

**คุณภาพการบริการและความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้า
ในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี**
Service quality and the trustworthiness affecting the customer's loyalty in
using the service of Chom-in farm in Danchang District, Suphanburi

สุนันตรา ขำนวนทอง^{1*}
Sunantha Kamnuanthon^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อไร่ชมอิน และ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ที่ใช้บริการและเคยใช้บริการไร่ชมอิน จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เลือกเฉพาะผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวและสมัครใจในการให้ข้อมูล เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความภักดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านบริการด้านที่พักและอาหารมีบริการที่เพียงพอและมีให้เลือกหลากหลาย ด้านการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน ด้านความไว้วางใจ ได้แก่ ไร่ชมอินสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้าทางไร่ชมอินสามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด ไร่ชมอินให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ระบบการจองที่พักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ และไร่ชมอินมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ซึ่งมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการมาใช้บริการไร่ชมอิน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ ความภักดี

Abstract

The objectives of this research was 1) to study the customer's attitude toward Chom-in farm in Danchang District, Suphanburi and 2) to study the service quality and the trustworthiness affecting the customers' loyalty in using the service of the farm. The employed sample group consisted of 400 customers who used to use the service of the farm. The specific sampling was adopted by selecting only tourists who voluntarily offered the information. The tool for gathering data was a questionnaire. The statistics used for analyzing data were means (\bar{x}), standard

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี

¹ Faculty of Business administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Suphanburi Campus

* Corresponding author. E-mail: Mynameissunantha@gmail.com

deviation (S.D.) and the multiple linear regression analysis (MRA) at the significance of 0.05. The research results revealed that the level of the attitude concerning the service quality, the trustworthiness and the loyalty was generally high. In addition, the hypothesis test results demonstrated that the service quality of the room were sufficient and there were variety of food options and the well-managed security system affected the customer's loyalty in using the farm's services. For the trustworthiness, the farm could do what it had promised to the customers in specified time. Customer's feedback and complaints were neatly treated and their problems were immediately solved. The room reservation and payment systems were accurate and reliable. With effective management, the farm could provide services in accordance with its vision and mission which influenced the customer's loyalty in the farm's services.

Keywords: service quality, trustworthiness, loyalty

บทนำ

ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยว ขยายตัวต่อเนื่อง เพิ่มขึ้นทั้งจำนวนและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญมาจากเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเริ่มฟื้นตัว รวมทั้งการออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ส่งผลให้ในปี 2560 ประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.77 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10 จากปีก่อน โดยมีรายละเอียดตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวดีต่อเนื่อง เป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐเป็นสำคัญ อีกทั้งต้นทุนการท่องเที่ยวภายในประเทศยังไม่สูงมากนัก ทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโดยสารและค่าที่พัก ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศส่งสัญญาณฟื้นตัว ถึงแม้ว่าในเดือนกันยายนและตุลาคมจะเกิดภาวะฝนตกหนักและน้ำท่วมในหลายพื้นที่ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว แต่คาดว่าตลอดทั้งปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

154 ล้านคนต่อครั้ง ขยายตัวร้อยละ 6.20 สร้างรายได้ 0.96 ล้านล้านบาท (Government saving bank, 2018)

แนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2561 คาดว่า ขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2560 จากปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เช่น (1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะเน้นการขยายโครงสร้างรายได้ตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศให้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 33 รวมทั้งพยายามทำตลาดนักท่องเที่ยวประเทศใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดการพึ่งพาดตลาดประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป โดยในปี 2561 ตั้งเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.10 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10 จากปีก่อน โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.10 ล้านล้านบาท และจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 1 ล้านล้านบาท (2) การพัฒนาโครงข่ายคมนาคมจากภาครัฐ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค และมีความสะดวกมากขึ้น (3) การขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกจากภาพรวมเศรษฐกิจโลกที่ปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการเร่งขยายเส้นทางการบินใหม่ๆ ของสายการบิน (GSB, 2018)

