

การวิเคราะห์สมการโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดี
ของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง
เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

A Structural Equation Modeling Analysis of Service Quality Model
Affecting Tourist Loyalty in the Mekong Basin Tourism Development
Zones to Create Sustainable Local Economy

สิรภพ วงศ์ภักดิ์^{1*}

ฉัตรชัย ราคา¹

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม¹

* e-mail: siraphob.wog@spulive.net

Siraphob Wonglaphat¹

Chatchai Raka¹

College of Logistics and Supply Chain, Sripatum University¹

Received: January 10, 2023, Revised: March 18, 2023, Accepted: April 4, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.98 เมื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล สมการโครงสร้าง ได้แก่ ค่า $\chi^2 = 25.156$, $df = 18$, $\chi^2/df = 1.398$, P-value = 0.121, RMSEA = 0.032, CFI = 0.999, AGFI = 0.963 ซึ่งแปลผลได้ว่า ค่าทั้งหมดผ่านเกณฑ์ตามค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล และค่า $R^2 = 97.00$ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลได้ร้อยละ 97.00 จากผลการวิจัย ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงต้องรักษาระดับคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของท้องถิ่น โดยการเอาใจใส่ให้นักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งพัฒนาระดับการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และให้ความมั่นใจว่า นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ดีที่สุด มากไปกว่านั้นผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวให้โดดเด่นเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ แนะนำบอกต่อ ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความภักดีของนักท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

Abstract

This research aims to study the influence of service quality on tourist loyalty in the Mekong River Basin Tourism Development Zone. This is quantitative research using a sample size of 400 tourists who were chosen by random sampling from tourists aged 18 and above. A questionnaire was used to collect the data. It was found that the service quality significantly affected tourist loyalty statistically, with a path coefficient of 0.98. When checking for consistency with empirical data, the index values for the consistency of the structural equation model were: $\chi^2 = 25.156$, $df = 18$, $\chi^2/df = 1.398$, $P\text{-value} = 0.121$, $RMSEA = 0.032$, $CFI = 0.999$, $AGFI = 0.963$, indicating that all values passed the criteria of the model consistency index. In addition, $R^2 = 97.00$, which means that all variables can collectively explain the variance of effectiveness at 97.00%. Findings of this study can give insights for tourism entrepreneurs in Mekong River Basin Tourism Development Zone. They must maintain the level of service quality in line with the image of the locality by taking good care of all tourists fairly and improving the level of service to meet the tourists' needs and ensure that they receive the best service. In addition, entrepreneurs have to present a distinctive tourism image in order to impress tourists. This results in travelers returning to the place again and recommending it to others by word of mouth which leads to sustainable tourism for the community in the future.

Keywords: Service Quality; Tourist Loyalty; Mekong Basin Tourism Development Zone

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาพการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค (Nunthasiriphon, 2017) จากการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในตลาดโลกและในประเทศ พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนมาจากเศรษฐกิจโลกที่พัฒนาขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพในการท่องเที่ยว (Office of the National Economics and Social Development Council, 2018) กอปรกับการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเพิ่มการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งการปรับใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันและสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี ทั้งในด้านการเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญและการเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Lunkam, 2019) ได้สร้างความเสียหายไปยังหลายภาคส่วน

ทั้งด้านสาธารณสุข สังคม และเศรษฐกิจ (Opasanon, 2020) รวมทั้งธุรกิจบริการที่ส่งผลกระทบโดยตรงตลอดโซ่อุปทาน ทำให้รัฐบาลในหลายประเทศทั่วโลกออกมาตรการปิดเมือง (Lockdown) เพื่อควบคุมการเดินทางระหว่างประเทศ

ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวมีโครงสร้างที่ซับซ้อน ทั้งอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว สินค้าการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว (Zhang, Song, & Huang, 2009; Song, 2012; Szpilko, 2017) ซึ่งการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มากไปกว่านั้นนอกจากต้องการความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงด้วย คือ ด้านเวลาและเงินที่ต้องจ่ายไปในระหว่างการท่องเที่ยว รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการมากขึ้น (Ibrahim et al., 2015) ผู้ประกอบการต้องมีการลงทุนในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้อยู่รอดในการแข่งขันที่มีความรุนแรงขึ้นโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยองค์ประกอบต่างๆ ของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการนำเที่ยว การขนส่ง ธุรกิจที่พัก การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Zhang, Song, & Huang, 2009) ซึ่งเป็น

กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือทางธุรกิจตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบหรืออุตสาหกรรมต้นน้ำ จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการ หรืออุตสาหกรรมปลายน้ำ ต้องทำให้การไหลขององค์ประกอบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวดำเนินไปได้ด้วยดี (Mananda, & Dewi, 2019) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาเที่ยวซ้ำ การบอกเล่าประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และแนะนำผู้อื่นมาท่องเที่ยว (Dayour, & Adongo, 2015; Santharen, Kumar, Krishnaswamy, Ranjanthran, & Annamalai, 2018) รวมทั้งเกิดความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งเส้นทาง

