

The Influence of Tourism Logistics Management on Loyalty: The Mediating Role of Logistics Performance and Tourist Satisfaction in Nakhon Si Thammarat Province

อิทธิพลของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดี: บทบาทของตัวแปรคั่นกลาง

ประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

เกศกฤตา โกฏิกุล (Ketkuda Kotikul)¹, ชัญญานุช โมราสิลป์ (Chanyanoot Morasil)³

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 ประเทศไทย

(Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat Province, 80110, Thailand) |

e-mail: ¹ketkuda.k@rmutsv.ac.th; ³chanyanoot.m@rmutsv.ac.th

วรอนงค์ โททองคำ (Woraanong Thotongkam)^{2*}

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

(Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand) |

e-mail: ^{2*}woraanong.th@muti.ac.th

Abstract

Background: Tourism is considered a growing sector and a key driver in the development of the economy and society, serving as an important destination that attracts tourists. It plays a crucial role in boosting economic growth and distributing income in local areas. The objectives of this research are: to study the level of importance of tourism logistics management and tourist loyalty, to analyze the confirmatory factors of tourism logistics management on tourist loyalty, and to study the causal relationship of the influence of tourism logistics management on tourist loyalty in Nakhon Si Thammarat province.

Methods: This research employs a quantitative research. The sample group consists of 400 people, with data collected from tourists in Nakhon Si Thammarat Province using convenience sampling. A closed-ended questionnaire was used. The data were analyzed using structural equation modeling (SEM).

Results: The study revealed that, on average, tourists in Nakhon Si Thammarat Province placed the greatest importance on tourist loyalty. This indicates that tourist loyalty is the most valued factor when it comes to tourism logistics management. The research also identified four key components of tourism logistics management that influence tourist loyalty. These components are: tourism logistics management, logistics management performance, tourist satisfaction, and tourist loyalty. These elements collectively contribute to the overall impact on tourists' loyalty to the destination. Lastly, the findings showed that tourism logistics management influences tourist loyalty through the mediating factors of logistics performance and tourist satisfaction. Among these factors, logistics performance had the strongest influence on tourist loyalty, followed by tourism logistics management and tourist satisfaction.

Conclusions: Logistics performance, tourism logistics management and tourist satisfaction have an influence on tourist loyalty. This highlights the importance of logistics performance and the satisfaction of tourists in fostering long-term loyalty. Tourist attractions and service businesses should focus on: Costs, which include the appropriateness of accommodation and food prices, Reliability, which refers to the accuracy and precision of product and service information, and Flexibility, which involves the flexibility of regulations to better serve tourists and ensure their maximum convenience.

Keywords: tourism logistics management; logistics performance; tourist loyalty

บทคัดย่อ

ที่มา(ภูมิหลัง): การท่องเที่ยวถือเป็นภาคส่วนที่เติบโตและเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยว เป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ในพื้นที่ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์

*Corresponding author: woraanong.th@muti.ac.th

Cite (APA7): Kotikul, K., Thotongkam, W., & Morasil, C. (2025). The Influence of Tourism Logistics Management on Loyalty: The Mediating Role of Logistics Performance and Tourist Satisfaction in Nakhon Si Thammarat Province. *Research Community and Social Development Journal*, 19(1), 107-123. <https://doi.org/10.14456/rc-sdj.2025.07>



องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีการ: ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด และวิเคราะห์ด้วยสถิติสมการเชิงโครงสร้าง

ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีคุณค่าสูงสุดในการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว งานวิจัยนี้พบว่า องค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบเหล่านี้ร่วมกันส่งอิทธิพลโดยรวมต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

บทสรุป: ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ซึ่งเน้นย้ำความสำคัญว่าประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นการส่งเสริมการสร้าง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในระยะยาว ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจบริการ ควรให้ความสำคัญกับต้นทุน ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาที่พักและอาหาร ความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลสินค้าและบริการ ความยืดหยุ่น ได้แก่ การยืดหยุ่นของกฎระเบียบเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและดูแลให้ได้รับความสะดวกมากที่สุด

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว; ประสิทธิภาพโลจิสติกส์; ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวถือว่ามีสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นภาคส่วนที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศ (Krungthai Bank, 2024) โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มุ่งให้ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยยกระดับให้ภาคการท่องเที่ยวมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ซึ่งมีประเด็นหลัก คือ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ด้วยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) ปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์เข้าสู่งานบริการและการท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถสร้างรายได้มหาศาลและขยายต่อไปในธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านเครื่องประดับ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก นอกจากนี้ภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อบ้านและในภูมิภาค เพื่อเตรียมความพร้อมประเทศให้มีศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกแก่คนทุกกลุ่ม (Ministry of Tourism and Sports, 2023) ทั้งนี้ จากสถานการณ์โควิด-19 ที่เริ่มบรรเทาผลส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวเริ่มกลับมาคึกคักอีกครั้ง สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2567-2568 ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2567-2568 มีมูลค่าราว 2.65-3.00 ล้านล้านบาท (Krungthai Bank, 2024) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวกำลังกลับมาเป็นบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจไทยอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวให้เกิดการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวหลายมิติ ได้แก่ ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการเงิน ด้านข้อมูล ด้านการบริการลูกค้า ด้านสาธารณูปโภค ด้านการไหลอย่างยั่งยืน และด้านการมีส่วนร่วม เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ก่อให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวตามมา

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงและมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทั้งภูเขา บ่อน้ำร้อน น้ำตก ทะเล แม่น้ำที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ อาหารการกินที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่เจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่ในอดีต ทั้งในเรื่องศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต และความเข้มแข็งของชุมชน (Nakhon Si Thammarat Provincial Tourism and Sports Office, 2021) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเลื่องชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ได้ขึ้นบัญชีเบื้องต้นสู่มรดกโลก และวัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เลื่องชื่อ ได้แก่ หาดขนอม และหมู่บ้านคีรีวง โดยในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4,021,076 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเกือบ 2 เท่าตัว เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,032,459 คน (Nakhon Si Thammarat Provincial Tourism and Sports Office, n.d.) นอกจากนี้ จังหวัดนครศรีธรรมราชยังได้ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศเป็นท่าอากาศยานนานาชาติเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับสายการบินจากต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญในการเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของภาคการท่องเที่ยวของจังหวัด

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Noppakate & Aunyawong, 2022) โดยการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sriwilai, 2023) และมีการวิจัยที่สนับสนุนว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและส่งผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Watanaputi et al., 2020) และประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sukati et al., 2020) โดยปัจจัยองค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ด้านการมี

ส่วนร่วม (Prachayapipat, 2023) และองค์ประกอบประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านความยืดหยุ่น (Sukati et al., 2020) ดังนั้น การศึกษาระดับความสำคัญการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว และการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงเป็นวัตถุประสงค์การวิจัยที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก และธุรกิจนันทนาการ สามารถนำไปใช้วางแผนปรับปรุงและพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับนโยบายระดับชาติในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว (Tourism Logistics Management) เกี่ยวข้องกับการบูรณาการหลักการจัดการโลจิสติกส์กับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว เริ่มต้นจากแนวคิดการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยว ผลผสมผสานการจัดการการขนส่งเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่เหมาะสม นอกจากนี้ การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงกับการจัดการโซ่อุปทานโดยบูรณาการกระบวนการทำงานของผู้ที่เกี่ยวข้องในการเคลื่อนย้ายทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็นสินค้า ข้อมูล และเงิน ตั้งแต่ต้นจนจบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Rushton et al., 2022) เมื่อพิจารณากรอบการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเข้าใจโซ่อุปทานของธุรกิจการท่องเที่ยว แนวคิดและแนวทางการจัดการโลจิสติกส์มี 3 มิติ ได้แก่ การไหลทางกายภาพ การไหลของข้อมูล และการไหลทางการเงิน คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ใน 3 มิติเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ (Watanaputi et al., 2020) ความรู้ดังกล่าวมีประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และชี้แนะการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักวิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวัดสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวโดยอิงตามงานวิจัยที่ผ่านมา (Dhamaratne et al., 2023; Nopphakate & Aunyawong, 2022; Prachayapipat, 2023; Sriwilai, 2023) เครื่องมือนี้ผสมผสานทฤษฎีการบริการลูกค้า ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ การไหลทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การจัดการความพร้อมและการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) การไหลทางการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การจัดการทางการเงินเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) การไหลของข้อมูล (Information) หมายถึง การจัดการข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบแผนที่ แผนที่ ป้ายบอกข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) การบริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Dhamaratne et al., 2023) การไหลของสาธารณูปโภค (Utility Flow) หมายถึง

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การมีห้องน้ำสาธารณะเพียงพอ การเพิ่มขีดความสามารถของสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ไวไฟให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) การไหลอย่างยั่งยืน (Sustainable Flow) หมายถึง การสร้างความตระหนักรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยจัดให้มีจุดทิ้งขยะเพียงพอในสถานที่ท่องเที่ยว แยกขยะก่อนทิ้ง และดำเนินการจัดการขยะ (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) และการมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนอันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (Prachayapipat, 2023)

ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Logistics performance) องค์ประกอบด้านการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถประเมินผลได้ การวัดหรือประเมินประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง การประเมินคุณค่าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมาย (Kane, 2012) ประกอบด้วย ด้านต้นทุน (Cost) หมายถึง ความสามารถในการจัดการค่าใช้จ่ายและเวลาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการท่องเที่ยว รวมไปถึงการความเหมาะสมของราคาสินค้าและบริการเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปของนักท่องเที่ยว (Watanaputi et al., 2020) ด้านเวลา (Time) หมายถึง ความสามารถในการจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ การใช้เวลาในการท่องเที่ยวตามสถานที่ให้ครบตามที่ไดวางแผนไว้ ความรวดเร็วในการเข้าถึงสินค้า อาหารบริการ รวมไปถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว (Watanaputi et al., 2020) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นป้ายบอกทาง รถขนส่งสาธารณะ สินค้าที่มีคุณภาพ สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและสะอาด และอาหารที่เหมาะสมปรุงอย่างถูกสุขอนามัย และความปลอดภัยในการเดินทาง สิทธิประโยชน์และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (Watanaputi et al., 2020) และด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง มีความยืดหยุ่นของกฎระเบียบเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและดูแลให้ได้รับความสะดวกมากที่สุด (Sukati et al., 2020)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) ความรู้สึกพอใจหรือผิดหวังที่เกิดจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า หากผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์และบริการดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าจะพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม หากผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์และบริการแย่กว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจ โดยความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากการซื้อหรือได้รับผลิตภัณฑ์และบริการ (Chen et al., 2024; Kotler et al., 2018) ความรู้สึกดังกล่าวนำไปสู่ความตั้งใจกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำ ลูกค้าได้รับผลลัพธ์ที่ดีเท่าใด ความพึงพอใจของพวกเขาจะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น (Hudson, 2009) การศึกษาความพึงพอใจเริ่มขึ้นก่อนปี ค.ศ. 1960 และในปี ค.ศ. 1980 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของตลาดนักท่องเที่ยวก็เกิดขึ้น นำไปสู่การสืบสวนหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว องค์การที่มีการจัดการที่ดีต้องให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก และระบุความต้องการของลูกค้าเพื่อวางแผนและตอบสนองความต้องการและมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้สูงสุด โดยมีองค์ประกอบ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

หมายถึง มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง สวยงาม และเหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจ (Pimmuangkao & Buatham, 2024) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation service: ACC) หมายถึง ความเพียงพอของที่พักต่อความต้องการ มีที่พักหลายหลายประเภทให้เลือก เช่น โฮมสเตย์ โรงแรม รีสอร์ท (Huyen et al., 2024) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก มีรถบริการรับส่งที่เพียงพอ (Pimmuangkao & Buatham, 2024) และด้านความปลอดภัย (Safety) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ (Pimmuangkao & Buatham, 2024)

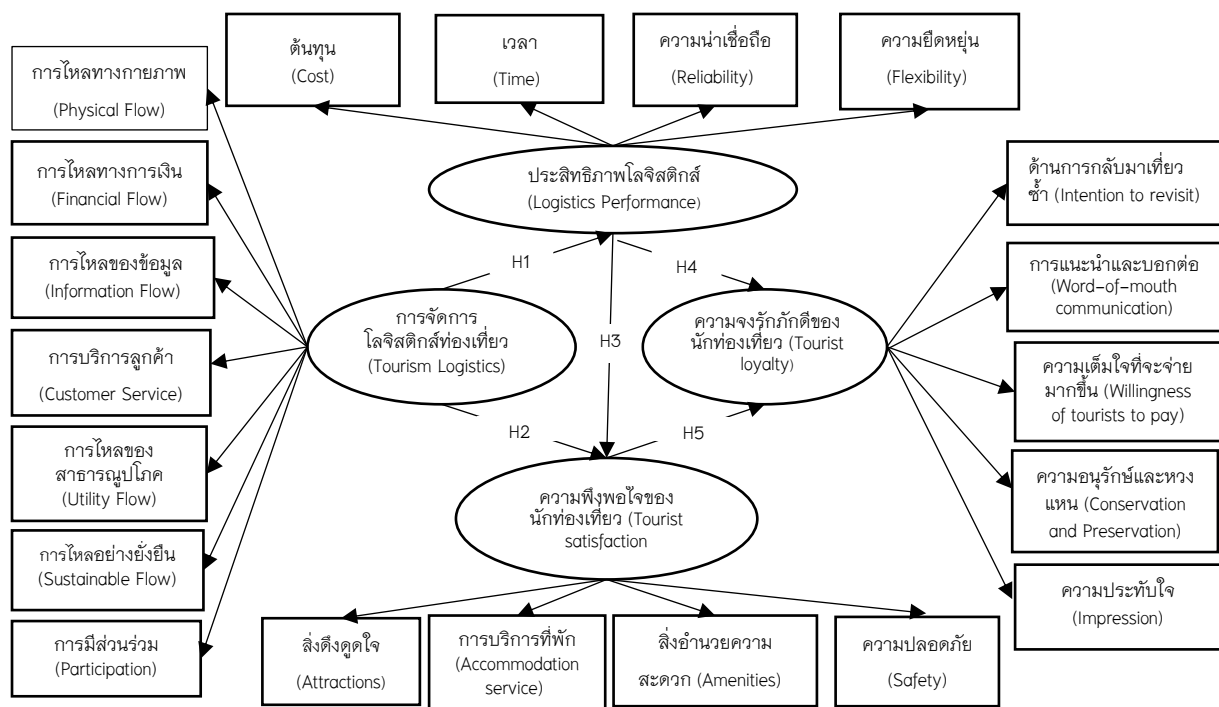
ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว (Tourist loyalty) หมายถึง พฤติกรรมโดยเจตนาที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางและได้รับความประทับใจ เริ่มจากการมีทัศนคติเชิงบวก ซึ่งมาจากการตระหนักถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเดินทาง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวคือการสะสมประสบการณ์จนกลายเป็นความประทับใจและความผูกพันกับสถานที่นั้น ความผูกพันที่เกิดจากความภักดีจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเสมอตราบใดที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของการเดินทางและตราบเท่าที่พวกเขาประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยว (Oliver, 2014) และการสร้างความภักดีในหมู่นักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีความภักดีจะนำไปสู่การเติบโตและความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยประกอบด้วย ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Intention to revisit) เป็นการแสดงถึงความผูกพันที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ โดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่จะเข้ามาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้ง ซึ่งเกิดจากการความประทับใจในภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หรือได้รับรู้ถึงคุณค่าที่ดีของการท่องเที่ยว รวมถึงเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวอีก หรือเมื่อต้องการท่องเที่ยวก็จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นอันดับแรก (Watanaputi et al., 2020) ด้านการแนะนำและบอกต่อ (Word of Mouth Communication) เป็นการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมถึงการเล่าประสบการณ์ความประทับใจในทางบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Watanaputi et al., 2020) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น (Willingness of Tourists to Pay) เป็นความรู้สึกไม่หวั่นไหวของนักท่องเที่ยวต่อการขึ้นราคาสินค้าหรือบริการขององค์กรการท่องเที่ยว เช่น ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ค่าผ่านเข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะยอมจ่ายมากขึ้น เพื่อให้ได้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Tangjaturasopon et al., 2020) ด้านความอนุรักษ์และหวงแหน (Conservation and Preservation) เป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวประทับใจและมีคุณค่าในสายตาของตน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นดำรงอยู่อย่างยั่งยืน โดยพร้อมจะช่วยเหลือ ดูแลทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (Watanaputi et al., 2020) และด้านความประทับใจ (Impression) สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งธรรมชาติ (Watanaputi et al., 2020)