ในประเทศไทยการท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพในการสร้างการเจริญเติบโตมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างความแตกต่างของในแต่ละจังหวัด เพื่อกระตุ้นการขยายตัวจากการท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดผู้เยี่ยมชมให้เกิดการใช้จ่ายต่างๆ ตามมา โดยได้แบ่งกลุ่มเมืองรองออกเป็น 4 กลุ่ม ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว คือ กลุ่มที่ 1 รายได้ไม่น้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวน 3 จังหวัด กลุ่มที่ 2 รายได้ 5-10 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวน 39 จังหวัด กลุ่มที่ 3 รายได้ 10-15 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวน 12 จังหวัด กลุ่มที่ 4 รายได้โตมากกว่า 15 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวน 1 จังหวัด จะเห็นได้ว่าจังหวัดสุพรรณบุรีจัดอยู่ในกลุ่มที่ 2 ที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่สามารถสร้างรายได้ 5-10 เปอร์เซ็นต์ (Division of Economy and Tourism and Sports, 2019) ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อดูจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเมืองรองพบว่าจังหวัดสุพรรณบุรี ติดอันดับ 1 ใน 3 ของจำนวนผู้เยี่ยมชมเมืองรองสูงสุด โดยมีจำนวน 494,357 คน

สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งใน 25 จังหวัดของภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ มีพื้นที่ราบลุ่มตามแนวลำน้ำท่าจีนส่วนใหญ่เป็นนาไร่และป่า ประชากรประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปทางทิศเหนือเป็นที่ราบ มีภูเขาบ้างเป็นบางตอนในท้องที่เดิมบางนางบวชและคูทอง แต่เป็นภูเขาเล็กๆ ส่วนตอนใต้เป็นที่ราบลุ่มโดยตลอดทางทิศตะวันตกและทิศเหนือมีป่าและภูเขามาก ในเขตอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 3-10 เมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 5,358.01 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,348,755 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.20 ของพื้นที่

ภาคกลาง อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร (ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340) โดยทางรถไฟประมาณ 142 กิโลเมตร จังหวัดสุพรรณบุรีมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง อำเภอสรีประจันต์ อำเภอสมาชูก อำเภอดิบบางนางบวช อำเภออู่ทอง อำเภอด่านช้าง และอำเภอหนองหญ้าไซ 110 ตำบล 1,007 หมู่บ้าน (Suphanburi Provincial Administration Organization, 2018)

ด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี มีทั้งสิ้น 107 แห่ง (Suphanburi province, 2018) และไร่มชอิน อำเภอด่านช้าง นับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ Rai Chom In (2018) ซึ่งอำเภอด่านช้างนับได้ว่าเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญซึ่งผ่านการเป็นอำเภอมาแล้วกว่า 30 ปี และไร่มชอิน ตั้งอยู่เขื่อนกระเสียว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีพื้นที่มากกว่า 10 ไร่ โดยทางไร่มชอินจะยึดตามแนวพระราชดำริในการดำเนินชีวิตแบบพอเพียงซึ่งเป็นไร่นาเกษตรอินทรีย์ มีแปลงปลูกผักหลากหลายสายพันธุ์ และได้ทดลองจัดทำน้ำหมักชีวภาพขึ้นเพื่อใช้เองภายในไร่ และมีพื้นที่แบ่งเป็นโซนลานกางเต็นท์และโซนบ้านพัก (ตอนนี้บ้านพักอยู่ในช่วงดำเนินการ) โซนลานกางเต็นท์ทางไร่ได้ปลูกหญ้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 40 เต็นท์ หรือประมาณ 100 คน มีพื้นที่ดินเปล่าอีก 5 ไร่ ซึ่งรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกจำนวนมาก แต่ทางไร่ขอรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักไม่เกิน 300 คนต่อวัน เพื่อความสะดวกและดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้ยังมีพื้นที่จอร์จกว้างขวาง

