

การใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน

ศิริวิทย์ ศิริรักษ์^{1*} นิमित ชุณส์ัน¹ และ มนต์รี วีรียงกูร¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

* topsirawit@hotmail.com, sirawit.s@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระในการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวอิสระในกลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จำนวน 500 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจงและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ความพึงพอใจและความภักดีอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวในด้านการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด มีความพึงพอใจในด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นไปตามที่กำหนดไว้มากที่สุด ด้านความภักดี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า “นักท่องเที่ยวจะยังคงตั้งใจใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่ชื่นชอบ แม้ว่ารูปแบบการให้บริการมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป” ในด้านการซื้อซ้ำ และ “หากมีบุคคลใกล้ชิดต้องการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้ผู้ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ” ในด้านการบอกต่อ มากที่สุด

คำสำคัญ: การใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ความพึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า นักท่องเที่ยวอิสระ การซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว

Mobile Device Usage, Satisfaction and Loyalty of Free Independent Traveler in Tour Package Purchasing in Triangle Andaman Cluster Provinces

Sirawit Sirirak^{1*}, Nimit Soonsan¹ and Montri Veerayangkul¹

¹Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

*topsirawit@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research was to study the level of mobile device usage, satisfaction and loyalty of free independent traveler (FIT) in tour package purchasing in triangle Andaman cluster provinces. This research is a quantitative research. Questionnaires were used to collect data from a sample of 500 Free Independent Travelers by using purposive sampling method. Quantitative data analysis was performed by using descriptive statistics. The research showed that the samples had the mobile device usage, satisfaction and loyalty in the much level. Most of them used mobile device for tourist destination information searching, had the most satisfaction with the on-time and appropriation of tour program. In loyalty, they preferred to “they will have attention to purchase the tour program from the previous service provider although the pattern of service had changed and developed” for repeated purchasing dimension. They also agree the most on “If their friends had looked for tour program, they will recommend their favorite service provider as a first priority” in recommendation dimension.

Keywords: Mobile Device Usage, Satisfaction, Loyalty, Free Independent Traveler , Tour Package Purchasing

1. บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและมีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายวงการ (นพดล ผู้มีจรรยา, 2557; แสงระวี วิริยาเมธาโรจน์, 2555) คอมพิวเตอร์มีขนาดเล็กลง มีความสามารถมากขึ้นและถูกพัฒนาารวมกันอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟนซึ่ง มีความสามารถในการสื่อสารและมีความสามารถในการประมวลผลเหมือนคอมพิวเตอร์ โดยอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เหล่านี้มีความสามารถในการสื่อสารข้อมูลแบบไร้สาย และสามารถเคลื่อนย้ายติดตัวผู้ใช้ ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ, 2555) ในปัจจุบัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า “นักท่องเที่ยวอิสระ” (Free and Independent Traveler: FIT) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ผู้รักความอิสระ ไม่ต้องเดินทางตามเส้นทางที่บริษัททัวร์กำหนด อาจพบสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอื่น ๆ ของท้องถิ่นและได้รู้จักกับแหล่งท่องเที่ยวในเชิงลึก สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวไทย ควรมีการปรับตัวโดยเร่งพัฒนาคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ยังควรให้ความสนใจมากขึ้นต่อข้อมูลข่าวสาร การแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดียของนักท่องเที่ยวแบบอิสระ เพราะสิ่งนี้จะช่วยสะท้อนกระแสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที (ศิวศักดิ์ ปานสุขชุม, 2559)

ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ สามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดสร้างลูกค้าใหม่และช่วยป้องกันส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนช่วงชิงลูกค้าจากคู่แข่งอื่น เมื่อมีกลุ่มลูกค้าที่ภักดีต่อธุรกิจ ลูกค้ากลุ่มนี้ จะเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนและแพร่กระจาย

ข่าวสารแก่บุคคลอื่นๆ ให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี รวมทั้งทำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเมื่อธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าเก่าพร้อมทั้งเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ ธุรกิจก็จะมียอดขายเพิ่มขึ้นและ ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจก็สูงขึ้นเช่นกัน ฉะนั้น ผลที่ได้จากการสร้างผลผลิตภาพและความภักดีจึงเป็นรากฐาน ที่สคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจ ระยะยาว (ณัฐธา อู๋มานะชัย, 2556; นิธนา ฐานิธรนกร, 2555)

กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็น Andaman Paradise หรือมรกตเมืองใต้ที่มีจุดขายหลักด้านการท่องเที่ยว คือ หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น ดาน่า ปีนผา เป็นต้น (ทักษิณ ปิลวาสน์, 2556) เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว โดยจ านวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน นั้นมีจ านวนที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่าเสมอ แต่การที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพนั้น ต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน จะมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร แต่กลับพบว่าการวิจัยในเรื่องนี้ยังมีอยู่ไม่มากนัก ประกอบกับการวิจัยที่มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพและมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง (TAT Review, 2562) ยังมีอยู่เป็นจ านวนไม่มากนัก ดังนั้น การศึกษาเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะนอกจากจะเป็นประโยชน์ในด้านการเติมเต็มช่องว่างทางด้านวิชาการแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจน ทเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันก็สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปต่อยอดหรือปรับวิธีการหรือพัฒนากระบวนการให้บริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวในการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน
3. เพื่อศึกษาระดับความภักดีของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวอิสระในกลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ซึ่งไม่ทราบจ านวนที่แน่นอน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจ านวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง สามารถค านวณได้จากสูตรของ Cochran, W.G. (1953, pp 144) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2548, หน้า 24) จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บแบบสอบถามและการวิเคราะห์ประเมินผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ค านวณขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าได้ผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่ก ำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง โดยจ านวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดได้แสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จ านวนกลุ่มตัวอย่างจ านวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จังหวัด	จ านวนนักท่องเที่ยว (คน)	จ านวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ภูเก็ต	13,651,301	360
พังงา	1,093,424	30
กระบี่	4,284,619	110
รวม	19,029,344	500

ที่มา ส านักงานสถิติแห่งชาติ สรุปลักษณะการท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2561

3.2 เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามา ประมวล เพื่อ กำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือและ ขอบเขตของเนื้อหา จากนั้นจึงสร้างแบบสอบถามตามขอบเขต ของเนื้อหา คลอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตามรายละเอียดของนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร แล้วมีการทดสอบคุณภาพ โดยการ นำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญ นวน 3 ท่าน เพื่อพัฒนาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) เพื่อตรวจสอบค่าดัชนี ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence - IOC) จากผลทดสอบ ค่า IOC ของทุกข้อคำถามในแบบสอบถาม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.51 - 1.0 นั้นหมายความว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2548) และนำแบบสอบถามที่ได้ไปการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน จากผลการทดสอบ พบว่า ข้อความในแบบสอบถามทุกกลุ่มมี ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 และค่า Corrected Item-Total Correlation ของแต่ละข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.3 นั้นหมายความว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Nunnally and Burnstein, 1994) แล้วจึงปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยในงานวิจัยนี้ได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้

1. เป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่พักค้างคืนในจังหวัดนั้นเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง
2. เป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่ได้ทำ การใช้จ่ายซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวภายในจังหวัดนั้นอย่างน้อย 1 รายการ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติส าหรับการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วทำการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายโดยใช้ค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถาม(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) โดยมีรายละเอียดดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 คือ ระดับส าคัญมากที่สุด คะแนน 3.41 – 4.20 คือ ระดับส าคัญมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 คือ ระดับส าคัญปานกลาง คะแนน 1.81 – 2.60 คือ ระดับส าคัญน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 คือ ระดับส าคัญน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

