

คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

ณัฐณิชา เจ้ยทอง¹ ศลิษา บุญเกื้อ² สุภาวดี สัมเขียวหวาน³ อัญชกศ มณีฉาย⁴ และ ณพิชญา เฉิดโฉม^{5*}
^{1,2,3,4,5}คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

*Corresponding author email: Napitchya.c@rmuts.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 16 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 7 เมษายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 9 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท และเป็นชาวไทย ผลการศึกษากิจกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว เลือกใช้บริการโรงแรม 1 - 2 ครั้งต่อปี วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อน เลือกจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม และค่าที่พักในการใช้บริการ 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เมื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความต้องการหรือปัญหา รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ การตัดสินใจ ที่พัก นักท่องเที่ยว กระบี่

QUALITY OF SERVICES AFFECTING ACCOMMODATIONS DECISION MAKING OF TOURISTS AT AONANG SUB-DISTRICT, MUENG DISTRICT, KRABI PROVINCE

Natthanit Joeithong¹, Salisa Boonkuea², Supawadee Somkhiaowan³, Anchaket Meneechai⁴ and

Napitchya Cherdchom^{5*}

^{1,2,3,4,5}Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Nakhon Si Thammarat

Abstract

This research aimed to 1) study behaviours about the accommodations decision-making of tourists, 2) study the quality level of services and accommodations decision-making of tourists, and 3) study services quality affecting accommodations decision-making of tourists. This study was quantitative research using a 5-point Likert's rating scale questionnaire as the research instrument. Samples of the study consisted of 385 Thai and foreign tourists selected by purposive sampling. Descriptive statistics (Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation) and Enter Multiple Regression Analysis were employed in data analysis.

Overall findings revealed that the majority of respondents were Thai female and single. Their age was between 20 - 30 years old. Their job is secondary school students or university students. Average salary was approximately 10,001 – 30,000 baht. According to their behaviours towards accommodations decision-making, it was found that most respondents travelled with their families for vacation once or twice a year. In addition, the tourists reserved accommodations on the hotel website and selected accommodations at the rate of 1,001 – 2,000 per night. Referring to service quality affecting accommodations decision-making, overall results showed the highest mean scores. In each aspect, service objectiveness ranked the highest, followed by credibility and trustworthiness, reaction towards the customer, and understanding the customer respectively. As per the quality level of services and accommodations decision-making, overall results indicated the highest mean scores. In each aspect, need and problem recognition ranked the highest, followed by optional assessment, information acquisition, buying decision, and behaviours after purchase respectively. Hypothesis analysis revealed that service quality significantly affected the accommodations decision-making of tourists at Aonang Sub-District, Mueng District, Krabi Province at the p-value 0.05.

Keywords: Service Quality, Decision Making, Accommodations, Tourists, Krabi

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยสะสมตลอดปี 2566 สะสมกว่า 27 ล้านคน และรัฐบาลได้มีการวางแผนทางกระตุ้นการท่องเที่ยว ปี 2567 เพิ่มเป้าหมายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.5

ล้านล้านบาท ดึงดูดการท่องเที่ยวไทยทั้งตลาดในและต่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ทำให้ประเทศไทยเป็น High Season ตลอดทั้งปี เพิ่มการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เชื่อมต่อการเดินทาง และสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น (ชัย วัชรรงค์, 2567) ซึ่งการกลับมาของการท่องเที่ยวไทยอย่างเต็มรูปแบบในปี 2566 เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้มั่นใจว่าการท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวตามเป้าหมายทั้งในแง่รายได้และการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพ ก้าวสู่การเป็น High Value and Sustainable Tourism โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับห่วงโซ่อุปทาน (Shape Supply) สอดรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based-Tourism) ผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่าง Soft Power (5F : Food Festival Film Fight Fashion) ควบคู่กับการสร้างมาตรฐานความยั่งยืน เพื่อส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเหนือระดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

ภาคใต้ของประเทศไทย ขึ้นชื่อว่าเป็นสวรรค์แห่งการท่องเที่ยวที่รวมแหล่งท่องเที่ยวไว้มากมาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่มีมาแต่โบราณ อีกทั้งยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาอย่างคับคั่ง จุดเด่นของทางภาคใต้ คือ ภูมิภาคริมชายฝั่งที่เต็มไปด้วยทะเล 2 ฝั่ง ทั้งทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลไปในทุกจังหวัด อีกทั้งยังมีหมู่เกาะต่างๆ อีกมากมาย ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามระดับโลก คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ที่ติดอันดับ 6 เกาะทะเลภาคใต้ Unseen Thailand 2023 (Bugaboo Travel, 2565)