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของโลก (Global Megatrend) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาภูมิภาคในพื้นที่ในประเทศ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2018) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และความต้องการของชุมชน (Department of Tourism, 2017) โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ (Cluster) (The National Tourism Policy Committee, 2021) เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วมกัน การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในเขต และการสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้า รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรม การแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และทรัพยากรระหว่างกัน (Parliamentary Budget Office, 2021) เพื่อประโยชน์ในการรักษาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว หรือการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (Buranawimonwan, & Sukpet, 2018) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน สถาบันการศึกษา และนักวิชาการในพื้นที่ (The National Tourism Policy Committee, 2021) ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลได้กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ประกอบด้วย เลย หนองคาย บึงกาฬ นครพนม และมุกดาหาร (The Secretariat of the Cabinet, 2016) ซึ่งศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงมีความหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และสิ่งปลูกสร้างทันสมัย มีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะ ประกอบกับศักยภาพและบริบทเชิงพื้นที่ที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ขาดความเข้มแข็งที่เป็นระบบและต่อเนื่อง (Tonpradoo, 2018) อาทิ โครงสร้าง

พื้นฐานการเดินทางไม่เอื้ออำนวย บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต้องมีความสามารถทางภาษาต่างประเทศยังไม่เพียงพอ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการมีจำกัด รวมทั้งตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และการตลาดของแต่ละกลุ่มจังหวัดไม่ชัดเจน มากไปกว่านั้นการขยายตัวของการท่องเที่ยวไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เป็นการขยายตัวแบบไม่สมดุลและไม่มี การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของการกระจายการท่องเที่ยวเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักในภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคเหนืออันเป็นที่รู้จักในระดับโลก ซึ่งก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในแนวนอน โดยกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ตมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100,000 ล้านบาทต่อปี (Ministry of Tourism and Sports, 2022) ซึ่งมากกว่าภาคตะวันออก เฉียงเหนือรวมกัน 20 จังหวัด ปัญหาและความต้องการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง มีปัญหาลักษณะเดียวกันกับหลายจังหวัดในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ (Lower Northeastern Province Cluster1, 2018) มีความดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว (Attention of Tourists) โดยเฉพาะชาวต่างประเทศได้น้อยกว่าจังหวัดในภาคเหนือ จังหวัดชายทะเลภาคใต้ และภาคตะวันออก ประกอบกับลักษณะภูมิประเทศที่แห้งแล้งจึงไม่เป็นที่นิยมนัก ถึงแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดจะมีความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงจะต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว หากมีการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบและสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนแล้ว จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นอย่างเหมาะสมกับสภาพและศักยภาพของพื้นที่ได้อย่างแท้จริง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวม เพื่อเป็นการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) การเพิ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในเขตพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ยกระดับการท่องเที่ยวจากที่มุ่งสู่จุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) เป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น ๆ และการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม (Participation) ความร่วมมือ (Co-operation) ของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในการพัฒนาโครงสร้างการบริหาร การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งเชิงพื้นที่และเชิงภารกิจ จึงมีความจำเป็นที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง จะต้องเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยว

ที่เพิ่มมากขึ้น (Lomthaisong, Wiroonrat, & Methiyothin, 2017) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด (Lower Northeastern Province Cluster 1, 2018) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความสมดุลระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Laongpliu, 2019)

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาซึ่งรายได้ หากสามารถสร้างงานบริการให้มีคุณภาพและทำให้นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ที่เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะทำให้ประชาชนในประเทศมีอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น เศรษฐกิจของชุมชนขยายตัวดีขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ

Puri, & Singh (2020) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นความแตกต่างของการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้า รวมทั้ง Herington, & Weaven (2009) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่า เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและผลของการบริการ โดยเสนอว่า คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ถึงกระบวนการทางคุณภาพและการรับรู้คุณภาพผลผลิต คุณภาพการบริการเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ และยังเป็นประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับแบรนด์ที่ผู้บริโภคได้รับ การพัฒนาคุณภาพการบริการไม่ว่าในด้านใดก็ตามจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจมากขึ้น มากไปกว่านั้น Xie (2011) อธิบายเพิ่มเติมว่า คุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่เป็นปัจจัยกำหนดความพึงพอใจของผู้มาเยือน และการกลับมาเที่ยวซ้ำ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) อธิบายว่า คุณภาพการบริการเป็นระดับของความคาดหวังและการรับรู้ได้จริงของผู้รับบริการ นอกจากนี้ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า

