



คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดนครพนม
Service Quality Influencing Customer Loyalty in Three-Star Hotels in
Nakhon Phanom Province.

กัญสพัฒน์ นับถือตรง¹ สุจิตรา แสงจันทา^{1*} กัญญาภัทร จิตมัตย์¹ และกวินทิพย์ คำมุงคุณ¹
Kansapat Nupteotrong¹ Sujitra Sangchanda^{1*} Kanyaphat Jitmart¹
and Kawinthip Khummungkhun¹

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการวิจัย 1) ศึกษาคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ 2) ศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการ และ 3) ศึกษาคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

การศึกษาวัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 บาท มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยว มาเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการ จำนวน 2 คืน งบประมาณอยู่ที่ 1,000-2,000 บาท ต่อครั้ง โดยโรงแรมระดับสามดาวที่ให้บริการมากที่สุด คือ โรงแรมฟอร์จูนวิวโขง และส่วนใหญ่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม โดยรวมอยู่ในระดับมาก คุณภาพการบริการ ทั้ง 5 ด้าน โดยมี 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมี 2 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพบริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมสามดาว นครพนม

Received : 12 พฤษภาคม 2568

Revised: 30 สิงหาคม 2568

Accepted : 03 กันยายน 2568

¹ วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม, That Phanom College, Nakhon Phanom University.

*Corresponding author : sujittasrang@npu.ac.th



ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to investigate the service quality as perceived by hotel guests; 2) to study customer loyalty; and 3) to examine the influence of service quality on customer loyalty among hotel guests of three-star hotels in Nakhon Phanom Province. This quantitative research employed a questionnaire as the main research instrument. Data were collected from a sample of 400 respondents and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results showed that most respondents were female, aged between 31 and 35 years, single, and held a bachelor's degree. Their average monthly income ranged from 20,000 to 30,000 baht, and their main occupations were business owners or freelancers. Regarding service usage behavior, most respondents were tourists who stayed for leisure and relaxation. The average length of stay was two nights, with a budget of 1,000–2,000 baht per visit. The most frequently used three-star hotel was Fortune View Khong Hotel, and the majority of respondents were from Bangkok.

The hypothesis testing revealed that the overall service quality affecting customer loyalty toward three-star hotels in Nakhon Phanom Province was at a high level. Among the five dimensions of service quality, three dimensions—tangibility, reliability, and assurance—were found to have a statistically significant effect on customer loyalty at the 0.05 level. In contrast, the other two dimensions—responsiveness and empathy—did not have a statistically significant effect on customer loyalty toward three-star hotels in Nakhon Phanom Province at the 0.05 level.

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty, Three-Star Hotels, Nakhon Phanom.

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมบริการไทยท่ามกลางเศรษฐกิจโลก กระแสของเทคโนโลยีนวัตกรรมล้ำสมัย สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย (นาถวุฒิ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2565) ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation Business) หรือปัจจุบัน เรียกว่าธุรกิจโรงแรม (Hotel Business) เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในช่วงปี 2567-2569

อุตสาหกรรมโรงแรมมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะฟื้นตัวใกล้เคียงกับระดับก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 (ประมาณ 38-40 ล้านคน) ภายใน ปี 2568 ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง (วิจัยกรุงศรี, 2567) คุณภาพการบริการ (Service Quality) ถือเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ต้องมีการติดตามและประเมินถึงอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการทุก ๆ คนต่างมีความต้องการและคาดหวังต่อการได้รับการบริการที่มีคุณภาพเมื่อเข้ามาใช้บริการที่องค์กรมีการดำเนินการ ส่งผลให้องค์กรที่ให้บริการต่าง ๆ ต้องกำหนดแนวทางในการดำเนินการในการติดตามถึงประเด็นและ



ระดับของการบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังจากบริการที่ได้รับจากองค์กรเพื่อปรับเปลี่ยนให้องค์กร ยังคงความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังในระดับที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากคุณภาพการบริการเกิดขึ้นจากการรับรู้ของลูกค้า เมื่อได้เข้ารับบริการและลูกค้าทำการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับบริการจริงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังจากการเข้าไปใช้บริการ (QPFIT CONSULTING, ออนไลน์, 2565) โดยที่ผ่านมาผู้ประกอบการธุรกิจบางรายไม่ได้ใส่ใจเรื่องคุณภาพการบริการเท่าใดนัก ส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้พูดแบบปากต่อปากในเชิงลบ ท้ายที่สุด ทำให้ผู้ใช้บริการบางรายไม่มาใช้บริการซ้ำ (ฐิติพร พินเยี่ยม, 2566)

จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีเนื้อที่ ประมาณ 5,528.88 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 3,474,437 ไร่ อาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน ดังนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเซกาและอำเภอบึงโขงหลง จังหวัดบึงกาฬ ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอดงหลวงและอำเภอน้ำโสม จังหวัดมุกดาหาร ทิศตะวันออก ติดต่อกับแขวงคำม่วน และแขวงบอลิคำไซ สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นพรมแดน และทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอกุสุมาลย์ และอำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม, ออนไลน์, 2564) จังหวัดนครพนมมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น แลนด์มาร์คพญาศรีสัตนาคราช หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ โสมนัคนกบุญอันนา พระธาตุพนมรวมมหาวิหาร ถ้ำนาคี อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ น้ำตก ตาดโพธิ์ เป็นต้น (จังหวัดนครพนม,ออนไลน์) ซึ่งจังหวัดนครพนมมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยธรรมชาติสวยงาม สถาปัตยกรรมภายในเมืองที่สวยงาม และมีที่พักในจังหวัดนครพนมที่พักสบายมากมายให้เลือกพักผ่อน ประกอบด้วย VELADHI Nakhon Phanom, R Photo Hotel, The River

Hotel, Fortune River View Hotel Nakhon Phanom, Chewa Khong Hotel , The Room, SIRI Regent Hotel และ Landmark Nakhonphanom Hotel เป็นต้น (wongnai, ออนไลน์,2566)

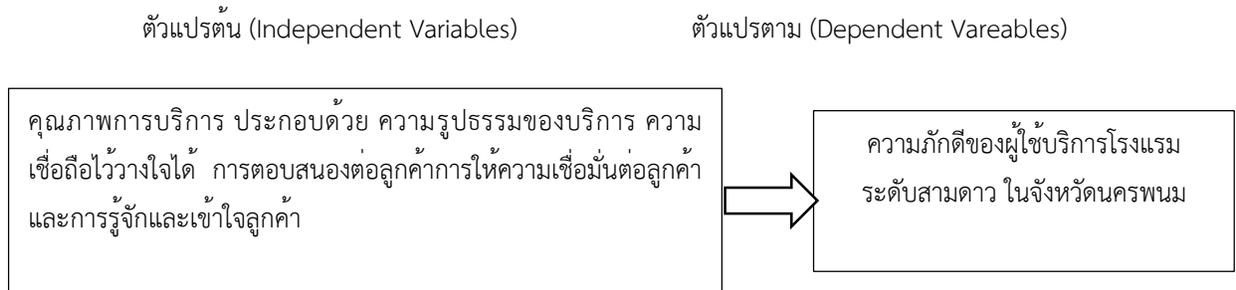
จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งจะศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม สามารถนำข้อมูลไปช่วยกำหนดหรือหาทิศทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม
- 2) เพื่อศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม
- 3) ศึกษาคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับทฤษฎีคุณภาพการบริการของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1988); James, Calderon and Cook (2017); Gronroos, C. (2000) ทฤษฎีความภักดีของ Oliver (1999) และของ Minor (1998) ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของกิติยานโนธรรมรักษา (2559) และผดุงนิตรา ณะเพ็ชร (2556) โดยนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐาน

คุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดนครพนม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยมาใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของสูตร (W.G.Cochran, 1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำการวิจัย ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันกับหัวข้อในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาและ ในการสร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

(Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) กับผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยได้ค่าเท่ากับ 0.898 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ไปทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามนี้ มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำมาใช้ในการวิจัย ต่อไปนี้ (ยูทพงษ์ โภยวรรณ, 2545) ได้ค่าเท่ากับ 0.977 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ให้บริการ โดยมีคำถามให้เลือกตอบ 2 คำตอบ เลือกเพียงคำตอบเดียว ประกอบด้วย 1) ท่านเคยใช้บริการโรงแรมระดับ สามดาว ในจังหวัดนครพนม และท่านไม่เคยใช้บริการโรงแรมระดับ สามดาว ในจังหวัดนครพนม (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end Questions) เป็นแบบสอบถามเลือกตอบได้คำตอบเดียว ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close end Questions) เป็นการ



ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้คำตอบเดียว ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 5 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการ มีลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าความถี่ และร้อยละข้อมูลประชากรศาสตร์

ลำดับ	ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ค่าร้อยละ
1	เพศหญิง	236	59.00
2	อายุระหว่าง 31-35 ปี	134	33.50
3	สถานภาพโสด	240	60.00
4	การศึกษาปริญญาตรี	286	71.50
5	รายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท	221	55.25
6	อาชีพธุรกิจส่วนตัว/	127	31.75

ลำดับ	ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ค่าร้อยละ
	อาชีพอิสระ		

2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรม ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายละเอียดดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าความถี่ และร้อยละข้อมูลพฤติกรรม ผู้ใช้บริการระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม

ลำดับ	ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ค่าร้อยละ
1	วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการโรงแรม เพื่อพักผ่อนระหว่างมาท่องเที่ยว	306	76.50
2	ระยะเวลาในการเข้าพัก โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ประมาณ 2 คืน	247	61.75
3	โรงแรมระดับสามดาวที่เข้าใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรมฟอร์จูนวิว โขง	85	19.68
4	งบประมาณหรือค่าใช้จ่ายในการพักต่อครั้ง ประมาณ 1,000 – 2,000 บาท	232	58.00
5	ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากจังหวัด กรุงเทพมหานคร	137	34.25

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24



รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปลี่ยนแปลงของผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม

คุณภาพการบริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.19	0.531	มาก
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.22	0.541	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.28	0.547	มากที่สุด
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.21	0.538	มากที่สุด
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.32	0.633	มากที่สุด
รวม	4.24	0.496	มากที่สุด

4. ผลการวิเคราะห์ความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการแปลผลระดับความคิดเห็นความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

ความภักดีของผู้ที่ให้บริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ยินดีที่จะบอกต่อผู้อื่นให้เข้าพักโรงแรมนี้	4.15	0.620	มาก
จะรื้อด้วยขอความเพื่อเชิญชวนผู้อื่น	4.13	0.617	มาก

หากมีโอกาส จะแนะนำให้คนอื่น มาใช้บริการโรงแรมให้ผู้อื่นรู้จัก	4.15	0.625	มาก
จะโพสต์รูปโรงแรมเพื่อเชิญชวนผู้อื่น	3.86	0.760	มาก
ในอนาคตอันใกล้ จะกลับมาเข้าใช้บริการโรงแรม	4.10	0.653	มาก
จะไม่ลังเลที่จะกลับมาใช้บริการของท่าโรงแรมเมื่อมีโอกาส	4.06	0.638	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการแปลผลระดับความคิดเห็นความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

ความภักดีของผู้ที่ให้บริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
หากโรงแรมมีการปรับราคาเพิ่มขึ้น จะยังคงเลือกใช้บริการกับทางโรงแรมเหมือนเดิม	3.91	0.716	มาก
หากเปรียบเทียบแล้ว โรงแรมนี้ ราคาเท่ากับโรงแรมอื่น ก็ยังคงเลือกใช้บริการโรงแรมนี้	3.94	0.702	มาก
หากเปรียบเทียบแล้ว โรงแรมนี้ ราคาสูงกว่าโรงแรมอื่นเล็กน้อย ก็ยังคงเลือกใช้บริการโรงแรมเดิม	3.95	0.691	มาก
รวม	4.03	0.506	มาก

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว



ในจังหวัดนครพนม พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\beta = 0.345$, Sig = 0.000) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\beta = 0.205$, Sig = 0.003) ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ ($\beta = 0.177$, Sig = 0.011) ส่งผลต่อคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกส่วน 2 ด้าน คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta = 0.022$, Sig = 0.713) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\beta = -0.081$, Sig = 0.347) ไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.391 ทั้งนี้สามารถอธิบายคุณภาพ (R Square) ร้อยละ 41 หมายถึงคุณภาพบริการ ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ของผู้ให้บริการได้ถึง

ร้อยละ 41 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 59 คือ ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมารายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม

คุณภาพการบริการ	ความภักดีของผู้ใช้บริการ		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.227	0.173	7.080	0.000		
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.345	0.057	6.059	0.000*	0.419	2.384
ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้	0.177	0.070	2.540	0.011*	0.270	3.709
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	-0.081	0.086	-0.942	0.347	0.173	5.768
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.205	0.067	3.040	0.003*	0.293	3.418
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.022	0.059	0.369	0.713	0.272	3.679

