

# คุณภาพการบริการของที่พักรักษาสำหรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดหนองคาย

## Service Quality of Accommodations for Tourists in Nong Khai Province

จรัสพันธ์วี ลิ้มมณี (Jarasphundravee Limmanee)<sup>1</sup>  
ภัทรวดี เพิ่มวณิชกุล (Pattarawadee Permwanichagun)<sup>2\*</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของที่พักรักษาสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คนที่เคยใช้บริการที่พักในพื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี และประกอบอาชีพอิสระ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการที่พักในระดับมาก โดยภาพรวมคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน เมื่อประเมินด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ความไว้วางใจ ความเข้าอกเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ นักลงทุนควรให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้า พนักงานควรมีอัธยาศัยดี

<sup>1</sup>วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาววิทยาลัยขอนแก่น College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

\*Corresponding author, E-mail: patann@kku.ac.th

เอาใจใส่ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ที่พักควรมีระบบรักษาความปลอดภัย เทคโนโลยีที่ทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

**คำสำคัญ :** คุณภาพการบริการ ที่พักอาศัย นักท่องเที่ยว

### Abstract

This study aims to investigate tourists' perceptions of service quality in accommodations in Nong Khai Province. The sample consisted of 385 tourists who had used accommodation services in the area. Data were collected using a questionnaire and individually analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations. The findings reveal that the majority of tourists were female, aged 31-40, and self-employed. The results indicate that tourists had a high demand for accommodation services, with customer responsiveness identified as the most valued aspect. The overall perceived quality of service was high across all aspects. When evaluated, customer responsiveness was placed as the most important aspects, followed by trust, empathy, reliability, and tangibility, respectively. To enhance service quality, investors should prioritize delivering fast, efficient, and customer-centered services. Staff should be trained to be friendly, attentive, and capable of building customer confidence. Additionally, accommodations should be equipped with reliable security systems, modern technology, and comprehensive facilities.

**Keywords:** Service Quality, Accommodations, Tourists

### บทนำ

แนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งคาดว่าจะเติบโตอย่างมั่นคง และมีประสิทธิภาพในการสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศ หรือภูมิภาคที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ.2566 มีทิศทางฟื้นตัวที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน

ของปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 42.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 49 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 187,861 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ซึ่งทิศทาง การท่องเที่ยวที่ดีขึ้นนี้เป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลายลง จึงไม่ใช่อุปสรรคหลักต่อการเดินทาง ท่องเที่ยว และประเทศไทยเปิดประเทศพร้อมกับยกเลิกมาตรการต่างๆ เพื่อเอื้อ ให้การท่องเที่ยวในประเทศพลิกฟื้นกลับมาเท่ากับปีปกติ รวมทั้งเป็นฤดูท่องเที่ยว และมีช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่องอย่างวันสงกรานต์ทำปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ส่งผลให้คนไทย ออกเดินทางท่องเที่ยว หรือเดินทางกลับบ้าน ผนวกกับหลายพื้นที่ยังมีอากาศ ที่หนาวเย็นเหมาะกับการท่องเที่ยวพักผ่อน จึงเป็นแรงกระตุ้นให้คนไทยออกเดิน ทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน (กองกลยุทธ์ การตลาด, 2566).

จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศไทย ตั้งอยู่บริเวณฝั่งขวาของแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับท่าเดื่อของสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว มีหลวงพ่อบุญรอดเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้าน คู่เมืองของจังหวัดหนองคายที่ผู้คนนับถือกันมาก หนองคายมีสถานที่ท่องเที่ยว ที่น่าสนใจ เช่น อนุสาวรีย์ปราบฮ่อ สร้างขึ้นเพื่อเทิดทูนความดีของผู้ล่วงลับไปแล้ว ในการปราบฮ่อ สะพานมิตรภาพไทย-ลาว ตั้งอยู่ที่ซอย 1-2 บ้านจอมมณี ตำบลมีชัย เป็นสะพานข้ามแม่น้ำโขงไปยังท่านาแล้ง แขวงเวียงจันทน์ นับเป็นสะพาน สร้างความสัมพันธ์ไทย-ลาวที่สร้างขึ้นด้วยความร่วมมือของสามประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ลาว และประเทศไทย ช่วงสะพานกว้าง 1.20 กิโลเมตร ยาว 15 เมตร หาดจอมมณี ส่วนหนึ่งของลำน้ำโขง ที่ได้รับการเรียกขานว่าเป็น “พื้ทยาอีสาน” สามารถชมทิวทัศน์ในบริเวณสะพานมิตรภาพไทย-ลาวได้อย่างชัดเจน งานเทศกาล และประเพณีที่สำคัญ ได้แก่ งานบุญบั้งไฟในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี มีการแข่งขันบั้งไฟที่อนุสาวรีย์ท้าวสุทนต์ หรือเทวดาเพื่อขอฝน งานตักบาตรเทโว และแข่งเรือมิตรภาพไทย-ลาว จัดขึ้นในเทศกาลออกพรรษาทุกปี โดยมีประชาชน ร่วมกันตักบาตร และมีการแข่งเรือยาวในลำน้ำโขงระหว่างไทยและลาว โดยผลัดกัน เป็นเจ้าภาพ สิ้นค้าพื้นเมืองที่โดดเด่นของจังหวัด เช่น สิ่งทอ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน หมูยอ ลูกหยี และสับปะรด จังหวัดหนองคาย แบ่งการปกครองเป็น 9 อำเภอ