4.1 ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะทั่วไป ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.6) มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 46.4) รองลงมา คือ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 26.8) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 28.2) รองลงมาได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา (ร้อยละ 23.4) นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีสัญชาติจีน (ร้อยละ 11) รองลงมาได้แก่ สัญชาติอินเดีย (ร้อยละ 9.6) สัญชาติออสเตรเลีย (ร้อยละ 9.4) และสัญชาติเยอรมนี (ร้อยละ 8.2) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15.8 มีสถานะโสด (ร้อยละ 58) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 500-1,000 USD. (ร้อยละ 32.8) รองลงมาคือ 1,001-1,500 USD. (ร้อยละ 20.4)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ ส่วนใหญ่เคยใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวมา 2 - 3 ครั้ง (ร้อยละ 41.6) รองลงมาคือ 1 ครั้ง (ร้อยละ 16.8) สื่อที่ทำให้รู้จักธุรกิจท่องเที่ยว คือ สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 67.4) รองลงมาคือการแนะนำ จากบุคคลอื่น (ร้อยละ 55.4) มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเฉลี่ย 3 – 4 วัน (ร้อยละ 38) รองลงมาคือ มากกว่า 7 วัน (ร้อยละ 26.4) เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่เป็นครั้งแรก (ร้อยละ 44.4) รองลงมาคือเคยเดินทางมาแล้ว 2 - 3 ครั้ง (ร้อยละ 43.8) รายการท่องเที่ยวที่ใช้บริการมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวทางทะเล (ร้อยละ 82.2) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวชมภูมิทัศน์ (ร้อยละ 68) การท่องเที่ยวชมเมือง (ร้อยละ 47.4) และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ร้อยละ 31.6) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.64) รองลงมาคือ การมีความสะดวกสบายในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.35) ราคาที่เหมาะสม สามารถประมาณค่าใช้จ่ายล่วงหน้าได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.27) และประหยัดเวลาในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.24) ตามล าดับ

4.2 การปรับใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน

การปรับใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการซื้อโปรแกรมมาเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 87) รองลงมาคือ แท็บเล็ต (ร้อยละ 26.2) และคอมพิวเตอร์พกพา (ร้อยละ 16.6) ตามล าดับ แอปพลิเคชันหรือโปรแกรมของอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ใช้ในการซื้อโปรแกรมมาเที่ยวมากที่สุด คือ เฟสบุ๊ค (ร้อยละ 65) รองลงมาคือ ภูเก็ต (ร้อยละ 61.8) ทริปปอดไวเซอร์ (ร้อยละ 32.6) และยูทูบ (ร้อยละ 31.4) ตามล าดับ และทราจกรรมการเงินโดยใช้เงินสดมากที่สุด (ร้อยละ 58.6) รองลงมาคือ บัตรเครดิต (ร้อยละ 52) Mobile Banking Application (ร้อยละ 27.4) พร้อมเพย์ (ร้อยละ 23.0) และเพย์พาล (ร้อยละ 19.2) ตามล าดับ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยใช้ในการทากิจกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อโปรแกรมมาเที่ยวในด้านการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.15) รองลงมาคือ ด้านการวางแผนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.07) ด้านการสืบค้นข้อมูลการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ด้านการสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายเงิน (ค่าเฉลี่ย = 3.99) และด้านการสื่อสารข้อมูลไปยังเพื่อนหรือญาติพี่น้องหลังการใช้บริการมาเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ตามล าดับ

4.3 ความพึงพอใจลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน

ความพึงพอใจของลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นไปตามที่กำหนดไว้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.34) รองลงมาคือด้านความปลอดภัยตลอดการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ด้านมีคฤศก์มีมารยาทในการพูดจา เอาใจใส่และดูแลนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ด้านพนักงานต้อนรับมีอัธยาศัยดี สุภาพ กระตือรือร้นในการต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย = 4.10) และด้านพนักงานขับรถ/เรือ มีมารยาทในการพูดจา สุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย = 4.09) ตามล าดับ