คุณภาพการบริการเป็นช่องว่างระหว่างปัจจัยความคาดหวังและการรับรู้ได้จริงของผู้รับบริการ หากมีข้อผิดพลาดในการให้บริการน้อยกว่า และความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้าน้อย จะส่งผลต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ ต่อมานักวิจัยชุดเดิม (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) นำเสนอโมเดล SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพการบริการและหลังจากนั้นในปี ค.ศ. 1990 นักวิจัยชุดเดิมได้พัฒนาปรับปรุงขั้นตอนเกี่ยวกับเครื่องมือ SERVQUAL (Service Quality) โดยได้กำหนดปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability) ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy)

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตยังพบการประยุกต์ใช้ SERVQUAL ในธุรกิจบริการอื่น ๆ เช่น ธุรกิจบริการลูกค้า (Akroush, Dawood, & Affara, 2015) ธุรกิจโรงแรม (Ali et al., 2021) รวมไปถึงธุรกิจบริการการขนส่ง จากแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องพบความสอดคล้องของการศึกษา SERVQUAL กับธุรกิจขนส่งสินค้า และโลจิสติกส์ Limbourg et al., (2016) ได้ใช้ SERVQUAL ในการศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์: กรณีศึกษาเมืองดานัง ระดับของคุณภาพบริการโลจิสติกส์มี 5 มิติ เช่นกัน ผลการวิจัย พบว่า ระดับของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ เป็นกระบวนการที่การรับรู้ของลูกค้า เริ่มต้นตั้งแต่การส่งคำสั่งซื้อไปจนถึงได้รับการบริการจนแล้วเสร็จ และอาจเน้นความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบในการแข่งขันโดยปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น มากไปกว่านั้น Kilibarda, Nikolicic, & Andrejic (2016) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รวมทั้ง Dosen, Skare, Cerfalvi, Bencekovic, & Komarac (2020) ได้ศึกษา เรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการโรงพยาบาลของรัฐโดยใช้ SERVQUAL โดยเห็นว่าการวัดคุณภาพการบริการเป็นแนวทางที่สำคัญสำหรับการพัฒนาระบบบริการในธุรกิจบริการสุขภาพ

ความภักดีของนักท่องเที่ยว

Chen, & Chen (2010) ได้ให้ความหมายของความภักดีของนักท่องเที่ยวว่า เป็นสิ่งที่ประสบความสำเร็จโดยการให้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยให้ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและถือว่าเป็นข้อผูกพันกับนักท่องเที่ยวในการประเมินความคิดเห็นของ

ตนเอง มากไปกว่านั้น Cossio-Silva, Revilla-Camacho, & Vega-Vázquez (2018) ได้กล่าวว่า ความจงรักภักดีของเส้นทาง การท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์ทางการตลาด ที่เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดสำหรับพฤติกรรมหลังการเยี่ยมชม ความภักดีในการท่องเที่ยว (Meleddu, Paci, & Pulina, 2015; Moore, Rodger, & Taplin, 2017) มีความสำคัญในธุรกิจ บริการทางด้านวิชาการและวิชาชีพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีจะแสดงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง มาท่องเที่ยวซ้ำ การเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อม คล้ายกัน เพิ่มอุปสงค์ในการท่องเที่ยว และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนเพิ่มเติม อาทิ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sanjaya, Wijaya, & Yulasmi, 2019) การเล่าประสบการณ์ประทับใจ (Han, 2020) และ แหล่งท่องเที่ยว (Cong, 2016) อาจนำไปสู่ความภักดีของ นักท่องเที่ยวด้วย การกำหนดองค์ประกอบในด้านความภักดี ของนักท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ตัวชี้วัดมาเป็น ตัวแปรวัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ได้แก่ 1) ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ (Chen, & Rahman, 2018; Han, 2020) 2) ด้านการแนะนำผู้อื่น (Pathomsirikul, 2015; Kock, Josiassen, & Assaf, 2016; Whang, Yong, & Ko, 2016) 3) ด้านความคุ้มค่ามากกว่าความคาดหวัง (Jayaraman, Lin, Guat, & Ong, 2010) 4) ด้านการเล่าประสบการณ์ประทับใจ (Han, 2020) และ 5) ด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (Prayag, & Ryan, 2012; Maghsoodi Tilaki, Hedayati Marzbali, Abdullah, & Bahaiddin, 2016; Sanjaya, Wijaya, & Yulasmi, 2019; Tinakhat, 2020)

เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเป็นหนึ่งใน 15 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จัดตั้งขึ้นเพื่อ เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ได้ระบุไว้ใน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย มีเป้าประสงค์เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุล และยั่งยืน ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ เลย หนองคาย บึงกาฬ นครพนม และมุกดาหาร ซึ่งอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนามตอนกลาง และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ ด้าน ทิศตะวันตกของเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงยัง สามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มจังหวัดเขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรม และทิศใต้สามารถเชื่อมโยงไปยังเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