ได้แก่ อำเภอเมืองหนองคาย อำเภอสระใคร อำเภอท่าบ่อ อำเภอศรีเชียงใหม่ อำเภอสังคม อำเภอโพธิ์ตาก อำเภอโพนพิสัย อำเภอรัตนวาปี และอำเภอเฝ้าไร่ และจังหวัดหนองคายยังมีโรงแรมที่พักมากมาย และการคมนาคมสะดวกสบาย เมืองริมโขงแห่งนี้จึงเป็นอีกหนึ่งเมืองท่องเที่ยวที่นักเดินทางไม่ควรพลาดมาเยี่ยมเยือน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566).

จากสถิติมีผู้เข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละปีขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเป็นลำดับที่รวดเร็ว จากสถิติของนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดหนองคาย และพักอาศัยเฉลี่ย ในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 285,498 คน และในปีพ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเป็น 769,564.25 คน ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นถึง 169.55% (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565). ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจบริการด้านที่พักยังเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว และมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทด้านการส่งเสริมการจ้างงาน เช่น บริการด้านที่พักอาศัย อุตสาหกรรมสินค้า แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น ในเขตจังหวัดหนองคาย สถานที่บริการที่พักอาศัยมีหลากหลายประเภทเปิดให้บริการเป็นจำนวน 168 แห่ง โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และอื่น ๆ (เกียรตินันต์ ล้วนแก้ว, 2564).

จากการที่จังหวัดหนองคายมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจบริการด้านที่พักในจังหวัดหนองคายมีความหลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการของที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยศึกษาเกี่ยวกับความต้องการด้านการบริการ ได้แก่ Service Quality คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความเข้าใจ จากการศึกษาความต้องการด้านการบริการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาจะทราบระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการของที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย และผลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจที่พักอาศัยในอนาคตข้างหน้า

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

## แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ซับซ้อน เพราะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ หรือ ปัจจัยหลายอย่าง เช่น คุณภาพของสินค้า หรือบริการ ความน่าเชื่อถือของพนักงาน ความสะอาดในการใช้งาน ความสะอาดของสถานที่ บรรยากาศในการบริการ เป็นต้น ดังนั้น การดูคุณภาพการบริการจึงต้องดูหลายด้าน เพื่อให้ครอบคลุมองค์ประกอบทั้งหมด คุณภาพการบริการขึ้นพื้นฐานนั้นยากมาก เพราะส่วนใหญ่ไม่เสถียร หมายถึง คุณภาพการบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น พนักงาน อุปกรณ์ สถานที่ สถานการณ์ เป็นต้น นอกจากนี้ กิจกรรมบริการยังเป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ และคาดเดาไม่ได้ หมายถึง เราไม่สามารถสัมผัส หรือมองเห็นคุณภาพการบริการได้อย่างชัดเจน เราทำได้เพียงรับรู้จากความรู้สึก หรือประสบการณ์ที่ได้รับ ด้วยเหตุนี้ จึงมีการแสวงหาแนวทางแก้ไขอยู่เสมอ เพื่อสร้างมาตรฐานคุณภาพการบริการที่ชัดเจน และสามารถวัดได้ แนวทางแก้ไขเหล่านี้อาจรวมถึง การสร้างระบบการประเมินคุณภาพการบริการ การฝึกอบรมพนักงาน การปรับปรุงอุปกรณ์ และสถานที่ เป็นต้น การประเมิน หรือการวัดคุณภาพการบริการที่สามารถสะท้อนถึงประสบการณ์อันยาวนาน และสามารถนำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการบริการต่อไป หมายถึง การประเมิน หรือการวัดคุณภาพการบริการควรพิจารณาจากประสบการณ์ที่ได้รับของลูกค้าในระยะยาว ไม่ได้พิจารณาจากประสบการณ์ที่ได้รับเพียงครั้งเดียว การวัดคุณภาพการบริการควรสามารถนำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการบริการต่อไปได้ หมายถึง การวัดคุณภาพการบริการควรช่วยให้เราเข้าใจถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนของบริการ เพื่อนำไปปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