4.4 ความภักดีของลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน

ความภักดีของลูกค้ายกกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระในการซื้อทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความภักดีอยู่ในระดับมาก โดยจะมีความคิดเห็นในด้านการซื้อซ้ำว่า “จะยังคงตั้งใจใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ชื่นชอบ แม้ว่ารูปแบบการให้บริการมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป” มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.14) รองลงมา คือ “ผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่เลือกซื้อในปัจจุบัน เป็นผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ประทับใจเป็นอันดับแรกก่อนผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวอื่น ๆ เสมอ” (ค่าเฉลี่ย = 3.41) “ยังคงจะใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ชื่นชอบแม้ว่ามีผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวอื่น ๆ มีความน่าสนใจมากกว่าและให้บริการที่คุ้มค่ากว่า” (ค่าเฉลี่ย = 3.37) และ “หากผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่เลือกซื้อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงราคาเพิ่มขึ้น ก็ยังคงซื้อเหมือนเดิม” (ค่าเฉลี่ย = 2.92) ตามล าดับ ในด้านการบอกต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับ ความคิดเห็นที่ว่า “หากมีบุคคลใกล้ชิดต้องการใช้บริการธุรกิจมาเที่ยว จะแนะนำให้ใช้ผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ชื่นชอบ” มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.13) รองลงมา คือ “จะชักชวนคนที่รู้จักให้มาใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ชื่นชอบอย่างแน่นอน” (ค่าเฉลี่ย = 3.96) “จะบอกสิ่งที่ดีและถูกต้องเมื่อได้ยินคนกล่าวถึงผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ชื่นชอบในทางเสียหายหรือผิดไปจากความเป็นจริงอย่างไม่หวั่นไหว” (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และ “ยินดีประชาสัมพันธ์ข้อมูลคุณภาพของผู้ให้บริการธุรกิจมาเที่ยวที่ซื้อในปัจจุบันผ่านสื่อระบบออนไลน์” (ค่าเฉลี่ย = 3.75) ตามล าดับ

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวอิสระในกลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จำนวน 500 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีสัญชาติจีน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 500-1,000 USD. เคยใช้บริการธุรกิจมาเที่ยวมา 2 - 3 ครั้ง สื่อที่ทาให้รู้จักธุรกิจมาเที่ยว คือ

สื่อสังคมออนไลน์ มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเฉลี่ย 3 – 4 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่เป็นครั้งแรก รายการท่องเที่ยวที่ใช้บริการมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวทางทะเล ให้ความสาคัญกับด้านการมีความปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการซื้อโปรแกรม นที่อยู่มากที่สุด รองลงมาคือ แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์พกพา ตามลำดับ แอปพลิเคชันหรือโปรแกรมของอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ใช้ในการซื้อโปรแกรม นที่อยู่มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ค รองลงมาคือ กูเกิ้ล ทริปแอดไวเซอร์ และยูทูป ตามลำดับ และหาธุรกรรมการเงินโดยใช้เงินสดมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรเครดิต Mobile Banking Application พร้อมเพย์ และเพย์พาล ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยใช้ในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อโปรแกรม นที่อยู่มากที่สุดในด้านการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการวางแผนท่องเที่ยว ด้านการสืบค้นข้อมูลการเดินทาง ด้านการสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายเงิน และด้านการสื่อสารข้อมูลไปยังเพื่อนหรือญาติพี่น้องหลังการใช้บริการ นที่อยู่มากตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นไปตามที่กำหนดไว้มากที่สุด รองลงมาคือด้านมีความปลอดภัยตลอดการเดินทาง ด้านมีคฤศก์มีมารยาทในการพูดจาเอาใจใส่และดูแลนักท่องเที่ยว ด้านพนักงานต้อนรับมีอัธยาศัยดี สุภาพ กระตือรือร้นในการต้อนรับ และด้านพนักงานขับรถ/เรือ มีมารยาทในการพูดจา สุภาพอ่อนน้อม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความภักดีอยู่ในระดับมาก โดยจะมีความคิดเห็นในด้านการซื้อ นที่อยู่ว่าจะยังคงตั้งใจใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น แม้ว่ารูปแบบการให้บริการมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นในปัจจุบัน เป็นผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นที่ประทับใจเป็นอันดับแรกก่อนผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น ๆ เสมอ ยังคงจะใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น แม้ว่าผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น ๆ มีความน่าสนใจมากกว่าและให้บริการที่คุ้มค่ากว่า และหากผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงราคาเพิ่มขึ้น ก็ยังคงซื้อเหมือนเดิม ตามลำดับ ในด้านการบอกต่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับ ความคิดเห็นที่ว่า หากมีบุคคลใกล้ชิดต้องการใช้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น ท่านจะแนะนำให้ใช้ผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นที่ท่านชื่นชอบ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักใหม่มาใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้น ที่ยวที่ท่านชื่นชอบอย่างแน่นอน ท่านจะบอกสิ่งที่ดีและถูกต้องเมื่อได้ยินคนกล่าวถึงผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นที่ท่านชื่นชอบในทางเสียหายหรือผิดไปจากความเป็นจริงอย่างไม่หวั่นไหวและท่านยินดีประชาสัมพันธ์ข้อมูลคุณภาพของผู้ให้บริการธุรกิจ นที่อยู่มากขึ้นในปัจจุบันผ่านสื่อระบบออนไลน์ ตามลำดับ

5. อภิปรายผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวอิสระในกลุ่มจังหวัดอันดามัน ส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยใช้ในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อโปรแกรม นที่อยู่มากที่สุดในด้านการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการวางแผนท่องเที่ยว ด้านการสืบค้นข้อมูลการเดินทาง ด้านการสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายเงิน และด้านการสื่อสารข้อมูลไปยังเพื่อนหรือญาติพี่น้องหลังการใช้บริการ นที่อยู่มากตามลำดับ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพจน์ ฤๅลาดีและคณะ (2561) ซึ่งได้ทำการศึกษาด้านอิทธิพลของปัจจัยการตลาดดิจิทัลและปัจจัยการสร้างคุณค่าที่รับรู้ให้แก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน โดยที่ผู้ประกอบการโรงแรมได้นำปัจจัยดังกล่าวมาทำการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีให้แก่ลูกค้า กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าโรงแรมเฉพาะผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการจองห้องพักรวมทั้งสิ้น 750 ท่าน ส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ผ่านเว็บไซต์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับมาก

6. ข้อเสนอแนะ

การ นที่อยู่มากขึ้นในส่วนนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะในการน การวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการน ไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการนที่อยู่มากขึ้นควรมีการนเสนอข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องผ่าน แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ค มากที่สุด รองลงมาคือ กูเกิ้ล ทริปแอดไวเซอร์ และยูทูป ตามลำดับ โสผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการนเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อโปรแกรม นที่อยู่มากขึ้นในด้านการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ การนเสนอข้อมูลในด้านการวางแผนท่องเที่ยว ด้านการสืบค้นข้อมูลการเดินทาง ด้านการสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายเงิน และด้านการสื่อสารข้อมูลไปยังเพื่อนหรือญาติพี่น้องหลังการใช้บริการ นที่อยู่มากตามลำดับ

2. ด้านที่นักท่องเที่ยวประเมินแล้วมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ด้านการที่พนักงานต้อนรับให้บริการ สะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามที่ร้องขอ ด้านระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม ด้านมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ด้านรสชาติอาหาร/เครื่องดื่มอร่อย สะอาดและมีปริมาณเหมาะสม และด้านทัศนียภาพ มีความรู้ความสามารถในการบริการ ณ ที่ยวดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ สักคู่กับการปรับปรุงคุณภาพการบริการส่วนนี้ให้ดีขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้นโดยอาจจะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในแต่ละกระบวนการทำงานในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร ยกตัวอย่างเช่น การใช้แอปพลิเคชันแปลภาษา เช่น Google translator และ แอปพลิเคชันที่ใช้สื่อสารภายในองค์กร เช่น Line หรือ Whats App เข้ามาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ช่วยในการติดต่อ ประสานงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานต้อนรับ ซึ่งจะท าให้นักงงานสามารถที่จะให้บริการได้ สะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามที่ลูกค้าร้องขอได้ หรือในด้านระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม ทางบริษัทก็อาจจะนำ เทคโนโลยีระบุจุด ตำแหน่ง(GPS) เพื่อควบคุมและติดตามระยะเวลาในการเดินทางในแต่ละจุดได้

3. ด้านที่นักท่องเที่ยวประเมินแล้วมีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ด้านความปลอดภัยตลอดการเดินทาง ด้านทัศนียภาพมีมารยาทในการพูดจา เอาใจใส่และดูแลนักท่องเที่ยว ด้านพนักงานต้อนรับมีอัธยาศัยดี สุภาพ กระตือรือร้นในการต้อนรับ และด้านพนักงานขับรถ/เรือ มีมารยาทในการพูดจา สุภาพ อ่อนน้อมดังนั้น ผู้ประกอบการควรระวังรักษาจุดแข็งเหล่านี้และพยายามพัฒนาด้านต่างๆ เหล่านี้ให้ตลอดเวลา เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวอย่างสม ามสมอ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ สักคู่กับการอัปเดตข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน และจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการที่โปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นไปตามที่ก าหนดไว้