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและตัวแปรอื่น ๆ ของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การไหลทางกายภาพ การไหลทางการเงิน การไหลของข้อมูล การบริการลูกค้า การไหลของสาธารณูปโภค การไหลอย่างยั่งยืน ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Noppakate & Aunyawong, 2022; Sriwilai, 2023) และยังมีงานวิจัยสนับสนุนว่าการมีส่วนร่วมซึ่งเป็นตัวแปรในการ

จัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเช่นกัน (Prachayapipat, 2023) นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีผลทางตรงต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว (Noppakate & Aunyawong, 2022) ในขณะที่ Sriwilai, (2023) กลับพบว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรต้นกลางความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีงานวิจัยสนับสนุนว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ซึ่งมีองค์ประกอบด้านต้นทุน ด้านเวลา ด้านความน่าเชื่อถือ (Watanaputi et al., 2020) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่สนับสนุนเพิ่มเติมว่า ความยืดหยุ่นเป็นองค์ประกอบหนึ่งของประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Sukati et al., 2020) ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีงานวิจัยพบว่าประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sukati et al., 2020) จากการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยในด้านต่าง ๆ และความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดข้างต้นนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดเพื่อศึกษาอิทธิพลและความสัมพันธ์ของตัวแปรข้างต้น ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรหลายตัวที่นำไปสู่การพัฒนารูกระบบการบริการและการท่องเที่ยวให้เกิดความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวและสนับสนุนให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำ การแนะนำและบอกต่อ ความเต็มใจในการใช้จ่ายมากขึ้นในธุรกิจบริการ

ภาพที่ 1 กรอบสมมติฐานการวิจัย

Figure 1. Research hypothesis framework.



หมายเหตุ. วิเคราะห์โดยผู้วิจัย

Note. Analysis by the authors.

จากภาพที่ 1 แสดงอิทธิพลของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรคั่นกลางประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพลมีสมมติฐานทั้งหมด 5 ข้อ (H1 ถึง H5) กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์

สมมติฐานที่ 2 การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

วิธีการและเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 4,021,076 คน (Nakhon Si Thammarat Provincial Tourism and Sports Office, n.d.) พิจารณานาตัวอย่างให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลการวิจัยที่ใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ขนาดกลุ่มตัวอย่างอาศัยหลักการของการวิเคราะห์และประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) เป็นวิธีวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) การประมาณค่าด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด โดยมีเงื่อนไขแนะนำขนาดของตัวอย่างควรมี 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต หรือขนาดตัวอย่างควรมี 100–400 ตัวอย่าง (Hair et al., 2019) ซึ่งงานวิจัยนี้มี 4 ตัวแปรแฝง และ 20 ตัวแปรสังเกต ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง (20 เท่าX20 ตัวแปรสังเกต) (Hair et al., 2019) ทั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากกว่า 1 ครั้งเท่านั้น และใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's scale) โดยทำการสร้างข้อคำถามใหม่ที่พัฒนาจากงานวิจัยแบ่งเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ (Nopphakate & Aunyawong, 2022; Prachayapipat, 2023; Sriwilai, 2023) ด้านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ จำนวน 4 ข้อ (Watanaputi et al., 2020) ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ (Huyen et al., 2024; Pimmuangkao & Buatham, 2024) และด้านความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ (Tangjaturasophon et al., 2020; Watanaputi et al., 2020) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับการให้ความสำคัญแต่ละด้าน คือ 1–5 คะแนน ซึ่งระดับการให้ความสำคัญน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน ถึงระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พิจารณาให้คะแนน 1 คะแนน เมื่อเห็นว่ามี ความตรงเชิงเนื้อหา 0 คะแนน เมื่อเห็นว่าไม่แน่ใจว่ามีความตรงเชิงเนื้อหา และ -1 คะแนน เมื่อเห็นว่าไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Kamket, 2012) พบว่า มีค่า 0.76 ทั้งฉบับ และมากกว่า 0.60 ทุกข้อคำถาม ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยเก็บจากนักท่องเที่ยว ณ ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและมีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ชุด นำผลคะแนนมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แต่ละตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.908–0.914 ซึ่งมีระดับที่เกินค่า 0.8 แสดงถึงระดับความน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2019) แสดงว่าทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และได้รับการประชาสัมพันธ์จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ หาดขนอม วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) วัดเจดีย์ (ไฉ่ไฉ่) และหมู่บ้านคีรีวง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) กำหนดเกณฑ์การแปลผลตามระดับการให้ความสำคัญด้วยค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21–5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41–4.20 หมายถึง มาก 2.61–3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81–2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง น้อยที่สุด (Aguinis et al., 2013)

การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ กำหนดค่าความเบ้และความโด่งระหว่าง -2.0 ถึง 2.0 แสดงว่าไม่มีการกระจายตัวที่แตกต่างจากปกติ (Hair et al., 2019) และตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองสมการ ทั้งหมด 20 ตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ระหว่าง 0.499–0.800 อย่างมีนัย ค่าสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ทางบวก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีค่าไม่เกิน 0.08 (Field, 2013) ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.505–0.520 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIF (Variance inflation factor) อยู่ระหว่าง 1.925–1.982 ซึ่งน้อยกว่า 10 (Kline, 2023) จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในตัวเอง (Multicollinearity) และค่า Durbin-Watson อยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง (Autocorrelation) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อคัดเฉพาะตัววัดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละองค์ประกอบ โดยเลือกตัวแปรที่มีค่า Cross Loading สูง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละตัวแปรสังเกตจะต้องมีค่ามากกว่า 0.05 (Hair et al., 2019) พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 20 ตัวแปรที่มีค่าผ่านเกณฑ์ข้างต้น ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบบจำลองสมการ โครงสร้าง ประกอบด้วย ตัวแปรแฝง ทั้งหมด 4 ตัว จัดแบ่งตัวแปรได้ 3 ประเภท คือ ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 1 ตัวแปร คือ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 7 ตัวแปร ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable) จำนวน 2 ตัวแปร คือ ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร และตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพนักศึกษา รายได้ 5,001–10,000 บาท อาศัยอยู่ในภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มากกว่า 3 ครั้ง และระยะเวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 1 วัน

ระดับความสำคัญและองค์ประกอบเชิงยืนยัน

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลระดับความสำคัญและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญและองค์ประกอบเชิงยืนยัน

Table 1. Importance levels and confirmatory elements.

ตัวแปรการวัด (Measurement variables)	Factor Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	M	S.D.
การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว (Tourism Logistics Management)		0.401	0.824	0.835	4.51	0.422
ด้านการไหลทางกายภาพ (Physical Flow)	0.601**				4.51	0.592
ด้านการไหลทางการเงิน (Financial Flow)	0.640**				4.53	0.612
ด้านการไหลของข้อมูล (Information Flow)	0.657**				4.44	0.572
ด้านการบริการลูกค้า (Customer Service)	0.651**				4.50	0.617
ด้านการไหลของสาธารณูปโภค (Utility Flow)	0.650**				4.49	0.637
ด้านการไหลอย่างยั่งยืน (Sustainable Flow)	0.610**				4.55	0.577
ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)	0.620**				4.52	0.613
ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Logistics performance)		0.402	0.728	0.821	4.51	0.464
ด้านต้นทุน (Cost)	0.626**				4.44	0.654
ด้านเวลา (Time)	0.683**				4.50	0.613
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.651**				4.55	0.628
ด้านความยืดหยุ่น (Flexibility)	0.571**				4.56	0.606
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction: SAT)		0.422	0.742	0.826	4.62	0.410
ความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	0.702**				4.63	0.518
ความพึงพอใจด้านการบริการที่พัก (Accommodation service)	0.679**				4.59	0.554
ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	0.685**				4.68	0.523
ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย (Safety)	0.514**				4.59	0.563
ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว (Tourist loyalty: LOY)		0.451	0.803	0.835	4.67	0.388
ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Intention to revisit)	0.602**				4.68	0.515
ด้านการแนะนำและบอกต่อ (Word-of-mouth communication)	0.618**				4.64	0.525
ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น (Willingness of tourists to pay)	0.748**				4.67	0.521
ด้านความอนุรักษ์และหวงแหน (Conservation and Preservation)	0.659**				4.70	0.515
ด้านความประทับใจ (Impression)	0.719**				4.67	0.513

หมายเหตุ. นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

Note. Significance level of 0.01 (**p<0.01)

ตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ($M=4.67$, $S.D.=0.38$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ($M=4.62$, $S.D.=0.41$) ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ($M=4.51$, $S.D.=0.46$) และการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ($M=4.51$, $S.D.=0.42$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ($M=4.68$, $S.D.=0.51$) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($M=4.68$, $S.D.=0.52$) ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ให้ความสำคัญสูงสุดด้านความยืดหยุ่น ($M=4.56$, $S.D.=0.60$) และการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดด้านการไหลอย่างยั่งยืน ($M=4.55$, $S.D.=0.57$)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ตัวแปรสังเกตพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่า 0.514 ถึง 0.748 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted) ของแต่ละตัวแปรแฝงมีค่า 0.401 ถึง 0.451 และมีค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite Reliability) มีค่า 0.728 ถึง 0.824 นอกจากนี้ ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า p -value น้อยกว่า 0.01) แสดงว่า น้ำหนักทั้งหมดเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่บ่งบอกถึงการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและแบบจำลองสมการโครงสร้างดังนี้

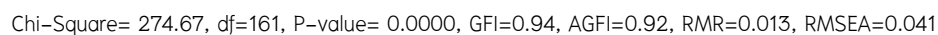
ตารางที่ 2 ความกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Table 2. The consistency of the structural equation model with empirical data.

ค่าดัชนีเกณฑ์ที่ใช้ (Index values)	เกณฑ์ที่ใช้ (measurement criteria)	ค่าสถิติ (Statistics)	ผลการประเมิน (Results)
Chi-Square/ df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	1.67	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	0.041	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
RMR	$0 \leq RMR \leq .05$	0.013	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	0.97	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1.00$	0.99	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1.00$	0.94	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	0.92	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1.00$	0.99	ผ่านเกณฑ์ (passed the criteria)

จากตารางที่ 2 แสดงผลข้อมูลภายหลังการปรับแก้ไขตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้างพบว่า ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์วัดทุกตัวแปร แสดงว่า อิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรคั่นกลางของประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Figure 2. *Structural equation modeling of the influence of tourism logistics management on tourist loyalty in Nakhon Si Thammarat Province.*



Note. t-value ≥ 2.58 Significance level of 0.01 (**), t-value ≥ 1.96 Significance level of 0.05 (*).

Table 3. *The influence of tourism logistics management on tourist loyalty in Nakhon Si Thammarat Province.*

ตัวแปรแฝง (Latent variables)	R ²	อิทธิพล (Effects)	ตัวแปรแฝง (Latent variables)		
			Tourism Logistics Management	Logistics performance	Tourist satisfaction
Logistics performance	0.72	Direct effects	0.87**	–	–
		Indirect effects	–	–	–
		Total effects	0.87**	–	–
Tourist satisfaction	0.65	Direct effects	0.24*	0.41**	–
		Indirect effects	0.36**	–	–
		Total effects	0.60**	0.41**	
Tourist loyalty	0.51	Direct effects	–	0.44**	0.28*
		Indirect effects	0.55**	0.12*	–
		Total effects	0.55**	0.56**	0.28*

Note. Significance level of 0.05 (**p<0.05,) Significance level of 0.01 (**p<0.01)

จากภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.51 แสดงว่าตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้าง สามารถอธิบายความแปรปรวนของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 51 และค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงถึงความเหมาะสมของตัวแปรดังกล่าว และจากตาราง 3 แสดงให้เห็นค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่มีต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว พบว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีอิทธิพลรวมสูงสุด (0.56, $p < 0.01$) รองลงมาได้แก่ การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว (0.55, $p < 0.01$) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (0.28, $p < 0.01$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเท่ากับ 0.87 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมมติฐานที่ 2 และ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลทางตรงจากประสิทธิภาพโลจิสติกส์เท่ากับ 0.41 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้รับอิทธิพลทางตรงจากการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเท่ากับ 0.24 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเท่ากับ 0.36 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมมติฐานที่ 4 และ 5 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลทางตรงจากประสิทธิภาพโลจิสติกส์เท่ากับ 0.44 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 0.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเท่ากับ 0.55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และประสิทธิภาพโลจิสติกส์เท่ากับ 0.12 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การวิจัยแสดงถึงการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีผ่านตัวแปรคั่นกลาง ประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ดังนี้

ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ มีอิทธิพลสำคัญโดยรวมสูงสุดต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคั่นกลางความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ ด้านต้นทุน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความยืดหยุ่น และด้านเวลา ตามลำดับ อธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความเหมาะสมของราคาที่พักและอาหาร ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลสินค้าและบริการ รวมถึงการยืดหยุ่นของกฎระเบียบเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและดูแลให้ได้รับความสะดวกมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศักดิ์ วรรณะภูติ และคณะ (Watanaputi et al., 2020) พบว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ นำไปสู่ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังค้นพบข้อเสนอเพิ่มเติมว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและจากการทบทวนวรรณกรรมในส่วนองค์ประกอบประสิทธิภาพโลจิสติกส์ งานวิจัยที่ผ่านมาพบองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านเวลา และด้านความน่าเชื่อถือ (Watanaputi et al., 2020) ในงานวิจัยนี้ได้ผลยืนยัน