อีสานใต้ ความโดดเด่นเชิงทรัพยากรการท่องเที่ยวและ ศักยภาพในการรองรับและให้บริการการท่องเที่ยวของเขต พัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง พบว่า มีทรัพยากรการ ท่องเที่ยวที่มีลักษณะร่วมทางวัฒนธรรมและมีความโดดเด่น ของทรัพยากรทางธรรมชาติประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ อาทิ ทิวทัศน์ริมแม่น้ำโขง อุทยานแห่งชาติภูกระดึง หินสามวาฬ ภูลังกา อุทยานแห่งชาติภูสระดอกบัว เป็นต้น 2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ศาสนา อาทิ วัดผาตากเสื้อ ถ้ำนาคา ถ้ำนาคี ศาลปู่ฮ่อลือนาคราช วัดรอยพระพุทธบาท ภูโนนรมย์ เป็นต้น และ 3) งานประเพณีที่สำคัญ อาทิ ประเพณี บุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน เทศกาลบั้งไฟพญานาค ประเพณีแข่งเรือยาวไทย-ลาว ประเพณีไหลเรือไฟ ประเพณี อีตลีสอง ครองสิบลี เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและ ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์และ สรุปผลการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว วิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน เกณฑ์ที่กำหนดของขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จาก 20 เท่า ของ ตัวแปรสังเกตได้ (Schumacher, & Lomax, 2010) คือ 10 ตัวแปร ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 200 คน (10 x 20) เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือ ได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถใช้ในการวิเคราะห์ ผลจำนวน 400 ชุด

2. เครื่องมือและคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเฉพาะคำถามหลักที่เกี่ยวข้อง กับคุณภาพการบริการ มีตัวแปรชี้วัด 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูป ธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือของบริการ ความสามารถในการ ตอบสนองของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการเอาใจใส่ และความภักดีของนักท่องเที่ยว มีตัวแปรชี้วัด 5 ด้าน ได้แก่

การกลับมาเที่ยวซ้ำ การแนะนำผู้อื่น ความคุ้มค่ามากกว่า ความคาดหวัง การเล่าประสบการณ์ความประทับใจ และความพึงพอใจโดยรวม แบบสอบถามแบ่งออกเป็นข้อมูลทั่วไป 7 ข้อ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ จำนวน 26 ข้อ และปัจจัยความภักดีของนักท่องเที่ยวจำนวน 22 ข้อ โดยลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบ Likert Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (Research and Development Institute, 2019) นอกจากนี้ตรวจสอบความตรง (Validity) ใช้วิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแบบ Content Validity for Scale ผลการตรวจสอบความตรงรายข้อ โดยทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.72 และเมื่อประเมินความตรงทั้งชุดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 แสดงว่า แบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาที่ดี นอกจากนี้ทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปทดลอง (Try-out) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ใช้วัดความเที่ยงของเครื่องมือ โดยค่า Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.93 และข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.47 ถึง 0.77 ข้อคำถามทั้งหมดใช้มาตราวัด 5 มาตราส่วน (1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ถึง 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด) การเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 ในแหล่งท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติในการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามด้วยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยการหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยคุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว

2. ตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล โดยการพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของปัจจัยคุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว

3. วิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ของตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อให้ได้เมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยกำหนดตัวแปรดังนี้ SQU คือคุณภาพการบริการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเป็นตัวแปรแฝง และ TLT คือ ความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรแฝง

4. วิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) คุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว ตรวจสอบความสอดคล้องของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Suksawang, 2014)

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	เกณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)	χ^2	>.05
Relative Chi – square	CMIN/df	< 2.00
Good of Fit Index	GFI	> .95
Comparative Fit	CFI	> .95
Normal Fit Index	NFI	> .95
Standardized Root Mean Square Residual	Standardized RMR	<.05
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	<.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพล คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเพื่อพัฒนาชุมชน อย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพการบริการ ที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเขต พัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างเศรษฐกิจ ฐานรากอย่างยั่งยืนเป็น ดังนี้

ค่าอำนาจจำแนกและความเชื่อมั่นของมาตรวัด ตัวแปรปัจจัยคุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกข้อ โดยปัจจัยคุณภาพการบริการของ ข้อคำถามทั้ง 26 ข้อ และหาค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกต ได้ทั้ง 5 ตัวแปร มีค่าระหว่าง 0.586 – 0.861 ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.954 และค่าอำนาจจำแนกปัจจัยความภักดี ของนักท่องเที่ยวของข้อคำถามทั้ง 22 ข้อ และหาค่าความเชื่อ มั่นของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 5 ตัวแปร มีค่าระหว่าง 0.665 – 0.931 ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.960

ตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล โดยการ พิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของปัจจัยคุณภาพการบริการ พบว่า มีค่าความเบ้ ระหว่าง (-0.688) ถึง (0.319) แสดงว่า ข้อมูลของข้อคำถาม ทุกข้อ มีลักษณะเบ้ซ้าย ส่วนค่าความโด่ง มีค่าอยู่ระหว่าง (-1.476) ถึง (-0.703) และความภักดีของนักท่องเที่ยว มีค่า ความเบ้ระหว่าง (-0.776) ถึง (0.069) แสดงว่า ข้อมูลของ ข้อคำถามทุกข้อ มีลักษณะเบ้ซ้าย ส่วนค่าความโด่ง มีค่าอยู่ ระหว่าง (-1.476) ถึง (-0.439) เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และ ค่าความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ทั้งนี้เนื่องจาก พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลมีการ แจกแจงแบบปกติ

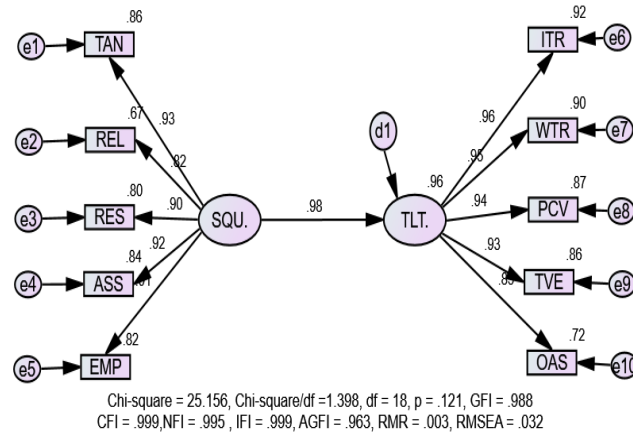
เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว (ตารางที่ 2) แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่มีความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก สามารถวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต่อไปได้

ตารางที่ 2 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยว

	OAS	EMP	ASS	ITR	WTR	PCV	TVE	RES	REL	TAN
OAS	1									
EMP	.315	1								
ASS	.344	.332	1							
ITR	.324	.312	.347	1						
WTR	.342	.315	.350	.349	1					
PCV	.316	.299	.337	.337	.350	1				
TVE	.358	.329	.377	.368	.373	.384	1			
RES	.279	.266	.304	.299	.303	.294	.317	1		
REL	.284	.271	.304	.291	.301	.291	.321	.284	1	
TAN	.316	.291	.337	.332	.340	.330	.358	.288	.273	1

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (รูปที่ 1 และตารางที่ 3) โดยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ ได้ค่า ดัชนีตรวจสอบความสอดคล้อง พบว่า ค่า Chi – Square

เท่ากับ 25.156 df = 18.0 Sig. = 0.121 > .05 และ CMIN/ df. เท่ากับ 1.398 < 2.0



รูปที่ 1 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองคุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ผลสรุป
Chi-Square = 25.156 df. = 18.0			
Sig.	> 0.05	0.121	ตรงเกณฑ์
CMIN/df.	< 2.0	1.398	ตรงเกณฑ์
AGFI	> 0.95	0.963	ตรงเกณฑ์
CFI	> 0.95	0.999	ตรงเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.003	ตรงเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.032	ตรงเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์จากการปรับโมเดล พบว่า ดัชนีมีความสอดคล้องและค่าสถิติผ่านเกณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Suksawang, 2014) ซึ่งให้เห็นว่า สมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ ทุกตัวแปรนั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่า โมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือ OK Fit Confirm สรุปผลทดสอบอทิพลได้ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ค่าสถิติน้ำหนักตัวชี้วัดสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	λ	SE.	t-value	R ²	AVE	CR.
คุณภาพการบริการ (SQU)					0.959	0.989
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (TAN)	0.92	-	-	85.0%		
ความน่าเชื่อถือของบริการ (REL)	0.82	0.04	21.554*	67.0%		
ความสามารถในตอบสนองของผู้รับบริการ (RES)	0.90	0.03	30.379*	80.0%		
การให้ความมั่นใจ (ASS)	0.92	0.03	32.885*	85.0%		
การเอาใจใส่ (EMP)	0.91	0.03	29.242*	82.0%		
ความภักดีของนักท่องเที่ยว (TLT)					0.963	0.991
การกลับมาเที่ยวซ้ำ (ITR)	0.94	-	-	87.0%		
การแนะนำผู้อื่น (WTR)	0.93	0.03	35.392*	87.0%		
ความคุ้มค่ามากกว่าความคาดหวัง (PCV)	0.92	0.03	34.732*	85.0%		
การเล่าประสบการณ์ความประทับใจ (TVE)	0.90	0.03	31.907*	85.0%		
ความพึงพอใจโดยรวม (OAS)	0.85	0.04	26.420*	72.0%		

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติน้ำหนักตัวชี้วัดสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย 2 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ตัวแปร คุณภาพการบริการ (SQU) มีจำนวน 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (TAN) ความน่าเชื่อถือของบริการ (REL) ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับบริการ (RES) การให้ความมั่นใจ (ASS) และการเอาใจใส่ (EMP) และ ตัวแปร ความภักดีของนักท่องเที่ยว (TLT) มีจำนวน 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ การกลับมาเที่ยวซ้ำ (ITR) การแนะนำผู้อื่น (WTR) ความคุ้มค่ามากกว่าความคาดหวัง (PCV) การเล่าประสบการณ์ความประทับใจ (TVE) และความพึงพอใจโดยรวม (OAS) รวมทั้งหมด 10 ตัวแปรสังเกตได้