R Square = 0.410 Adjusted R Square = 0.402 Std. Error of the Estimate = 0.391

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 6 แสดงผลสรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย	
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม	ยอมรับ
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม	ยอมรับ
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม	ปฏิเสธ
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม	ยอมรับ
ด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 6 แสดงผลการสรุปสมมติฐาน พบว่าคุณภาพการบริการ มี 5 ด้าน โดยมี 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมี 2 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษานวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังนี้

1. มี 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในจังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อธิบายได้ว่า ถ้าโรงแรมระดับสามดาว มีการทำความสะอาด

บริเวณห้องพักรวมถึงโดยรอบของโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไว้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างชัดเจน จะช่วยให้ผู้ให้บริการมีความภักดีต่อโรงแรมนั้น ๆ ยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย จุฬาลักษณ์ มีผล และคณะ (2567) ศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากความเป็นรูปธรรมของการบริการในบริบทของโรงแรมเป็นการนำเสนอสิ่งที่มีอยู่จริงและสามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การตกแต่งสถานที่ ความสะอาด ความสะดวกสบายของห้องพัก อุปกรณ์และ สิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีให้บริการรวมถึงการแสดงออกของพนักงานที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นมืออาชีพและการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลอย่างมากต่อความประทับใจแรกพบของลูกค้าเมื่อความประทับใจแรกพบดี ลูกค้ามักจะมีทัศนคติที่ดีต่อโรงแรม และมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้งสัมพันธ์กับแนวคิดของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) สรุปว่า คุณภาพบริการเป็นลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นสถานที่



บุคลากร อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าได้รับการดูแล ห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มีความประทับใจและความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2566) ศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ส่งผลต่อความเป็นรูปแบบของการบริการ เนื่องจากการออกแบบการจัดการสถานที่หรือบริการของโรงแรมที่พิกัดให้เกิดความรู้สึกสบายใจและความปลอดภัยในการเข้าพัก เป็นวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้เข้าใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาพัชรณู เบญญาต (2565) การประเมินคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตเทศบาลแม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อการยกระดับคุณภาพการบริการ เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีการมองเห็น เช่น ป้ายสื่อความหมายรอบ ๆ บริเวณโรงแรม ซึ่งมีน้อยมากในโรงแรมขนาดเล็ก โรงแรมขนาดเล็กควรมีการพัฒนาป้ายสื่อความหมาย เช่น ป้ายบริการ wifi ในห้องพักป้ายหรือโบว์ซัวร์ที่สื่อถึงสิ่งอำนวยความสะดวกโรงแรมขนาดเล็กมีบริการอะไรบ้าง และสอดคล้องกับงานวิจัยปัญญาพร บุญธรรมมา (2563) คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้โรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานของโรงแรมแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และโรงแรมมีบรรยากาศและสิ่งแวดลอมน่าพักผ่อน

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ อธิบายได้ว่าความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่

ใช้บริการโรงแรม หากพนักงานที่ให้บริการของโรงแรมสามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการได้ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เอาใจใส่ผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียม มีระบบการจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ และโรงแรมสามารถจัดห้องได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะมั่นใจว่าบริการที่ได้รับจะมีคุณภาพและมาตรฐานสูงอยู่เสมอ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่ใช้บริการโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัย จุฬาลักษณ์ และคณะ (2567) ศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม เนื่องจากหากพนักงานที่ให้บริการของโรงแรมสามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ ลูกค้าก็จะมั่นใจว่าบริการที่ได้รับจะมีคุณภาพและมาตรฐานสูงอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของภาศิริ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2566) ศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ เนื่องจากการต้อนรับเมื่อพบเจอลูกค้าด้วยไมตรีจิต การแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อยล้วนเป็นวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่จะส่งผลต่อความ พึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้เข้าใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยกัญญาพัชรณู เบญญาต (2565) ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตเทศบาลแม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อการยกระดับคุณภาพการบริการ พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กในแม่สอดมีข้อผิดพลาดในการให้บริการน้อยหากเกิดปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า โรงแรมและตัวบุคลากรของโรงแรมสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้โดยตรงและรวดเร็ว เพราะพนักงานโรงแรมเปรียบเสมือนเจ้าของโรงแรม แต่บางโรงแรมยังไม่มียุบาย