เพิ่มด้านความยืดหยุ่น เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบด้านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยรวมสำคัญต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับที่สอง โดยมีอิทธิพลส่งผ่านตัวแปรต้นกลางประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นการจัดการการเคลื่อนย้ายทางกายภาพ ดานการเงิน และดานสารสนเทศ จากแหล่งกำเนิดไปสู่จุดบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Rushton et al., 2022) นอกจากนี้ในงานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง บทบาทตัวกลางของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย สนับสนุนว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Nopphakate & Aunyawong, 2022) และยังพบผลวิจัยยืนยันการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวโดยผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sriwilai, 2023) นอกจากนี้มีงานวิจัยที่เน้นย้ำความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Cheunkamon et al., 2021) จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมา พบว่า องค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทางการเงิน ด้านการไหลของข้อมูล ด้านการบริการลูกค้า ด้านการไหลของสาธารณูปโภค และด้านการไหลอย่างยั่งยืน (Dharmaratne et al., 2023; Sriwilai, 2023) ในงานวิจัยนี้ได้ผลยืนยันเพิ่มเติมการมีส่วนร่วมเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบด้านการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคธุรกิจบริการและชุมชน จะสามารถนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและก่อให้เกิดการกระจายรายได้กับภาคส่วนธุรกิจบริการในจังหวัด อีกทั้งยังสามารถพัฒนาให้มีความโดดเด่นให้กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ในพื้นที่นำไปสู่เศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป (Chompoopanya & Rojanatrakul, 2022)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลสำคัญต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจที่อธิบายความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้า หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้า (Kotler et al., 2018) และมีงานวิจัยที่ผ่านมาสนับสนุนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Kusumah, 2024)

สรุปผล

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรต้นกลาง ได้แก่ ประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยว จากข้อสรุปข้างต้น ภาครัฐ ภาคธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก ตลอดจนธุรกิจนำเที่ยว สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่จรรยาวัตรที่ดีของนักท่องเที่ยวในที่สุด ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพโลจิสติกส์ทั้งด้านความเหมาะสมของราคาที่พักร้านอาหาร ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลสินค้าและบริการ การยืดหยุ่นของกฎระเบียบเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและดูแลให้ได้รับความสะดวกมากที่สุด และเวลาที่ให้บริการที่เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในที่สุด ทั้งในด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ การแนะนำและบอกต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มในที่สุด ความอนุรักษ์ห่วงแหนและความประทับใจ

ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์โดยเฉพาะด้านการไหลของสาธารณูปโภค ได้แก่ ถนน บ้ายบอกทาง สัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต แผนที่เชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวเขาด้วยกัน ในส่วนผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการจัดการสัมภาระ ที่พัก ความสะอาดของสถานที่ และมีลานสำหรับการจอดรถที่เพียงพอ เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาในส่วนงานของธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่ความจงรักภักดีในที่สุด

ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมและมีแสงสว่างที่เพียงพอในเวลากลางคืน โดยทางภาครัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันจัดตั้งเวรยามประจำสถานที่ท่องเที่ยวที่พร้อมช่วยเหลือสนับสนุน เมื่อมีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นตลอดเวลา และช่วยกันสอดส่องดูแลความปลอดภัย ป้องกันมิให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวและเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนภาคธุรกิจนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่พัก (ความเพียงพอของที่พักต่อความต้องการและมีที่พักหลายหลายประเภทให้เลือก) สิ่งอำนวยความสะดวก (การเข้าถึงสถานที่ได้ง่าย สะดวก มีรถบริการรับส่งที่เพียงพอ) และสิ่งดึงดูดใจ (สถานที่ที่มีชื่อเสียง สวยงาม และเหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจ) โดยปัจจัยข้างต้นผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้ในดำเนินธุรกิจ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวตามมา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาที่ไม่พบงานวิจัยลักษณะการสร้างโมเดลสมการโครงสร้างลักษณะเดียวกันมาก่อน ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรหลายตัว ที่นำไปสู่ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ต่อไปเพื่อยืนยันเพิ่มเติมการวิจัยในอนาคต สามารถค้นหาตัวแปรเพิ่มเพื่อใช้ร่วมอธิบายจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จากผลการศึกษาที่พบว่า การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สามารถอธิบายความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 51 หากมีการค้นหาเพิ่มตัวแปรนอกเหนือจากตัวแปรข้างต้น อาจมีความเป็นไปได้ที่ค่าการอธิบายความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น

แหล่งทุนสนับสนุน

ทุนวิจัยส่วนตัว

การมีส่วนร่วมของผู้เขียน

ผู้เขียนทุกท่านออกแบบหัวข้องานวิจัย ตั้งสมมุติฐาน ศึกษาปัญหาของงานวิจัย ทบทวนข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ออกแบบการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และแปลผล รวมถึงสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยและมีส่วนร่วมในการเขียนบทความวิจัย