มีอาหารเครื่องดื่มจำหน่ายและมีบริการเรือนำเที่ยวรอบเขื่อนกระเสียว ชมสันเขื่อน ไหว้พระวัดทุ่งใหญ่ เล่นน้ำหาดทรายท้ายเขื่อน ชมพระอาทิตย์ตกดินริมเขื่อนกระเสียว ภายในมีบริเวณจุดขายอาหารเครื่องดื่ม ห้องน้ำ ลานกางเต็นท์ มีเต็นท์ให้เช่าหลายขนาด สัมผัสธรรมชาติแบบใกล้ชิด ทั้งท้องน้ำและท้องฟ้า ยามเช้าจับกาแฟสตูดิโอโซนให้เต็มปอด สายๆ นั่งเรือตกปลา บ่ายๆ สนุกสนานกับกิจกรรมเพื่อเตรียมอาหารยามเย็น และก่อนค่ำนั่งมองดวงอาทิตย์ลับขอบฟ้าเป็นช่วงเวลาแห่งความสุขที่น่าจดจำ

จากการที่ไร่ชมอินจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาใหม่นี้ จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการบริการของร้านอาหาร ความอร่อย ความสะอาด การบริการด้านที่พัก การบริการด้านความปลอดภัย และความรวดเร็วในการให้บริการ โดยทางผู้ดูแลไร่ชมอินยังขาดระบบในการบริหารจัดการที่ดี ขาดการวางตำแหน่งบุคลากรให้เหมาะสมในแต่ละประเภทงาน เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจและตัดสินใจเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีงานวิจัยของ Bunsak, Phromsuwan, Wongmontha, & Kiratchamroon (2018) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า 1) ควรพิจารณาตัวแปรอื่นๆ รวมในการศึกษาด้วย เช่น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเชิงลึก ทศนคติของนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เป็นต้น 2) ควรนำแนวคิดวิธีการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาต่อใน

ชุมชนอื่นๆ ที่มีการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนในภาคอื่นๆ ของประเทศไทย 3) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้สามารถบอกปัจจัยที่ส่งผลต่อความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลนี้เอง ทำให้นักวิจัยเกิดแรงจูงใจในการทำกรวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภาคภูมิใจของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เจ้าของไร่ชมอินได้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตนเองว่าอยู่ในระดับใด และนักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการท่องเที่ยวไร่ชมอินมากน้อยแค่ไหน รวมไปถึงปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภาคภูมิใจของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการบริการมีผลต่อความภาคภูมิใจของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอินอำเภอด่านช้างจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ความไว้วางใจมีผลต่อความภาคภูมิใจของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้างจังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ คุณภาพการบริการ

และความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการ ไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี จึงทำให้ ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงใน (Figure 1)