4. ในด้านการซื้อซ้ำ ลูกค้ายังคงจะตั้งใจใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจงานเที่ยวที่ชื่นชอบ แม้ว่ารูปแบบการให้บริการมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ผู้ประกอบการน่าจะควรพิจารณาและพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่อย่างสม่ำเสมอๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ยกตัวอย่างเช่น การใช้แอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสาร เช่น Whats app Line หรือ Wechat ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อหาความต้องการของลูกค้าและตรวจสอบคุณภาพการบริการของบริษัท และนำไปสู่โปรแกรมเที่ยวใหม่ๆ หรือพัฒนากระบวนการทำงานใหม่โดยการแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น แอปพลิเคชันในการจ่ายเงิน เป็นต้น

5. ในด้านการบอกต่อ ลูกค้ามีความคิดเห็นในด้าน “หากมีบุคคลใกล้ชิดต้องการใช้บริการธุรกิจงานเที่ยว ท่านจะแนะนำให้ผู้ใช้บริการธุรกิจงานเที่ยวที่ท่านชื่นชอบ” มากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาใช้บริการผู้ให้บริการธุรกิจงานเที่ยวที่ท่านชื่นชอบอย่างแน่นอน” “ท่านจะบอกสิ่งที่ดีและถูกต้องเมื่อได้ยินคนกล่าวถึงผู้ให้บริการธุรกิจงานเที่ยวที่ท่านชื่นชอบในทางเสียหายหรือผิดไปจากความเป็นจริงอย่างไรไม่ทันไร” และ “ท่านยินดีประชาสัมพันธ์ข้อมูลคุณภาพของผู้ให้บริการธุรกิจงานเที่ยวที่ซื้อในปัจจุบันผ่านสื่อระบอบออนไลน์” ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะมีกระบวนการหรือใช้ แอปพลิเคชันที่สนับสนุนให้ลูกค้าสามารถทำการบอกต่อได้ เช่น มีเว็บไซต์ มีเพจของบริษัท หรือเป็นสมาชิกอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ตลอดจนการให้ความ สาคัญในการตรวจสอบและการมีปฏิสัมพันธ์ต่อการบอกต่อของลูกค้าอยู่อย่างสม่ำเสมอ ขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยซ้ำเรื่องนี้ ในช่วงระยะเวลาอื่น ทั้งนี้เนื่องจากเวลาเปลี่ยน อาจส่งผลทำให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากมีการพัฒนาระบบสื่อสารที่ทันสมัยยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยกับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มพื้นที่อื่นๆ เช่น จังหวัดอื่นๆพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน เช่น จังหวัดระนอง จังหวัดตรัง และจังหวัดสตูล หรือพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพื่อเปรียบเทียบผล ซึ่งจะท ำให้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 8 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐธา อู่ยามนะชัย. (2556). **ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับพลังการบอกต่อ**. วารสารนักบริหาร, 33(3), หน้า 47-51.
- นิตนา ฐานิตนกร (2555). **อิทธิพลของการบอกต่อบนโลกอินเทอร์เน็ต**. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 1 ฉบับที่ 33, หน้า 17-22
- ทักษิณ ปิลวาสน์. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน**. วารสารสักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 19(12), 21-32.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2555). **ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่**, [อ้างอิงจากเว็บไซต์] <http://www.guru-ict.com/>

- ศิวศักดิ์ ปานสุขชุม. (2559). แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาว ตะวันออกกลาง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง สาขาการวางแผนและการจัดการการ ท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพฯ.
- พจน์ กุลาดี มนตรี วีรยางกู และ ศิริวิทย์ ศิริรักษ์. (2561). ปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีแก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันประเทศไทย. วารสารสมาคมนักวิจัย. ปีที่23 ฉบับที่3 กันยายน - ธันวาคม หน้า 217-228
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2548). การประเมินโครงการ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling techniques*. New York John Wiley & Sons. Inc.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994) *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, Inc.
- TAT Review. *Who? Where? What? When? Why?* นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ, [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/who-where-what-when-why-2019/>