กระบี่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามน่าประทับใจ โดยเฉพาะชายหาดและเกาะที่มีความงาม อีกทั้งยังมีแหล่งดำน้ำดูปะการังที่สวยงามติดอันดับโลก ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลมาเยือนจังหวัดกระบี่ปีละหลายล้านคน โดย ผอ.ททท. สำนักงานกระบี่เปิดเผยถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ว่า ในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 มีนักท่องเที่ยวเข้ามากระบี่ทั้งหมด 288,357 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามานั้น ทำให้อัตราเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยอยู่ที่ 75.52% ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนจากการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ที่ 2,255.87 ล้านบาท ซึ่งหากเทียบกับเดือนมกราคม 2566 จังหวัดกระบี่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 42,853 คน คิดเป็น 41.66% หากในอนาคตเที่ยวบินต่างประเทศที่เข้ามายังจังหวัดกระบี่หรือประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม สายการบินเวียดเจ็ทแอร์จะเพิ่มอีกหนึ่งเที่ยวบิน และเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2566 ประธานกรรมการบริหารสายการบินลาวและคณะ ได้มาร่วมหารือและรับคำแนะนำข้อมูลเชิงการท่องเที่ยวและองค์ประกอบข้อมูลอื่น ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีแผนเปิดสายการบินลาว-จังหวัดกระบี่ หากมีสายการบินลาวที่บินตรงจากหลวงพระบางมายังจังหวัดกระบี่ก็จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดกระบี่มากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) หาดอ่าวนางเป็นชายหาดริมฝั่งทะเลอันดามันที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาเยือนเพื่อสัมผัสความงดงามของท้องทะเลสีครามและหาดทรายขาวที่สะท้อนแสงอาทิตย์เป็นประกายระยิบระยับ นับเป็นโลเคชั่นริมทะเลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดกระบี่ ด้วยทัศนียภาพอันงดงาม กิจกรรมกลางแจ้งหลากหลาย และโรงแรมที่พักที่เหมาะสมกับงบประมาณทุกระดับ อ่าวนางจึงเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวที่ตามหาการผจญภัยและผู้ที่ต้องการวันหยุดพักผ่อนสุดผ่อนคลาย แบ็คแพ็คเกอร์และนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัดมักเลือกมาพักที่อ่าวนาง เพราะมีโฮสเทลราคาประหยัดให้พักผ่อนได้ในราคาสบายกระเป๋าและค่าครองชีพก็ไม่แพงจนเกินไป แต่หาดแห่งนี้ก็ยังมีรีสอร์ทหรูหรือต้อนรับผู้ที่ต้องการวันหยุดระดับห้าดาวเช่นกัน ที่พักแต่ละแห่งที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเล ใช้เวลาเดินเท้าเพียงนิดเดียวก็ถึงชายหาดที่สวยงามแล้ว (Expedia Group, ม.ป.ป.)

อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่พิกมับบทบาทสำคัญมาก เป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกจุดหมายปลายทาง คุณภาพของที่พักสามารถสะท้อนการพัฒนาการท่องเที่ยวได้และชักชวนให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางนั้นด้วย สำหรับนักท่องเที่ยวแล้วที่พักเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ บุคคลหรือกลุ่ม สิ่งอำนวยความสะดวกและ

บริการหลัก ๆ คือห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่น ๆ มากมายที่เสนอขายให้กับผู้ให้บริการ ได้แก่ ร้านอาหารและบาร์ (อาหารและเครื่องดื่ม) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสันทนาการ (สระว่ายน้ำ) ด้านสุขภาพ (สปา) และสถานที่สำหรับการจัดประชุม ซึ่งในยุคปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักระบุอย่าง ยิ่งต่อการเลือกใช้บริการอันเป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว (Dei Mensah & Mensah, 2013)