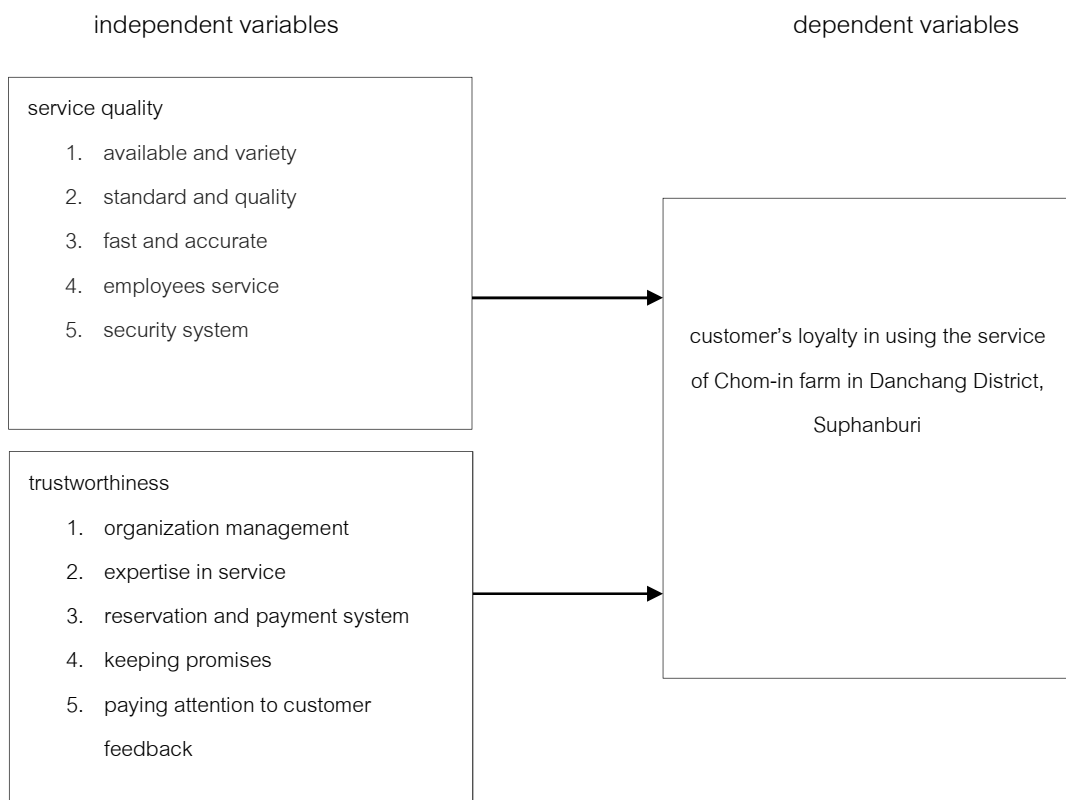


Figure 1 Conceptual framework.

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการและเคยใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการและเคยใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ได้จำนวน 385 คน และเพื่อให้ข้อมูลมีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน

5 เปอร์เซ็นต์ จึงทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมอีก 15 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวและสมัครใจในการให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้นำเครื่องมือมาใช้ คือ แบบสอบถาม ที่มีลักษณะโครงสร้างของคำถามแบบปลายเปิด (open ended question) และคำถามแบบ

ปลายปิด (closed ended question) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก (simple-dichotomy question) ส่วนที่ 2 ทักษะติดต่อคุณภาพการบริการ ส่วนที่ 3 ทักษะติดต่อ ความไว้วางใจ และส่วนที่ 4 ความจงรักภักดีของลูกค้า ในการใช้บริการไร้ชมอินอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่วัดระดับความคิดเห็น (rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อย ที่สุด (1) สุดท้ายส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเป็นลักษณะ ของคำถามแบบปลายเปิด (open ended question)

ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (item objective congruence index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค พบว่าทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (Vanichbancha, 2006) และค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.95 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

การเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วน และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ คือ

หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประกอบการสร้างแบบสอบถามที่ตรงกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (influential statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (multiple linear regression analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการพยากรณ์ตัวแปรที่เป็นผลได้

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์คุณภาพการบริการและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร้ชมอินอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าในการใช้บริการไร้ชมอินอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 1)

จาก (Table 1) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ การบริการด้านที่พักและอาหารมีบริการที่เพียงพอและมีให้เลือกหลากหลาย และด้านที่พักรและอาหารของไร้ชมอินได้มาตรฐานและมีคุณภาพ ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 และ 4.29 และ

ด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ไร่มออินมีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อความไว้วางใจของลูกค้าในการใช้บริการไร่มออิน อำเภอต่างข้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 2)

Table 1 The mean and standard deviation of the service quality factor.

service quality	\bar{x}	S.D.	results
1. available and variety	4.60	0.66	highest
2. standard and quality	4.29	0.68	highest
3. fast and accurate	4.13	0.75	high
4. employees service	4.00	0.95	high
5. security system	3.86	1.05	high
total	4.18	0.61	high

Table 2 The mean and standard deviation of the trustworthiness factor.

trustworthiness	\bar{x}	S.D.	results
1. organization management	4.29	0.88	highest
2. expertise in service	4.21	0.76	highest
3. reservation and payment system	4.15	0.79	high
4. keeping promises	4.08	0.89	high
5. paying attention to customer feedback	4.04	0.95	high
total	4.15	0.65	high

จาก (Table 2) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ไร่มออินมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร และพนักงานมีความชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในครั้งแรก ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่

ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.21 และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ไร่มออินให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่มออิน อำเภอต่างข้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 3)

Table 3 The mean and standard deviation of the customer's loyalty in using the service.

customer's loyalty in using the service	\bar{x}	S.D.	results
1. I will recommend Chom-in farm to others	4.45	0.74	highest
2. I chose this as the first place to stay	4.29	0.82	highest
3. I don't mind to stay elsewhere	4.03	0.95	high
4. next year, I will come to Chom-in farm again	4.02	0.98	high
5. I think, I intend to be a customer of Chom-in farm only	3.74	1.24	high
total	4.11	0.75	high

