาย ช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วารสาร เป็นต้น	4.22	84.45	มากที่สุด
1.2 มีบริการยืนยันการจองห้องพัก/ที่พักผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	3.98	49.70	มาก
1.3 มีการบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัท ตัวแทนการ ท่องเที่ยว (บริษัททัวร์)	4.24	84.85	มากที่สุด
1.4 มีการลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	4.29	85.95	มากที่สุด
รวม	4.17	83.44	มาก
2. ด้านที่พักและบริการ			
2.1 การมีห้องพักให้เลือกหลายประเภท เช่น ห้องพักเดี่ยว ห้องพักคู่ เป็นต้น	4.07	81.50	มาก
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พักเช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ทีวี Wifi เป็นต้น	4.04	80.85	มาก
2.3 ความสะอาดของห้องพัก	4.27	85.50	มากที่สุด
2.4 ราคาเหมาะสมกับขนาดของห้องพักหรือที่พัก	4.21	84.20	มากที่สุด
2.5 สถานที่ตั้งของที่พักเหมาะสมใกล้สถานที่เที่ยว	4.01	80.25	มาก
รวม	4.12	92.36	มาก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรม ราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับความ พึงพอใจ
3. ด้านราคา			
3.1 ราคารวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง)	3.49	69.9	มาก
3.2 ช่องทางในการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตร เครดิต พร้อมเพย์ เป็นต้น	4.07	81.45	มาก
3.3 มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและบริการต่าง ๆ อย่าง ชัดเจน	4.53	90.70	มากที่สุด
3.4 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและการบริการ ที่ได้รับ	4.17	83.45	มาก
3.5 ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก	3.86	77.25	มาก
รวม	4.02	80.84	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย			
4.1 การบริการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	4.05	21.00	มาก
4.2 การบริการมีคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้า เช่น เข้าพักเป็น กลุ่มได้รับส่วนลดค่าอาหารเช้า 5% เป็นต้น	3.68	73.75	มาก
4.3 การบริการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อสำหรับลูกค้า	3.15	63.10	ปานกลาง
4.4 การบริการมีคะแนนสะสมแต้มสำหรับลูกค้า	2.56	51.35	น้อย
4.5 มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์	2.84	56.90	ปานกลาง
รวม	3.25	65.12	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.89	83.41	มาก

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี จากการเก็บแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 58.75 นิยมเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.00 โดยมีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรมอยู่ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 54.75 ซึ่งมีจำนวนวันที่เข้าพัก 2-3 คืน ร้อยละ 46.00 และทราบข้อมูลของทางโรงแรมผ่านทางสื่อออนไลน์มากที่สุด ร้อยละ 74.00 โดยสอดคล้อง กับงานวิจัยของ ชมัยพร รอดแก้ว (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวใน เขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต จากสถิติทดสอบผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน มีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรมระหว่าง 2-3 ครั้งต่อปี โดยส่วนใหญ่เข้าพักแรมระหว่าง 2-3 คืน และส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมที่เข้าพักผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของณัฐพร ดอกบุญนาค และฐาปกรณ ทงค้ำนุช (2558) ได้ศึกษาความ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการโรงแรม คือ มาประชุม รองลงมาคือพักผ่อนและติดต่อธุรกิจอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีการลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือมีบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวค้นหาหลายช่องทางเนื่องจากในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่าย นักท่องเที่ยวจึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นการค้นหาที่พักหรือหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวสอดคล้องกับ Kotler P. (2006) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

ด้านที่พักและบริการ (Product) พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสะดวกสบายของห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับขนาดของห้องพักหรือที่พักรวมถึงการมีห้องพักให้เลือกหลายประเภท เช่น ห้องพักเดี่ยว ห้องพักรู้อย่างไม่สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านที่พักและบริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือชื่อเสียงของที่พักรองลงมาคือมีห้องพักให้เลือกหลายระดับและสถานที่ตั้งของที่พักที่เหมาะสมใกล้แหล่งท่องเที่ยวแหล่งธุรกิจแหล่งชุมชนทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการบอกต่อของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักมีการเขียนแนะนำให้คะแนนที่พักหรือการศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ด้านราคา (Price) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีการกำหนดราคาห้องพักหรือที่พักและบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวต้องมียค่าใช้จ่ายอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกังวลในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะราคาที่พักรวมถึงบางครั้งต้องใช้บริการเป็นเวลาหลายคืน การแสดงราคาที่พักรวมถึงความจำเป็นมาก สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาห้องพักและบริการอย่างชัดเจน รองลงมาคือ ราคาห้องพักหรือที่พักที่เหมาะสมกับระยะเวลาในการเข้าพักและห้องพักหรือที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เช่น เช่น Facebook, Twitter มาก รองลงมาคือ การบริการมีคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้า เช่น เข้าพักเป็นกลุ่ม ได้รับส่วนลดค่าอาหารเช้า 5% การบริการ มีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อสำหรับลูกค้า มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ และน้อยที่สุดคือ การบริการมีคะแนนสะสมแต้มสำหรับลูกค้า ไม่สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือโกศล (2559) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการที่พักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดพิเศษ มีการจัดโปรโมชั่นที่พักควบคู่กับทัวร์ท่องเที่ยวมีโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และมีโปรโมชั่นส่งเสริมการขายตามช่วงฤดูกาล



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านการตลาดนักท่องเที่ยวให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นสถานประกอบการควรมีบริการยืนยันการจองห้องพัก/ที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจนในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายและเน้นในเรื่องความสะดวกสบายของที่พักรวมเป็นอันดับแรก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่

1. ควรมีการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส พร้อมทั้งศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี
2. เนื่องด้วยจังหวัดอุดรธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยการศึกษาค้นคว้าการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติว่ามีความพึงพอใจเหมือนหรือแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไรเพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี ได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานีและศึกษาความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้สนใจในธุรกิจโรงแรม

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการโรงแรม เดอะวัน เรสซิเดนซ์และโรงแรม UD Residence รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพักโรงแรมทั้ง 2 แห่งนี้ ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้ความร่วมมือ สำหรับการเก็บข้อมูลทำให้การวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี 4 ปี**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2561, จาก <https://goo.gl/YWS9x8>
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอุดรธานี. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี พ.ศ. 2561-2564** สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2561, จาก <https://goo.gl/dbUFtd>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยพร แก้วรอด. (2558). **พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวใน เขตตำบลปาดอง อำเภอเมืองกะทู้จังหวัดภูเก็ต**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ณัฐพร ดอกบุญนาค และ ฐาปกรณ์ ทองคำนุช. (2558). **ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี**. กองทุนส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564**. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2561, จาก <https://goo.gl/66cUxM>

สุนทรีย์ ศิริจันทร์. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

อัศวกรฤกษ์ เหลือโกศล. (2559). **ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการที่พักแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่**. วารสาร บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2559 (2). 461.

Kotler, P. (2006). **Marketing Management**. (12th Ed). New Jersey: Pearson Education.