บัซเซลและเกลล์ (Buzzle & Gale, 1985 อ้างถึงใน กิจดี ยงประกิจ, 2559). ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้

1. คุณภาพของบริการถูกกำหนดโดยลูกค้า หรือผู้รับบริการ สิ่งที่เราเรียกว่าคุณภาพถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้า หรือผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการที่ต่างกัน
2. คุณภาพการบริการควรจะมีอยู่เสมอ ถ้าเราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการบริการได้ หรือมีสูตรสำเร็จ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะธุรกิจจะดำเนินไปในทิศทางดี หรือแย่
3. ความรับผิดชอบที่เกิดจากการทำงานร่วมมือกับทุกฝ่าย การควบคุมมาตรฐานงานของพนักงานแต่ละคนในทุกสาขา และสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่ธุรกิจต้องยอมรับ คือ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อในการบริการ และการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงผู้ร่วมงานและผู้รับบริการ
4. คุณภาพของการบริการ การจัดการการบริการ และการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด พนักงานบริการ ต้องมีความรู้ และเข้าใจการบริการ (Performance Feedback) พนักงานบริการควรมีความรับผิดชอบต่อในการให้บริการที่มีคุณภาพด้วยความจริงใจ และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริการ
5. คุณภาพการบริการ และความเป็นธรรม
6. คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริการขององค์กร ซึ่งเน้นความยุติธรรม และคุณค่าของมนุษย์ ลักษณะที่องค์กรให้บริการโดยปฏิบัติต่อลูกค้า และพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน สะท้อนถึงคุณภาพของบริการที่ได้รับ
7. คุณภาพของบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมให้บริการ แม้ว่ากำหนดคุณภาพของบริการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งจะยากที่จะกำหนดก็ตาม แต่วางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมบริการ รวมทั้งศึกษาความต้องการ หรือความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้ให้บริการ ย่นนำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพ
8. คุณภาพและการบริการ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะที่สามารถจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ของบริการที่ดี เป็นที่รับรู้ และพึงพอใจของผู้รับบริการ ต่อบริการที่ได้รับทั้งในด้านความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ ข้อสังเกตว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณภาพของบริการ นอกเหนือจากภาพลักษณ์ขององค์กรและความสะดวกในการส่วนบุคคล

การให้บริการของหน่วยงาน หรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ 9 ประการดังต่อไปนี้

1. เข้าถึงบริการตามความต้องการได้ทันทีจากผู้ให้บริการของคุณ ผู้รับบริการต้องการเข้าถึงบริการได้ทันทีเมื่อต้องการ หน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการควรมีช่องทางในการเข้าถึงบริการที่สะดวกและรวดเร็ว เช่น มีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรือมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่พร้อมตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาให้อย่างรวดเร็ว

2. ความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ สถานที่ให้บริการควรมีความสะดวกสบาย และสะอาดสะอ้าน ผู้รับบริการควรสามารถเข้าถึงสถานที่ให้บริการได้อย่างสะดวก เช่น มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน

3. ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการต้องการใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการควรมีประวัติที่ดี มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และมีมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน

4. ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าแต่ละราย ผู้รับบริการต้องการได้รับการที่ให้ความสำคัญกับแต่ละคน ผู้ให้บริการควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการให้บริการ สามารถเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการและให้บริการได้อย่างตรงจุด

5. ราคาบริการเหมาะสมกับประเภทบริการ ผู้รับบริการต้องการได้รับการที่คุ้มค่างกับราคาที่จ่าย ผู้ให้บริการควรกำหนดราคาบริการที่เหมาะสมกับประเภทของบริการ และคุณภาพของบริการ

6. คุณภาพบริการระหว่างและหลังบริการ คุณภาพบริการระหว่างและหลังบริการมีความสำคัญไม่แพ้กัน ผู้ให้บริการควรให้บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ให้บริการควรมีการติดตามผล และให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับ ได้แก่ การยกย่องในบริการ ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับจากการยกย่องของผู้อื่น เช่น การรีวิวจากลูกค้า หรือรางวัลที่ได้รับจากองค์กรต่างๆ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ

8. ความปลอดภัยของบริการที่ให้บริการโดยประสบการณ์บริการความเร็ว ความปลอดภัยของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้รับบริการควรคำนึงถึง ผู้ให้บริการควรมีมาตรการความปลอดภัยที่รัดกุมเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้รับบริการ

9. ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้รับบริการให้ความสำคัญ ผู้ให้บริการควรมีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว

Parasuraman and Zeithaml. (1985). ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการให้บริการที่มากกว่า หรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมิน หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวมในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ช่วยให้เห็นว่าการประเมินคุณภาพให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวัง และการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อเสนอที่น่าสนใจประการหนึ่งคือการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง หรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภค ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการมี 10 ตัวแปร ได้แก่

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สิ่งที่เห็น หรือรับรู้ได้หลังจากได้รับบริการ เช่น สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานให้บริการ เป็นต้น ลักษณะของการบริการที่ดีนั้นควรสะอาด เรียบร้อย สวยงาม น่าเข้าใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกควรครบครัน และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการ พนักงานให้บริการควรแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดี

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบสินค้า หรือบริการตรงกับที่ได้กล่าวไว้ เช่น ความถูกต้อง ความตรงต่อเวลา เป็นต้น ความไว้วางใจที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการและคาดหวังไว้

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า หรือผู้รับบริการ เช่น ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ความกระตือรือร้นที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกถึงความใส่ใจ และตั้งใจให้บริการของผู้ให้บริการ

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงานบริการ เช่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ เป็นต้น สมรรถนะที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง ท่าทีที่เป็นมิตร อ่อนน้อม มีน้ำใจ เอื้ออาทรต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการ เช่น การสวัสดี การทักทาย การยิ้มแย้ม เป็นต้น ความมีไมตรีจิตที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการรู้สึกถึงความอบอุ่น และได้รับการต้อนรับอย่างจริงใจ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจด้วยความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ ความน่าเชื่อถือที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการจะปฏิบัติต่อพวกเขาอย่างซื่อสัตย์สุจริต

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยไร้ความเสี่ยง หรือปัญหา ความปลอดภัยที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการโดยไม่เกิดอันตราย

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ติดต่อบริการสะดวก ไม่ยุ่งยาก การเข้าถึงบริการที่ดีนั้นควรทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อความหมาย ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสาร

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของลูกค้า

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้า หรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) หมายถึง พร้อมแสวงหา และเข้าใจความต้องการของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ รวมถึง การแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ

ต่อมาภายหลังตัวแปร และวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL สามารถแบ่งมิติต่าง ๆ ออกเป็น 5 มิติหลัก และเชื่อมโยงกับมิติคุณภาพ บริการทั้ง 10 มิติต่อไป SERVQUAL เพิ่งเลิกใช้งาน มิติข้อมูลดั้งเดิมบางส่วนกำลัง รวมกันภายใต้ชื่อมิติข้อมูลใหม่ SERVQUAL ใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Lovelock, 1996). คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองที่มีต่อลูกค้า (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Assurance) และความเข้าอกเข้าใจ (Empathy)

ดังนั้นการนำมาใช้ในการศึกษานี้สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ ส่วนที่สำคัญของคุณภาพบริการ ที่ท่านจะได้รับจากที่พักรอคอยนี้ซึ่งมีความหมายในเชิงทางวัสดุ และกิจกรรม โดยมุ่งเน้น ที่การสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมน่าสนใจผ่านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ท่าน จะได้พบเจอ ตั้งแต่อาคารที่ทันสมัย และสะอาด พนักงานที่พร้อมให้บริการ ด้วยความเอาใจใส่ไปจนถึงอุปกรณ์ และเอกสารที่จะช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลที่ ครบถ้วน และชัดเจน ไม่เว้นแม้กระทั่งการสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าอยู่ ทั้งนี้ท่านจะได้รับประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมาย และพร้อมที่จะทำให้ทุกครั้งที่ท่านมีการเข้าพักเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำอย่างยิ่ง

2. ความน่าเชื่อถือ คือ คุณภาพของบริการที่ถูกต้องตามที่ได้รับสัญญา และโฆษณาไว้ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ และพึงพอใจตลอดการเข้าพัก ภาพลักษณ์ที่ดี ของที่พักรอคอยมีต่อความน่าเชื่อถือนั้นสำคัญมาก ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ ที่สอดคล้อง และตรงตามความเป็นจริงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการที่พักรอคอย ทำให้มั่นใจได้ในการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าที่พักรอคอย จะสามารถปฏิบัติตามสัญญา และสัญญานั้นจะเป็นไปตามที่กล่าวถึง การโฆษณา อาจเกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ตรงตามมาตรฐานที่ได้กล่าวถึง และไม่มีปัญหา

ในการดำเนินงานต่างๆ นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือยังเกี่ยวข้องกับผลตอบแทนต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างทันที การให้บริการที่มีความรับผิดชอบ และตอบสนองอย่างถูกต้องต่อความต้องการของลูกค้าจะช่วยสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการจากที่พักอาศัยนั้นๆ