จาก (Table 3) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความภักดีโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ฉันจะแนะนำไร่ชมอินแก่ผู้อื่น ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ฉันคิดว่าฉันตั้งใจจะเป็นลูกค้าของไร่ชมอินเท่านั้น

ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน 4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานของคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 4)

Table 4 The result of multiple regression analysis of the service quality affecting the customer's loyalty in using the service of Chom-in farm in Danchang District, Suphanburi.

service quality	B	Std. error	β	t	p
1. available and variety	0.26	0.05	0.23	4.89**	0.00
2. standard and quality	0.02	0.05	0.02	0.43	0.66
3. fast and accurate	0.09	0.05	0.09	1.78	0.07
4. employees service	0.05	0.04	0.07	1.16	0.24
5. security system	0.29	0.03	0.41	7.66**	0.00
constant	1.01	0.23		4.39	0.00
R = 0.64	adjusted R square = 0.41	F = 56.40			

*p<0.05, **p<0.01

จาก (Table 4) พบว่า คุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่ชมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยที่ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 41 โดย

พิจารณาจากค่า adjusted R square เท่ากับ 0.41 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบริการด้านที่พักและอาหารมีบริการที่เพียงพอและมีให้เลือกหลากหลาย และด้านการจัดการระบบรักษาความ

ปลอดภัยที่ดี มีค่า $b=0.26$ และ 0.29 ตามลำดับ หมายความว่า คุณภาพการบริการของแต่ละด้านเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่มอินจะเพิ่มขึ้น 0.26 และ 0.29 อย่างมีระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} \text{ (ความภักดีของลูกค้า)} = 1.01 + 0.26 \text{ (ด้านความเพียงพอและความหลากหลาย)} \\ + 0.29 \text{ (ด้านการจัดการระบบความปลอดภัยที่ดี)}$$

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานของความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าใน

การใช้บริการไร่มอินอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 5)

Table 5 The result of multiple regression analysis of the trustworthiness affecting the customer's loyalty in using the service of Chom-in farm in Danchang District, Suphanburi.

trustworthiness	B	Std. error	β	t	p
1. organization management	0.23	0.04	0.26	5.45**	0.00
2. expertise in service	0.01	0.05	0.01	0.24	0.80
3. reservation and payment system	0.14	0.05	0.15	2.93**	0.03
4. keeping promises	0.11	0.05	0.13	2.17*	0.03
5. paying attention to customer feedback	0.20	0.04	0.25	4.54**	0.00
constant	1.14	0.19		5.92	0.00
R = 0.64	adjusted R square = 0.40		F = 55.26		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จาก (Table 5) พบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่มอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยที่ตัวแปรอิสระรวมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 40 โดยพิจารณาจากค่า adjusted R square เท่ากับ 0.40 และเมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ไร่มอินสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้าทางไร่มอินสามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด ไร่มอินให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ระบบการจองที่พักและการรับ

ชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ และไร่มอินมีการบริหารจัดการที่ดีสามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร มีค่า $b=0.11$, 0.14 , 0.20 และ 0.23 ตามลำดับ หมายความว่า ความไว้วางใจของแต่ละด้านเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร่มอินจะเพิ่มขึ้น 0.11 , 0.14 , 0.20 และ 0.23 อย่างมีระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

Y (ความภักดีของลูกค้า) = 1.14 + 0.11 (ไร้มออินสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้า ทางไร้มออินสามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด) + 0.14 (ไร้มออินให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว) + 0.20 (ระบบการจองที่พักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้) + 0.23 (ไร้มออินมีการบริหารจัดการที่ดีสามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร)

อภิปรายผล

ในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญใน 2 เรื่อง คือ คุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการไร้มออิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. คุณภาพการบริการ คือ จากผลระดับทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจะเห็นว่า ด้านที่มีค่ามากที่สุด คือ การบริการด้านที่พักและอาหารมีบริการที่เพียงพอและมีให้เลือกหลากหลาย และด้านที่พักและอาหารของไร้มออินได้มาตรฐานและมีคุณภาพและอาจเป็นได้ว่าการบริการที่ดีทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bakti, & Sumaedi (2013) เรื่อง การวิเคราะห์ความภักดีของลูกค้าห้องสมุด บทบาทของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษาในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการห้องสมุด ห้องสมุดจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยมีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้องสมุดมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่ง