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.82– 0.94 มีค่าความคลาดเคลื่อนระหว่าง 0.03 – 0.04 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองรายข้อระหว่าง 67.0% - 87.0% ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนถูกสกัดได้ (AVE) ระหว่าง 0.959 – 0.963 และมีค่าความเที่ยงรวม (CR) ระหว่าง 0.989 – 0.991 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูงที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกภาพตัวแปรแฝงซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ สามารถนำเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างองค์ประกอบคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร (เส้นทาง)			λ	SE.	t-value	Sig.	R ²
ความภักดีของนักท่องเที่ยว (TLT)	<--	คุณภาพการบริการ (SQU)	0.98	0.031	33.961	0.000*	97.0%

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ตัวแปรประกอบด้วย คุณภาพการบริการ (SQU) และความภักดีของนักท่องเที่ยว (TLT) ผลทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.98 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.031 มีค่า t-value เท่ากับ 33.961 และ ค่า Sig. = .000 < .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองร้อยละ 97.0%

ดังนั้นจึงสรุปสมการเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงได้ว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวโดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 97.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง องค์ประกอบคุณภาพการบริการ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ความเป็นธรรมของบริการและการให้ความมั่นใจ รองลงมา คือ การเอาใจใส่ ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับบริการ และความน่าเชื่อถือของบริการ ตามลำดับ ด้านความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การกลับมาเที่ยวซ้ำ รองลงมา คือ การแนะนำผู้อื่น ความคุ้มค่ามากกว่าความคาดหวัง การเล่าประสบการณ์ประทับใจ และความพึงพอใจโดยรวม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pathomsirikul (2015) พบว่า คุณภาพบริการของกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว การจะกลับมาเที่ยวซ้ำไม่ได้เกิดจากความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่ตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำเกิดจากการรับรู้คุณภาพของกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว มากไปกว่านั้นผลการตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Tongkaw, Saethow, & Sahunan (2020) ที่ได้ตรวจสอบความสอดคล้ององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสอดคล้องกับผลวิจัยของ Dumluck, Plangcharoensri, Sriprachan, & Pungnirund (2015) แสดงให้เห็นว่า การที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องพัฒนาในเรื่องคุณภาพการบริการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability) ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) เนื่องจากในปัจจุบัน

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว หากได้รับการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด รวดเร็วและเมื่อเกิดปัญหาที่สามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้อย่างรวดเร็ว ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยตรง ก่อให้เกิดความประทับใจ และความมั่นใจที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวซ้ำ ไม่เพียงแต่ความมั่นใจกับแหล่งท่องเที่ยว ยังก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพร้อมจะแนะนำบอกต่อให้กับผู้สนใจ ซึ่งถือเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวในเขตวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงต่อไป การพัฒนาคุณภาพการบริการดังกล่าวจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ เนื่องจากจะช่วยให้ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีรายได้ เป็นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว (Sittichai, & Khunon, 2015) สามารถลดต้นทุนด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tam-mubua, & Surapto (2021) พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายแดนตะวันออก ประเทศอินโดนีเซีย และสอดคล้องกับ Gontur, Gadi, & Bagobiri (2022) และ Alauddin, Ahsan, Mowla, Islam, & Hossain (2019) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมบริการส่งผลให้เกิดความภักดีต่อการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงอย่างยิ่งยวด

สรุป

องค์ประกอบคุณภาพการบริการ ในด้านความเป็นธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านความสามารถในการตอบสนองของผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจและด้านการเอาใจใส่ มีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.98 โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีความประสงค์ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างแท้จริงเนื่องจากไม่ใช่เมืองผ่าน ทั้งนี้เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ชมทะเลหมอก ภูเขา ไร่นาและหาดทรายใน

แม่น้ำโขง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น มีแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับมิติความเชื่อเรื่องพญานาค ทำให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงมีชื่อเสียง จนเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในส่วนใหญ่นั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามกระแสนิยมตามแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่นักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะสัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่เป็นจุดเด่นสำคัญของเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงต้องการ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ท่องเที่ยวด้วยจิตตานุรักษ์ชอบท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีระยะเวลาในการพำนักรานานขึ้น มีกำลังซื้อที่สูงพร้อมที่จะจ่ายกับสินค้าที่มีคุณภาพ คำนึงค่าแก่ราคาซึ่งผู้ประกอบการและชุมชนต้องพร้อมในการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในเวลาเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

การนำผลวิจัยของงานวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงมาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการฟื้นฟูเศรษฐกิจภาคบริการและการท่องเที่ยวให้มีการบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สอดคล้องกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับอิทธิพลและน้ำหนักองค์ประกอบ สิ่งที่ควรรักษาระดับคุณภาพ และส่งเสริมการพัฒนาได้แก่

1. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญในการรักษาระดับคุณภาพการบริการ ได้แก่ การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงได้อย่างถูกต้องและชัดเจน การเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งสามารถให้การดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวตามความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

2. การให้ความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

3. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว โดยการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

วิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงให้โดดเด่น รวมทั้งปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพิ่มการนำเสนอและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งประเพณีต่าง ๆ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงให้โดดเด่น

Reference

- Akroush, M. N., Dawood, S. A., & Affara, I. B. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in the Yemeni mobile service market. *International Journal of Services, Economics and management*, 7(1), 53-73.
- Alauddin, M., Ahsan, S. H., Mowla, M. M., Islam, M. M., & Hossain, M. M. (2019). Investigating the relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty in hotel industry: Bangladesh perspective. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(1), 1-8.
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: the impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *International Journal of Engineering Business and Management*, 5(3), 14-28.
- Buranawimonwan, N., & Sukpet, K. (2018). The tourism logistic of Tak – Maesod Routes. *Dusit Thani College Journal*, 12(2), 80-96. [In Thai]
- Chen, C., F., & Chen, F., S. (2010) Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(1), 153-163.
- Cong, L.C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction, and intentional loyalty: an empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26(1), 50-62.
- Cossio-Silva, F.J., Revilla-Camacho, M.A., & Vega-Vázquez, M. (2018). The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination loyalty. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(2), 71-77.
- Dayour, F., & Adongo, C. A. (2015). Why they go there: international tourist motivations and revisit intention to Northern Ghana. *American Journal of Tourism Management*, 4(1), 7-17.
- Department of Tourism. (2017). *Handbook of Creative Tourism Destination Management*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Dosen, D. O., Skare, V., Cerfalvi, V., Bencekovic, Z., & Komarac, T. (2020). Assessment of the quality of public hospital healthcare services by using SERVQUAL. *Acta Clinica Croatica*, 59(2), 285-293.
- Dumluck, K., Plangcharoensri, K., Sriprachan, W., & Pungnirund, B. (2015). Antecedents affecting on tourists' destination loyalty of Phuket Province. *Journal of the Association of Researchers*, 20(2), 81-93. [In Thai]
- Gontur, S., Gadi, P. G., & Bagobiri, E. (2022). The moderating effect of positive word-of-mouth between service quality and customer loyalty in the hospitality sector: A PLS-SEM approach. *Journal of Economics & Management*, 44(1), 266-285.
- Han, P. (2020). Guidelines for improving the loyalty of Chinese tourists in Thailand. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 7(1), 92-106. [In Thai]
- Herington, C., & Weaven, S. (2009) E-Retailing by Banks: E-service quality and its importance to customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 43(1), 1220-1231.
- Ibrahim, H. Z., Hassan, Z., & Basit, A. (2015). Impact of service quality on customer satisfaction in Maldives Tourism Industry. *International Journal of Accounting Business and Management*, 3(2), 161-176.

- Jayaraman, K., Lin, S. K., Guat, C. L., & Ong, W. L. (2010). Does Malaysian tourism attract Singaporeans to revisit Malaysia. *Journal of Business and Policy Research*, 5(2), 159-179.
- Kilibarda, M., Nikolicic, S., & Andrejic, M. (2016). Measurement of logistics service quality in freight forwarding companies: A case study of the Serbian market. *The International Journal of Logistics Management*, 27(3), 770-794.
- Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2016). Advancing destination image: the destination content model. *Annals of Tourism Research*, 61(1), 28-44.
- Laongpliu, C. (2019). Secondary city tourism: alternative of creative attraction in Ratchaburi Province. *Inthaninthaksin Journal*, 14(2), 39-60. [In Thai]
- Limboung, S., Giang, H. T. Q., & Cools, M. (2016). Logistics service quality: the case of Da Nang City. *Procedia Engineering*, 142(1), 124-130.
- Lomthaisong, W., Wiroonrat, B., & Methiyothin, S. (2017). The guideline for promoting Mekong tourism policies and practices in Thailand. *Journal of MCU Peace Studies*, 5(3), 144-159. [In Thai]
- Lower Northeastern Province Cluster 1. (2018). *Eastern Province Cluster Development Plan Lower Northeastern Region 1 Lower Northeastern Province Group 1* (Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Buriram, Surin) [In Thai]
- Lunkam, P. (2019). *Industry Outlook 2019-2021: Hotel Industry*. Retrieved March 26, 2021, from <https://bit.ly/42qhkCW>. [In Thai]
- Maghsoodi Tilaki, M. J., Hedayati Marzbali, M., Abdullah, A., & Bahauddin, A. (2016). Examining the Influence of international tourists' destination image and satisfaction on their behavioral intention in Penang, Malaysia. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 17(4), 425-452.
- Mananda, S., & Dewi, W. C. (2019). Analysis of tourism supply chain management after the eruption of mount Agung, Bali. In *The 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)* (pp. 162-165). Jawa Barat: Universities Pendidikan Indonesia.
- Meleddu, M., Paci, R., & Pulina, M. (2015). Repeated behaviour and destination loyalty. *Tourism Management*, 50(1), 159-171.
- Ministry of Tourism and Sports. (2022). *Tourist Statistics*. Retrieved October 2, 2022, from <http://bit.ly/3lhA3jj>. [In Thai]
- Moore, S. A., Rodger, K., & Taplin, R. H. (2017). Developing a better understanding of the complexities of visitor loyalty to Karijini National Park, Western Australia. *Tourism Management*, 62(1), 20-28.
- Nunthasiriphon, S. (2017). Service management potential of tourism product to promote cultural tourism. *Phranakhon Rajabhat Research Journal*, 12(1), 138-151. [In Thai]
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2018). *National Strategy (2018-2037)*. Prime Minister's Office. [In Thai]
- _____. (2018). *Infrastructure Logistics System and Digital Issues*. Retrieved September 28, 2022, from <https://bit.ly/3Vdyv5x>. [In Thai]
- Opasanon, S. (2020). *Logistics Management in Pandemic Crisis*. Retrieved April 2, 2021, from <https://bit.ly/3w8owm1>. [In Thai]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(1), 41-50.
- _____. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64(1), Spring, 12-40.
- Parliamentary Budget Office. (2021). *Proposals for Promoting Tourism in Secondary Cities to Distribute Income from Tourism*. Bangkok: The Secretariat of The House of Representatives. [In Thai]