จังหวัดกระบี่ มีโรงแรมอยู่ประมาณ 540 แห่ง มีห้องพักอยู่ประมาณ 24,000 ห้อง ในปัจจุบันห้องพักได้เปิดให้บริการแล้วมากกว่า 50% ในเรื่องของจำนวนแขกที่เข้ามาที่มากกว่า 70% ซึ่งช่วงไฮซีซั่นที่จะถึงนี้ผู้ประกอบการเริ่มทยอยเปิดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวตามเกาะไม่ว่าจะเป็น เกาะหงษ์ เกาะปิตะในเกาะปิตะนอก เกาะไม้ไผ่ เกาะยูง ก็เปิดให้บริการแล้วประมาณ 70% ดังนั้น จึงทำให้ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ในช่วงไฮซีซั่นกลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยตั้งเป้ากระบี่จะทำรายได้จากภาคการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 1 ใน 4 ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีการพัฒนามาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม มีจุดเด่นในด้านการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้อง การมีสุขอนามัยในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อในอนาคตและการดูแลสุขภาพแวดล้อม ให้เอื้อต่อการมีสุขภาพดี มีความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงาน และยกระดับคุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ที่พัฒนาสีเขียวสู่รางวัล GREEN Health Hotel Quality Awards ให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นกำลังใจแก่สถานประกอบการ พร้อมสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ด้านความปลอดภัยจากโรคภัย มีสุขภาพอนามัยดี และเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศมากยิ่งขึ้นต่อไปได้ (สยามรัฐออนไลน์, 2565)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากเป็นจังหวัดทางเศรษฐกิจอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ควรค่าแก่การได้รับการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของการให้บริการของสถานประกอบการที่พัก โรงแรม รีสอร์ท สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักซ้ำรวมถึงแนะนำบอกต่อ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนและเติบโตและยั่งยืน

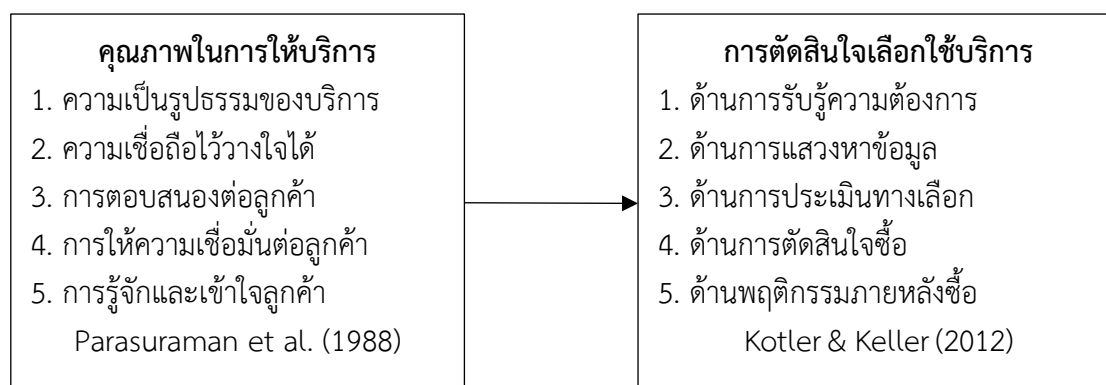
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 384.16 จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) รูปแบบของ Likert's scale เพื่อเรียงลำดับความคิดเห็นของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
- 4 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับมาก
- 3 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับปานกลาง
- 2 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับน้อย
- 1 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยใช้สูตรในการคำนวณ $Interval (I) = Range (R) / Class (C) = 0.80$ (Best, 1977 อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ แสงทอง, 2563) สามารถแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละระดับดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
- 2.61 – 3.40 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 – 2.60 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.80 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

3.1 ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตรวจสอบการใช้ภาษาโดยการนำแบบสอบถามตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ค่า IOC ของข้อคำถามมีความตรงของเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.67 – 1.00 แสดงว่า ไม่มีข้อคำถามได้ค่า IOC ต่ำกว่าเกณฑ์ 0.50

3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลอง (Tryout) จำนวน 30 คน และใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.978 และค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.424 – 0.868 สอดคล้องกับ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2557) ที่กล่าวว่า แบบสอบถามที่ดีค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.80 และคำถามแต่ละข้อมีค่าอำนาจจำแนกไม่ควรต่ำกว่า 0.30

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

4.3 วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และไม่ระบุ จำนวน 4 คน

1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.40 อายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยสถานภาพโสด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 และสถานภาพแยกกันอยู่/ หม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60

1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และอนุปริญญา/ เทียบเท่า จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90

1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยพนักงาน/นักศึกษา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 รองลงมา อาชีพอิสระ/ รับจ้าง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานเอกชน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 อื่น ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และ ข้าราชการบำนาญ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