ห้องสมุดจะต้องบริหารจัดการ และควรปรับปรุงคุณภาพบริการห้องสมุดในหลายๆ ด้าน แต่ยังคงรวมถึงแง่มุมอื่นๆ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ราคา การรับรู้ สถานการณ์ภายนอก และปัจจัยส่วนบุคคล

2. ความไว้วางใจ คือ จากผลระดับทัศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจ ด้านที่มีค่ามากที่สุด คือ ไร้มออินมีการบริหารจัดการที่ดีสามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร และพนักงานมีความชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร้มออิน โดยผลของสมมติฐานปรากฏปัจจัยที่ส่งผลเหมือนกัน ได้แก่ ทำตามคำมั่นสัญญาได้ภายในเวลาที่กำหนด การให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าพร้อมทั้งสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ระบบการจองที่พักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ และด้านการบริหารจัดการที่ดีสามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร้มออิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งกล่าวได้ว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความภักดี และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกันระหว่างความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า ในการสร้างความมั่นใจของลูกค้าและการส่งมอบคุณภาพการบริการนำไปสู่องค์กรที่ส่งผลต่อการเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้า มีการศึกษาความไว้วางใจหลากหลายสาขา รวมทั้งทางด้านจิตวิทยาและเศรษฐศาสตร์ ในด้านจิตวิทยา จากการศึกษาที่ผ่านมาความไว้วางใจโดยทั่วไปมุ่งเน้นในด้านลักษณะ

ประจำตัวบุคคล (personal characteristics) ได้แก่ อุปนิสัย ทัศนคติ และแรงจูงใจ (Ndubisi, 2007) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramaseshan, Rabbanee, & Tan Hsin Hui, (2013) เรื่องผลกระทบของตัวขับเคลื่อนส่วนลูกค้าต่อความภักดีของลูกค้าในบริบท B2B พบว่า ในบริบท B2B ส่วนของมูลค่าและความสัมพันธ์มีความสำคัญต่อความภักดีของลูกค้า ผ่านผลกระทบที่เป็นสื่อกลางของความไว้วางใจของลูกค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งความภักดีของลูกค้าองค์กรธุรกิจ ผู้จัดการควรมุ่งเน้นที่ความคุ้มค่าและความสัมพันธ์มากกว่าส่วนของแบรนด์ การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่บริบท B2B มันแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการผลักดันส่วนของลูกค้าที่มีต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Carranza, Diaz, & Consuegra (2018) เรื่องอิทธิพลของคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าด้วยการวิเคราะห์แผนที่ประสิทธิภาพที่สำคัญ (การสำรวจบทบาทของความไว้วางใจ) พบว่า ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพการบริการอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นมีความเป็นไปได้ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีในหมู่ลูกค้าฟาสต์ฟู้ด สิ่งเหล่านี้ยังเผยให้เห็นถึงผลกระทบของความไว้วางใจ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิผลของความพึงพอใจในการใช้งานผลกระทบในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพอาหาร ถือเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มความภักดีในหมู่ลูกค้าฟาสต์ฟู้ด การศึกษานี้ยังนำเสนอรูปแบบบูรณาการใน 3 ปัจจัยที่มีส่วนร่วมในการให้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ คุณภาพอาหาร คุณภาพบริการ และบรรยากาศ พร้อมตัวแปรพื้นฐาน ได้แก่ ความพึงพอใจ ของความภักดีของลูกค้าฟาสต์ฟู้ด