3. การตอบสนองที่มีต่อลูกค้า คือ การบริการในที่พักอาศัยที่มีคุณภาพ จำเป็นต้องมีการตอบสนองที่ดีต่อลูกค้า โดยพนักงานทุกระดับจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอยู่จริง การจัดการ และแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ พนักงานจะต้องมีความตั้งใจที่จะแก้ไขสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจของลูกค้าด้วยความใส่ใจ และความพยายาม นอกจากนี้ การตอบสนองที่มีความรับผิดชอบต่อพนักงานยังเน้นถึงการให้ความสนใจ และการดูแลลูกค้าในทุกขั้นตอนของการบริการ การช่วยเหลือลูกค้าในการแก้ไขปัญหา และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเป็นส่วนสำคัญของการตอบสนองที่มีความรับผิดชอบต่อ

4. ความไว้วางใจ คือ การเป็นผู้ให้บริการที่มีทักษะความรู้ และความสามารถเพียงพอที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพักอย่างเหมาะสม ด้วยการมีกิริยาที่สุภาพ และเอาใจใส่ที่ได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ การให้บริการนี้จะมีการแสดงความมั่นใจในทักษะและความรู้ที่มีอยู่ ด้วยกิจกรรมการที่ดีในการให้บริการตลอดเวลา ทำให้ผู้รับบริการไว้วางใจ และพึงพอใจกับประสบการณ์การเข้าพักของตนได้

5. ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง คือ คุณลักษณะที่สำคัญที่พนักงานต้องมี เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพหลังการขายได้อย่างเต็มที่ นักท่องเที่ยวมีความหลงใหลในการเดินทางมาถึงนี้ ไม่เพียงแต่เพื่อพักผ่อน แต่ยังเพื่อหาประสบการณ์ที่น่าจดจำ และพิเศษที่สุด ในที่นี้ความเข้าใจ มีน้ำหนักมาก เนื่องจากมันไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า แต่ยังเป็นการออกแบบบริการที่สามารถรับรู้ถึงความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ด้วยเจตนาจริงจังที่จะทำให้ทุก ๆ ประสบการณ์ของลูกค้ากลายเป็นที่ปรึกษา ทำให้ทุกการเข้าพักเป็นประสบการณ์ที่น่าทึ่ง และมีค่าที่สุดในทุก ๆ การเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกท่าน

การบริการของที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคายมีความสำคัญที่สูง และต้องมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีผลต่อภาพลักษณ์และความพึงพอใจของลูกค้า ในการพัฒนานี้ควรพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพทั้งภายใน และภายนอก โดยให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน การบริหารจัดการที่ดี และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การพัฒนาทักษะ และความรู้ของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้พวกเขาสามารถให้บริการที่มีคุณภาพ การบริหารจัดการที่ดีช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวางแผน และติดตามผลการดำเนินงาน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารที่ต้องการความสำเร็จควรนำแนวทางที่กล่าวถึงมาไปใช้ในธุรกิจของพวกเขา เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี และภาพลักษณ์ที่ดีในตลาด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร, โอชญัญญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจัดระบบคมนาคม และการสัญญาให้ชัดเจน พร้อมกับป้ายบอกทางให้ถูกต้อง และติดตั้งเป็นระยะ รวมถึงการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งด้านความปลอดภัยในพื้นที่

กรรณณิกา ผลเจริญ. (2563). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พัก ราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียกับชาวยุโรป ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ

ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักราคาประหยัดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน การตอบสนองของลูกค้า การเอาใจใส่ลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความน่าเชื่อถือในการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ความสะดวกในการจองและชำระเงิน การบริการของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และสภาพห้องพักและบริการที่พักรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัญญาพร บุญธรรมมา. (2563). ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัด พิษณุโลก คือ มาเพื่อประชุม/สัมมนา และท่องเที่ยวพักผ่อน โดยเข้าพัก 2-3 ครั้ง/ต่อปี ช่วงเวลาที่เข้าพักจะเป็นช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงแรมจะรับรู้จาก Facebook และเว็บไซต์ ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ/ต่อวัน ไม่เกิน 500 - 1,500 บาท ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่จองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์โดยตรงไปยังโรงแรม และจองผ่านเว็บไซต์รับจอง ผู้เข้าใช้บริการเดินทางมากับเพื่อน และมากับครอบครัว คุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเรียงลำดับ จากมากไปน้อย คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนอง ส่วนความตั้งใจใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการจะแนะนำเพื่อน และครอบครัวให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้