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ผู้เขียนไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ เช่น การเป็นที่ปรึกษา การรับทุนจากบริษัท หรือผลประโยชน์ทางการเงินซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนได้ดำเนินการตามแนวทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เพื่อให้มั่นใจว่าการวิจัยนี้เป็นไปอย่างโปร่งใสและปราศจากอคติ

ความพร้อมใช้งานของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ไม่สามารถเปิดเผยได้ทั้งหมด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมการวิจัย ซึ่งอาจนำไปสู่การระบุตัวตนได้ ข้อมูลดิบและข้อมูลที่นำมาใช้ซ้ำทั้งหมดถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และสามารถร้องขอได้โดยตรงกับผู้เขียน

จริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน รหัสโครงการ HEC-01-67-064 เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2567

เอกสารอ้างอิง

- Aguinis, H., Gottfredson, R. K., & Culpepper, S. A. (2013). Best-practice recommendations for estimating cross-level interaction effects using multilevel modeling. *Journal of management*, 39(6), 1490-1528.
- Chen, J. S., Prebensen, N. K., & Uysal, M. S. (2024). *Handbook of Experience Science: Tourism, Hospitality, and Leisure*. Edward Elgar.
- Cheunkamon, E., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2021). Impacts of tourist loyalty on service providers: Examining the role of the service quality of tourism supply chains, tourism logistics, commitment, satisfaction, and trust. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(6), 1397-1429.
- Chompoonanya, A., & Rojanatrakul, T. (2022). The development potential of the community in participant model to sustainable tourism community. *Journal of Modern Learning Development*, 7(8), 414-430.
- Dharmaratne, D., Siriwardena, S., Edirisinghe, L., & Silva, D. S. (2023). Interdependence of logistics and tourism: Crafting a novel logistics concept in tourism. *Sustainable Development Research*, 5(1), 87-94.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W., & Anderson, R. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Annabel Ainscow.
- Hudson, S. (2009). *Tourism and hospitality marketing: a global perspective*. Sage.
- Huyen, L. T. T., Van, L. H., Vinh, N. T., & Tric, C. T. (2024). Tourists' satisfaction on cultural heritage tourism quality: An empirical study Hanoi, Vietnam. *Multidisciplinary Science Journal*, 6(10), 1-17.
- Kamket, W. (2012). *Research methods in behavioral science* (3rd ed.). Chulalongkorn University Press.
- Kane, T. M. (2012). *Military logistics and strategic performance*. Routledge.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: An Asian perspective* (7th ed.). Pearson.
- Krungthai Bank. (2024, July 30). *Explore 6 new trends in tourism that are creating opportunities for the Thai tourism sector*. Download. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_4956_trends.pdf
- Kusumah, E. P. (2024). Sustainable tourism concept: tourist satisfaction and destination loyalty. *International Journal of Tourism Cities*, 10(1), 166-184.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023, March 27). *The Third National Tourism Development Plan No. 3 (2023-2027)*. Annual plans, projects and budgets. <https://drive.google.com/file/d/1eWJvZe1dHLKlABXB6PDJZXKVav4f-9hQ/view>
- Nakhon Si Thammarat Provincial Tourism and Sports Office. (2021, August 18). *Nakhonsithammarat province tourism development plan, 2022-2027*. https://nakhonsi.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=997
- Nakhon Si Thammarat Provincial Tourism and Sports Office. (n.d.). *Number of tourists in Nakhon Si Thammarat Province, 2017-2022*. Dataset. https://nakhonsithammarat.gdcatalog.go.th/dataset/total_tourism
- Noppakate, K., & Aunyawong, W. (2022). The relationship of tourism logistics management and destination brand loyalty: the mediating role of Thailand tourist satisfaction. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 356-366. <https://doi.org/https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS5.7833>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022, October 21). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023-2027)*. National Economic and Social Development Plan. https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=13651
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Pimmuangkao, N., & Buatham, O. (2024). Tourism development of Thung Bua Daeng “Bueng Lahan” Chatturat District, Chaiyaphum Province. *The Journal of Development Administration Research*, 14(1), 148-162.
- Prachayapipat, M. (2023). Confirmatory factor analysis of population's participation in tourism logistics development Phutthamonthon District Nakhon Pathom Province. *Journal of the Association of Researchers*, 28(4), 115-133.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). *The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain* (7th ed.). Kogan Page.
- Sriwilai, S. (2023). The causal relationship of tourism logistics management Influencing tourists' loyalty in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*, 7(4), 1395-1413.
- Sukati, I., Sanyal, S., & Awaain, A. M. B. (2020). Logistics service performance and tourist satisfaction in salalah tourism industry: A Conceptual Framework. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 54-65.
- Tangjaturasopon, A., Vongchavaltikul, B., & Sangsuwan, T. (2020). The structural equation modeling of Thai tourists' loyalty to Northeastern Thailand. *NRRU Community Research Journal*, 14(2), 174-188.
- Watanaputi, A., Sansook, J., Boonannwong, C., & Chotworakan, A. (2020). Tourism logistics management influencing logistics performance and loyalty of tourisms in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Modern Management Journal*, 18(2), 15-29.
- Whittaker, T. A., & Schumacker, R. E. (2022). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Routledge.