- Pathomsirikul, Y. (2015). Marketing strategies and perceived service quality model influencing tourist loyalty in tourism of Pathum Thani Province. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 35(2), 88-103. [In Thai]
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356.
- Puri, G., & Singh, K. (2020). A conceptual study of service quality, tourist satisfaction and revisit intention. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 10(9), 1-14.
- Research and Development Institute. (2019). *Lecture of the Workshop Project for Techniques of Interpreting Data and Writing Research Reports*. Bangkok: Ramkhamhaeng University, 27. [In Thai]
- Sanjaya, S., Wijaya, R. A., & Yulasmi, Y. (2019). *The Effect of Destination Image on Tourists' Satisfaction and Destination Loyalty: Bukittinggi City, West Sumatra*. Retrieved June 21, 2022, from <https://bit.ly/3xUOEUO>.
- Santharen, Y., Kumar, K. M., Krishnaswamy, J., Ranjanthran, M., & Annamalai, N. (2018). *Push and Pull Factors Influencing Visitors from European Countries to Malaysia*. Retrieved April 19, 2021, from <https://bit.ly/3uHM2Gh>.
- Schumacher, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sittichai, S., & Khunon, S. (2015). Measuring customer loyalty for hotel industry. *Executive Journal*, 35(1), 64-74. [In Thai]
- Song, H. (2012). *Tourism Supply Chain Management* (1st ed.). Routledge.
- Suksawang, P. (2014). The basics of structural equation modeling. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 6(2), 136-145. [In Thai]
- Szpilko, D. (2017). Tourism supply chain—overview of selected literature. *Procedia Engineering*, 182(1), 687-693.
- Tammubua, M. H., & Surapto, D. (2020). Analysis of competence and service quality on customer satisfaction and loyalty in eastern Indonesia border tourism. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 3(1), 2568-2574.
- The Secretariat of the Cabinet. (2016). *Announcement of the Ministry of Tourism and Sports on the Designation of Cultural Heritage Tourism Development Zones and the Central Chao Phraya River Basin Lifestyle Tourism Development Zone* (May 12, 2016). Government Gazette. Volume 133, Section 42 A. [In Thai]
- The National Tourism Policy Committee. (2021). *The National Tourism Development Plan (2021-2022)*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Tinakhat, P. (2020). A study of tourist motivation toward destination loyalty: targeting European tourists travelling to Phuket. *Thammasat Review*, 23(2), 22-46.
- Tongkaw, A., Saethow, P., & Sahunan, S. (2020). Causal relationship model affecting tourist loyalty of a secondary city on the east coast. *Dusit Thani College Journal*, 14(3), 162-177. [In Thai]
- Tonpradoo, Y. (2018). Mekong river family within 21st century context. *Faculty of Humanities and Social Sciences Thepsatri Rajabhat University Journal*, 9(1), 85-98. [In Thai]
- Whang, H., Yong, S., & Ko, E. (2016). Pop culture, destination images, and visit intentions: Theory and research on travel motivations of Chinese and Russian tourists. *Journal of Business Research*, 69(2), 631-641.
- Xie, X. (2011). Service quality measurement from customer perception based on services science, management and engineering. *Systems Engineering Procedia*, 1(1), 337-343.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: a new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.