1.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมา รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 32.50 รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 และรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40ญาติ พี่น้อง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 คู่สมรส จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 เดินทางคนเดียว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 และบริษัท/ ทัวร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

2.2 เข้าใช้บริการที่พัก 1 - 2 ครั้งต่อปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ เข้าใช้บริการที่พัก 3 - 5 ครั้งต่อปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 และเข้าใช้บริการที่พักมากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10

2.3 วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา คือ ท่องเที่ยว จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 ทำงาน/ ธุรกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอบรม/ สัมมนา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61

2.4 เลือกจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมา คือ จองผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 จองทางโทรศัพท์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 จองด้วยตนเองที่เคาน์เตอร์โรงแรม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 จองผ่านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 จองทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 และซื้อ Gift voucher ห้องพักร่วมงานจัดแสดงสินค้า (Exhibition) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

2.5 เลือกใช้บริการราคาห้องพักที่พัก 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 รองลงมา คือ ค่าที่พัก 2,001 - 3,000 บาทต่อคืน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ค่าที่พักไม่เกิน 1,000 บาทต่อคืน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 ค่าที่พัก 3,001 - 4,000 บาทต่อคืน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ค่าที่พัก 4,001 - 5,000 บาทต่อคืน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และค่าที่พักมากกว่า 5,000 บาทต่อคืน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

3. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.45	.444	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.34	.498	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.33	.473	มากที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.34	.493	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.32	.479	มากที่สุด
รวม	4.35	.394	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีคุณภาพระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{X} = 4.33$) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม

การตัดสินใจเลือกที่พัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	4.42	.457	มากที่สุด
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.33	.468	มากที่สุด
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.36	.509	มากที่สุด
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.31	.520	มากที่สุด
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ	4.30	.506	มากที่สุด
รวม	4.34	.417	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงระดับการตัดสินใจเลือกที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความต้องการ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.36$) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.33$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.31$) และด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

สมมติฐาน : คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

แทนค่า

$\hat{Y}$ = การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

X_1 = ความเป็นรูปธรรมของบริการ

X_2 = ความเชื่อถือไว้วางใจได้

X_3 = การตอบสนองต่อลูกค้า

X_4 = การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

X_5 = การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	.845	.156			5.405	.000*	.488	2.049
X ₁	.118	.044	.126		2.675	.008*	.445	2.247
X ₂	.115	.041	.137		2.774	.006*	.512	1.952
X ₃	.203	.041	.231		5.011	.000*	.359	2.788
X ₄	.183	.046	.217		3.937	.000*	.477	2.097
X ₅	.185	.042	.213		4.463	.000*	.488	2.049
R =	.767		Adj R ² =	.582			F =	108.096
R ² =	.588		S.E. _{est} =	.269			Sig. =	.000

*. A significance level of 0.05.

จากการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการ (X) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก (Y) เมื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ค่าแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับตัวแปรตาม (Y) เท่ากับ .767 และค่าสัมประสิทธิ์ที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดีที่สุด คือ .582 หรือคิดเป็นร้อยละ 58.20 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ .269

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) พบว่า ค่า Sig. = .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าผลการทดสอบยอมรับสมมติฐาน หมายถึง คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X₁) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X₂) การตอบสนองต่อลูกค้า (X₃) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X₄) และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (X₅) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{y} = .845 + .118 (X_1) + .115 (X_2) + .203 (X_3) + .183 (X_4) + .185 (X_5)$$

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและความซับซ้อนของลูกค้า ผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญสู่ความเป็นเลิศขององค์กร ปัจจุบันลูกค้ามีความรู้และความเชี่ยวชาญมากขึ้นในการเรียกร้องสิทธิ์ของตน ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นทางเทคโนโลยีและการมีส่วนร่วมทางอุตสาหกรรม ส่งผลให้ความคาดหวังต่อการส่งมอบคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก

อุตสาหกรรมบริการจึงมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจของหลายประเทศ การให้บริการที่มีคุณภาพถือเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ (Kumasey, 2014) คุณภาพการบริการ การรับรู้ของลูกค้า และความคาดหวังของลูกค้า ล้วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญและเชิงบวก ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกและสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการและเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและควบคู่กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้นและมอบโอกาสที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพในราคาคุ้มค่า (Maharani & Saroso, 2020)