ชนกสุดา ชนะกุล. (2564). ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการคุณภาพการบริการที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมก่อนการใช้บริการที่พักรักษาตัวนักท่องเที่ยวที่จะได้รับบริการที่รวดเร็วสูงสุด ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลของที่พักรักษาตัวจากเว็บไซต์ และจะจองผ่านตัวแทนจำหน่าย อาทิ Booking.com Agoda Traveloka ในส่วนของพฤติกรรมระหว่างการใช้บริการ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการมีป้ายบอกทางที่มีภาษาที่หลากหลาย มีพนักงานต้อนรับส่วนหน้าอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนเข้าพัก และการคืนห้องพัก ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับห้องพักที่เงียบสงบ สามารถเก็บเสียงรบกวนจากภายนอกได้ และต้องมีความปลอดภัยและปลอดภัย ในส่วนของอาหาร และเครื่องดื่มก็จะต้องมีคุณภาพ สะอาด และสดใหม่ ทางด้านของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำสำหรับที่พักรักษาตัว คือ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการต่อเที่ยวบิน วัตถุประสงค์ของการเดินทาง และที่ตั้งของที่พักรักษาตัว ผลการศึกษาข้างต้นสามารถนำไปประยุกต์เป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการคุณภาพการบริการที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพมหานคร คือ 1) แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพและยกระดับการบริการที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยาน 2) แนวทางการพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยาน 3) แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมของที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยาน 4) แนวทางการส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของที่พักรักษาตัวในท่าอากาศยาน และ 5) แนวทางการพัฒนามาตรการดูแลความปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. (2564). ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดี โดยรวมของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ

0.484 รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.252 (2) ภาพลักษณ์ของโรงแรม 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึงมีอิทธิพลต่อความภักดีโดยรวมของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.309 รองลงมา ได้แก่ ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.209 และ 0.206 ตามลำดับ

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัด ในปี 2564 จำนวน 285,456 คน และในปี 2565 จำนวน 769,564 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565). ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เนื่องจากไม่มีสถิติที่ระบุจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ในปี 2566 อย่างชัดเจน ผู้ศึกษาจึงได้ใช้สูตรของ Cochran. (1977). เพื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 10%

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 แบบสอบถามความต้องการคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ซึ่งจะได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เพศ อายุ อาชีพ และช่องทางการรับบริการ เป็นข้อมูลที่สำคัญในการพิจารณาในการเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย

2.2 แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัย ในจังหวัดหนองคาย จากแบบสอบถามดังกล่าวจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเพื่อตอบสนองความต้องการใช้บริการที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัยในจังหวัดหนองคาย และข้อมูลส่วนอื่น ๆ

เป็นมาตราส่วนประมาณค่าแบบ 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert Scale) จำนวน 5 ด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ รวม 25 ข้อ โดยใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560).

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5
เห็นด้วย	ให้คะแนน	4
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	3
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1

นำแบบสอบถามไปทดลองกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .952 แบบสอบถามดังกล่าวได้นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถาม โดยอาจใช้การวิเคราะห์หาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence หรือ IOC)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย จำนวน 25 ข้อ เพื่อหาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย จำนวน 385 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ในช่วงเดือนเมษายน 2566 - กรกฎาคม 2566 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ผ่านช่องทางออนไลน์ และแบบสอบถามที่วางไว้ตามที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้โปรแกรม Google Form โดยส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line, Instagram เป็นต้น ซึ่งได้วางแบบสอบถามไว้ตามที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย โดยแจ้งแก่พนักงานต้อนรับของที่พักรับทราบ เพื่อให้พนักงานต้อนรับแจ้งแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักรับทราบให้นำแบบสอบถามไปกรอก

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ทางสังคมศาสตร์ คำนวณค่าดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560).

- 1) ร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ย (Mean)
- 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

และในการแปลผลแบบสอบถามได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผล ความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560).

- |             |                      |                           |
|-------------|----------------------|---------------------------|
| 4.51 - 5.00 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | แสดงว่า ต้องการมากที่สุด  |
| 3.51 - 4.50 | เห็นด้วย             | แสดงว่า ต้องการมาก        |
| 2.51 - 3.50 | ไม่แน่ใจ             | แสดงว่า ต้องการปานกลาง    |
| 1.51 - 2.50 | ไม่เห็นด้วย          | แสดงว่า ต้องการน้อย       |
| 1.00 - 1.50 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | แสดงว่า ต้องการน้อยที่สุด |

ค่าความกว้างของอันตรภาคชั้นที่ไม่เท่ากันนี้เกิดขึ้นจากการแปลผล ค่าเฉลี่ยโดยใช้หลักการแบบปกติ (Normal Curve) ซึ่งค่าความกว้างในส่วนกลาง จะมีค่าเท่ากัน แต่ส่วนหัว หรือท้ายจะเท่ากันหรือไม่ก็ได้