สรุป

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร้ชามอน อ่าเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี มีประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ คือ ระดับทัศนคติของคุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการไร้ชามอน อ่าเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง คุณภาพการบริการ และปรับปรุงแนวทางในการสร้างความไว้วางใจ เพื่อให้ลูกค้าที่ได้ใช้บริการไร้ชามอน อ่าเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี กลับมาใช้บริการ และเกิดการบอกต่อ เพื่อเป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้อื่นต่อไป โดยผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านบริการด้านที่พักและอาหารมีบริการที่เพียงพอ และมีให้เลือกหลากหลาย และด้านการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีมีผลต่อความภักดีของลูกค้า ในการใช้บริการไร้ชามอน อ่าเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยที่สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 41 (adjusted R square = 0.41) และความไว้วางใจ ได้แก่ ไร้ชามอนสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้าทางไร้ชามอนสามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด ไร้ชามอนให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ระบบการจองที่พักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ และ ไร้ชามอนมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้

ตรงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยที่สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 40 (adjusted R square = 0.40)

ข้อเสนอแนะ

ด้านคุณภาพการบริการ คือ โรงแรมอินจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาคุณภาพ ในเรื่องของการบริหารที่พนักงานมีความพึงพอใจอยู่เสมอ พร้อมทั้งจะต้องรักษาความสะอาดของที่พักด้วย อีกทั้งในด้านคุณภาพของอาหารที่ให้บริการภายในโรงแรมอินนั้น จะต้องให้มีความหลากหลายของเมนู และในการให้บริการจะต้องมีความแม่นยำในเรื่องของการส่งมอบอาหารให้แก่ลูกค้า และทางโรงแรมอินจะต้องมีความเข้มงวดในเรื่องของการรักษาความปลอดภัย จะต้องมีการรักษาความปลอดภัยและผู้ที่คอยอำนวยความสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพในการให้บริการของโรงแรมอินเป็นอย่างดี

ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอินจะต้องพยายามอบรมและให้คำแนะนำกับพนักงาน ซึ่งถือได้ว่าเป็นบุคลากรภายในโรงแรม ซึ่งบุคลากรจะมีความสำคัญมากกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นบุคคลที่จะต้องให้คำแนะนำทุกๆ เรื่องที่นักท่องเที่ยวมีข้อสงสัย และจะต้องมีน้ำเสียงในการให้คำแนะนำที่แสดงถึงความสุภาพ วาจาไพเราะ รวมถึงด้านบุคลิกภาพของพนักงานจะต้องแสดงถึงความน่าเชื่อถือ และจะต้องมีความจำดี สามารถจำสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวบอกหรือต้องการได้อย่างดีเยี่ยม

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณโรงแรมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ตลอดจนนักท่องเที่ยวทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Bakti, I., G., M., Y., & Sumaedi, S. (2013). An analysis of library customer loyalty: The role of service quality and customer satisfaction: case study in Indonesia. *Journal Library Management*, 34(6/7), 397-414.
- Bunsak, K., Phromsuwan, S., Wongmontha, S., & Kiratichamroon, W. (2018). Influence of factors on tourist's loyalty to tourism on a community base The lower northeastern region of Thailand. *Community Research Journal Nakhon Ratchasima Rajabhat University*, 12(1), 10-28. (in Thai)
- Carranza, R., Diaz, E., & Consuegra, D. M. (2018). The influence of quality on satisfaction and customer loyalty with an importance-performance map analysis: Exploring the mediating role of trust. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 380-396.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Division of Economy and Tourism and Sports. (2019). *Tourism statistics system of Thailand*. Retrieved August 27, 2019, from https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411 (in Thai)
- Government saving bank (GSB). (2018). *Tourism industry*. Retrieved March 2, 2018, from http://www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN_travel_61_detail.aspx. (in Thai)

- Ndubisi, N. (2007). Relationship marketing and customer loyalty. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 25(1), 98-106.
- Rai Chom In. (2018). *Tourist information*. Retrieved March 20, 2018, from www.thailandtopvote.com (in Thai)
- Ramaseshan, B., Rabbanee, F., & Tan Hsin Hui, L. (2013). Effects of customer equity drivers on customer loyalty in B2B context. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(4), 335-346.
- Suphanburi province. (2018). *List of tourist destinations in each district*. Retrieved March 26, 2018, from <http://www.suphan.biz/suphantour.htm> (in Thai)
- Suphanburi Provincial Administration Organization. (2018). *Development strategy Suphan Buri Provincial Administration Organization*. Retrieved April 10, 2018, from <http://www.suphan.go.th> (in Thai)
- Vanichbancha, K. (2006). *Statistics for research* (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)