การตัดสินใจเลือกที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด และโดยเฉพาะด้านการรับรู้ความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันที่สูงจึงต้องเข้าใจนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค เป้าหมายในการรับผลประโยชน์จากการแข่งขันคือการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการจากลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักควรประเมินและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อหรือเลือกที่พัก ทั้งทำเล ความสะอาด บรรยากาศ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (Kotler & Keller, 2012)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา อินทสุวรรณ และมัลลิกา สุนงกู (2565) ค้นพบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการการบริการและด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภชัย ภูมิรัตนไพศาล และบุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) ค้นพบว่า คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะมอบให้แก่ผู้รับบริการ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการของผู้รับบริการได้จึงเกิดการตัดสินใจเลือก แต่หากเกิดข้อร้องเรียนหรือเมื่อเข้าใช้บริการแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง Petzer et al. (2009) ได้เสนอว่า โรงแรมที่พักควรมีการกำหนดนโยบายเพื่อป้องกันการร้องเรียนโดยการเผยแพร่การรับประกันคุณภาพการบริการต่อลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความมั่นใจ และควรมีแนวทางวางกลยุทธ์การฟื้นฟูให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้หากมีการร้องเรียนเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. คุณภาพการให้บริการของที่พักนั้นมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลการวิจัยเห็นได้ว่าการให้บริการที่เป็นรูปธรรมนั้นสำคัญต่อผู้ใช้บริการสูงสุด ดังนั้น ธุรกิจที่พักแรมจึงต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจะเป็นหนทางนำไปสู่การรักษาฐานลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของธุรกิจได้

2. การตัดสินใจเลือกจากการรับรู้ความต้องการที่ธุรกิจที่พักจะต้องสามารถจัดสรรได้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าเพื่อให้สามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นหนึ่งในใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกจากความประทับใจในบริการด้านต่าง ๆ จนเป็นที่รู้จัก ยอมรับ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นตัวเลือกแรก ๆ หากต้องการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงการแนะนำบอกต่อให้กับผู้อื่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรม
2. ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมแต่ละประเภท

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). Krabi. สืบค้นจาก

<https://www.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/Krabi/344>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). ททท. เปิดตัวเกม “ปีท่องเที่ยวไทย 2566” เร่งเครื่องยกระดับห่วงโซ่อุปทาน กระตุ้นตลาดคุณภาพสู่ความยั่งยืนด้วย “Meaningful Travel” มั่นใจฟื้นรายได้สูงสุด 2.38 ล้านล้านบาท. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles/ปีท่องเที่ยวไทย-2566>.

กิตติศักดิ์ แสงทอง. (2563). วิจัยการจัดการ จากภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี.ซี. พรินติ้ง.

ชัย วัชรรงค์. (2567). นักท่องเที่ยวต่างชาติ เที่ยวในประเทศไทยปี 2566 สะสมกว่า 27 ล้านคน. สืบค้นจาก <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/246427>

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ศุภชัย ภูมิรัตนไพศาล และบุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดระยอง. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1). 105 – 130.

สยามรัฐออนไลน์. (2565, 21 กันยายน). ท่องเที่ยวกระบี่ทำรายได้อันดับ 9 ของประเทศ ตั้งเป้าช่วงไฮซีซั่นติดอันดับ 1 ใน 4. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/384400>.

สุพัตรา อินทสุวรรณ และมัลลิกา สุปงกฏ. (2565). การศึกษาสวนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(1). 57 – 69.

Dei Mensah, R., & Mensah, I. (2013). *Management of tourism and hospitality services* (2nd ed). Edsam Press.

Expedia Group. (ม.ป.ป.). อ่าวนาง. Retrieved from <https://www.expedia.co.th/Ao-Nang-B> each.

Kotler, P., & Keller, K. K. (2012). *Marketing Management* (14th ed). NY: Prentice Hall.

Kumasey, A. S. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from the Ghanaian Public Service. *European Journal of Business and Management*, 6(6). 172 – 181.

Maharani, B. P., & Saroso, D. S. (2020). Analysis of service quality An Empirical Study of customer satisfaction in information and technology service companies. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2). 200 – 209.

Petzer, D. J., Steyn, T. F. J., & Mostert, P. G. (2009). Customer retention practices of small, medium and large hotels In South Africa: An exploratory study. *African Journal of Marketing Management*, 1(1). 32 – 42.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1). 12 – 37.