#### ผลการวิจัย

**ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของที่พักรับทราบ สำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย**

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ และนำข้อมูลที่ ได้จากการศึกษาความต้องการส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ประเภท

ผู้รับบริการ และช่องทางการติดต่อในการเลือกเข้ามาใช้บริการที่พักรอคอย ในจังหวัดหนองคาย โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 385 คน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักรอคอยในจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.20 (251 คน) เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.80 (134 คน) เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.99 (204 คน) รองลงมา มีอายุระหว่าง มากกว่า 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.46 (98 คน) และมีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.58 (60 คน) มีอาชีพรับจ้างอิสระ คิดเป็นร้อยละ 54.80 (211 คน) รองลงมา คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.90 (92 คน) และกลุ่มของข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.50 (56 คน) และเป็นกลุ่มที่ติดต่อรับบริการ ในช่องทางการบอกต่อ คิดเป็นร้อยละ 52.70 (203 คน) และรองลงมา คือ ติดต่อรับบริการผ่านระบบออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 47.30 (182 คน)

เมื่อวิเคราะห์ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพ การบริการของ ที่พักรอคอยสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย พบว่ามีความต้องการในระดับ มาก มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.16, S.D. = .480) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตอบสนองที่มีต่อลูกค้า มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = .544) รองลงมา คือ ความไว้วางใจ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = .541) และความเข้าใจ เข้าใจ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.15, S.D. = .569) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม SERVQUAL พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย มีความต้องการในระดับมาก มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.16, S.D. = .480) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับความต้องการ ตามลำดับ คือ ด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = .544) ซึ่งมีความต้องการมากที่สุด คือ พนักงานมีอัธยาศัยดีในขณะปฏิบัติ หน้าที่ ( $\bar{X}$  = 4.31, S.D. = .654) ด้านความไว้วางใจ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = .541) ซึ่งมีความต้องการมากที่สุด คือ ลูกค้าสามารถรับบริการจากพนักงาน ด้วยความไว้วางใจ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.20, S.D. = .692) รองลงมา คือ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในระหว่างเข้าพัก มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.17, S.D. = .724) ด้านความเข้าใจ เข้าใจ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.15, S.D. = .569) ซึ่งมีความต้องการมากที่สุด คือ พนักงานให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละราย

อย่างเท่าเทียม มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.25, S.D. = .715) ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.15, S.D. = .567) ซึ่งมีความต้องการมากที่สุด คือ ที่พักรับมีความถูกต้อง รวดเร็ว ในการเช็คอิน/เช็คเอาท์ ( $\bar{X}$  = 4.24, S.D. = .700) รองลงมา คือ ที่พักรับมีระบบรักษาป้องกันภัย และรักษาความปลอดภัย มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.22, S.D. = .790) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.13, S.D. = .584) ซึ่งมีความต้องการมากที่สุด คือ ที่พักรับมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ เช่น internet มีระดับความสำคัญ ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = .777) รองลงมา คือ ห้องน้ำมีการตกแต่งอย่างเป็นสัดส่วน มีอุปกรณ์ครบครัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผ้าขนหนู

จากผลการศึกษาคณาคุณภาพการบริการของที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดหนองคาย พบว่าสิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดของแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความต้องการในด้านการบริการของที่พัก คือ ต้องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การให้บริการ อินเทอร์เน็ต (internet) เพราะในสภาพปัจจุบันการดำรงชีวิต ความต้องการหลักอีกตัว คือ การติดต่อสื่อสารที่สะดวกและทันสมัย จะได้คุ้มค่างบประมาณที่จำกัด และให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ การที่ผู้เข้าพักอาศัยจะให้ความน่าเชื่อถือต่อบริการ คือ ความประทับใจในขณะเริ่มต้น นั่นก็คือ ที่พักมีความถูกต้อง รวดเร็วในการเช็คอิน/เช็คเอาท์ นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความต้องการอย่างยิ่งทั้งขณะที่มาถึง และก่อนกลับ ซึ่งจะส่งผลไปยังด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า คือ พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะพนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในการให้บริการให้คำแนะนำตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจ ซึ่งในด้านนี้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการได้รับบริการจากพนักงานด้วยความไว้วางใจ และท้ายที่สุดนักท่องเที่ยวต้องรับรู้ได้จากการที่พนักงานให้ความเอาใจใส่กับลูกค้า ในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นความต้องการอย่างยิ่งของด้านความเข้าใจ และในโอกาสต่อไป ของนักลงทุนควรได้นำไปเป็นแนวทางของการจัดการที่พักอาศัยตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

## สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี มีอาชีพรับจ้างอิสระ และติดต่อรับบริการในช่องทางการบอกต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย มีความต้องการในระดับมาก ความต้องการอันดับแรก คือ ด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า รองลงมา คือ ความไว้วางใจ และความเข้าใจ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคาย ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการตอบสนองที่มีต่อลูกค้า ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการพนักงานที่ให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ให้คำแนะนำตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณณิกา ผลเจริญ. (2563). พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยภาพรวมในระดับมากในด้านการเอาใจใส่มาก เช่นเดียวกับการศึกษาของปญญาพร บุญธรรมมา. (2563). พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้ความเชื่อมั่น การดูแลเอาใจใส่ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนและครอบครัวมาใช้บริการ ขณะที่การศึกษาของ ชนกสุตา ชนะกุล. (2564). พบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวัง บริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ปลอดภัย และอาหารที่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวจะกลับมาใช้บริการซ้ำ หากสะดวกต่อการบริการตรงกับวัตถุประสงค์การเดินทาง และตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการที่พักที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ต และพนักงานที่ให้บริการได้อย่างน่าเชื่อถือ และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับการวิจัยของ ศรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ. (2559). ที่ยืนยันว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่นเดียวกับเสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. (2564). พบว่าการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึง มีผลต่อความภักดีของลูกค้า

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักอาศัย โดยพิจารณาปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ศึกษาในการศึกษาคั้งนี้ เช่น ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักอาศัย โดยพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่างๆ นอกเหนือจากความพึงพอใจในด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้านการบอกต่อในเชิงบวก ด้านความประทับใจ เป็นต้น

1.3 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักอาศัย โดยพิจารณาความแตกต่างในด้านต่างๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ธุรกิจที่พักอาศัยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ การตอบสนองที่มีต่อลูกค้า ความไว้วางใจ ความเข้าอกเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และความเป็นรูปธรรมของบริการ

2.2 ธุรกิจที่พักอาศัยควรให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดยเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ การบริการโดยพนักงานที่มีอัธยาศัยดี และการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน

2.3 ธุรกิจที่พักอาศัยควรให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ เป็นต้น

### 3. ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาคั้งต่อไป

3.1 เปิดช่องทางในการติดต่อให้สะดวกสบาย พัฒนาการจองผ่านระบบออนไลน์ให้รวดเร็ว และมีความสะดวกสบายมากขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกในการติดต่อขอรับบริการ

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แทนการใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์

ของการทำวิจัยมากที่สุด และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการของธุรกิจ

3.3 ครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักประเภทต่างๆ ในจังหวัดหนองคายโดยการจำแนกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวดี เพิ่มวณิชกุล ที่ได้สละเวลาอันมีค่าแก่ผู้ทำการศึกษาค้นคว้าให้คำปรึกษา และให้คำแนะนำตลอดจนตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จสมบูรณ์ ลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักอาศัยในจังหวัดหนองคายที่ได้ทำการตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนที่ร่วมเรียนทุกท่าน และหวังว่าการศึกษานี้จะเกิดคุณค่า และเป็นประโยชน์แก่การศึกษาค้นคว้าให้ผู้อื่นต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กรรณณิกา ผลเจริญ. (2563). ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ ที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียกับชาวยุโรป. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**, 47(166), 1-20.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2565**. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/657>.
- กองกฤษฎีการัตนลาด. (2566). **สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ**. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2566, จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/dom-q2-2023/>.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2566). **ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย**. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2566, จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A2/582>.
- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2564). **จับชีพจรเศรษฐกิจจังหวัดหนองคาย**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนกสุตา ชนะกุล. (2564). แนวทางการพัฒนาการจัดการคุณภาพการบริการที่พักขนาดเล็กในท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพมหานคร. **วารสารสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**, 34(2), 75-86.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. ฉบับปรับปรุงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักรที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 24(2), 191-202.
- ศรินันท์ พงษ์นรินทร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 9(1), 234-259.
- เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่มีผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 42(2), 175-192.
- Buzzell, Robert D., and Bradley, T. Gale. (1985). *The PIMS Principles*. New York: The Free Press. อ้างถึงใน กิจดี ยงประกิจ. (2559). **การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการภูมิความรู้ความชำนาญและรูปแบบการคิด**

ของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย.  
วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา  
อุตสาหกรรมและองค์การคณะศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: John Wiley and Sons Inc.

Lovelock, C. H. (1996). **Service marketing**. 3<sup>rd</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.

Parasuraman A., Zeithaml, A. (1985). A conceptual model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49(4), 41–50.