ขอบเขตที่ชัดเจนว่าพนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจขนาดไหน ในกรณีที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าแบบเร่งด่วน โรงแรมขนาดเล็กจึงควรมีแผนว่าพนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจในการแก้ปัญหา และสอดคล้องกับงานวิจัยปญญาพร บุญธรรมมา (2563) คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้โรงแรม ขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากผู้ใช้บริการขนาดกลางให้ความสำคัญพนักงานที่ให้บริการที่มีทักษะในการปฏิบัติด้านการบริการที่ให้ประสิทธิภาพ

1.3 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อธิบายได้ว่าการให้การให้ข้อมูลผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง โรงแรมมีระบบมาตรฐานที่ถูกต้องและระบบความปลอดภัยที่ดี มีอุปกรณ์ก่อนเกิดเหตุฉุกเฉิน พนักงานแก้ไขปัญหาได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เกิดความเชื่อมั่น ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจในการเลือกใช้บริการซึ่งมีผลกระทบต่อความภักดีและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาวลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นมักจะแนะนำโรงแรมให้กับเพื่อนฝูง และครอบครัว ซึ่งเป็นการตลาดที่มีประสิทธิภาพและช่วยดึงดูดผู้ใช้บริการหน้าใหม่ได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยจุฬาลักษณ์ มีผล และคณะ (2567) ศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม เนื่องจากจากความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการเลือกใช้บริการ และมองว่าโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งความเชื่อมั่นทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในโรงแรม เมื่อลูกค้ารู้สึกว่าการโรงแรมมีความน่าเชื่อถือและสามารถพึ่งพาได้ก็จะมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ความไว้วางใจนี้เป็นพื้นฐานสำคัญของความภักดีดังแนวคิดของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) นำเสนอว่าการสร้าง

ความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญผู้ใช้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยนและรักษาความผูกพันที่มีต่อกันเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยกัญญาพัชรณู เบญญาต (2565) ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตเทศบาลแม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อการยกระดับคุณภาพการบริการ พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าเอง โรงแรมขนาดเล็กในแม่สอด จะเน้นกลุ่มชาติพันธุ์ เข้ามาทำงานในแผนกต้อนรับและแผนกแม่บ้านเป็นจำนวนมาก ซึ่งด้วยบุคลิกภาพของกลุ่มชาติพันธุ์สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้น้อย เจ้าของกิจการโรงแรมขนาดเล็ก จึงเน้นการฝึกอบรมของพนักงานกลุ่มชาติพันธุ์ในด้านบุคลิกภาพเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยปญญาพร บุญธรรมมา (2563) คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้โรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากผู้ใช้บริการขนาดกลางให้ความสำคัญกับพนักงานโรงแรมที่มีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้านความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ความมั่นใจว่าผู้ใช้บริการจะได้รับการที่ดีที่สุด

2. มี 2 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริการโรงแรมระดับสามดาวมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อธิบายได้ว่า ความคาดหวังที่สูงของผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการบางคนอาจมีความคาดหวังสูงในการตอบสนอง เช่น ต้องการบริการ



ที่รวดเร็ว ในขณะที่โรงแรมระดับ สามดาว มีขึ้นจำกัดด้านทรัพยากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌูร์นัท บันดิทวารกุล และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2565) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม และรีสอร์ทในจังหวัดนครราชสีมา ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม และรีสอร์ท ในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยที่คอยตอบสนองความต้องการสิ่งต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการ เช่น การให้บริการ มีขั้นตอนในการให้บริการที่ ความเหมาะสม และรวดเร็ว รวมถึงความสามารถของพนักงานที่บริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา (2563) ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ได้แก่ โรงแรมมีพนักงานบริการลูกค้า 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โรงแรมจัดให้มีพนักงานเพียงพอต่อการดูแล และช่วยเหลือลูกค้า และพนักงานโรงแรมเข้าใจความต้องการเพราะของลูกค้าแต่ละคน

2.2 ด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า อธิบายได้ว่า ข้อมูลลูกค้าไม่เพียงพอ โรงแรมอาจไม่มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า เช่น ความชอบส่วนตัวหรือประสบการณ์ที่ต้องการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬาลักษณ์ มีผล ธนาพร ภาคดนตรี และคณะ (2567) ศึกษาเรื่องงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม ในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพราะความต้องการความชอบ และพฤติกรรมของลูกค้า มีความแตกต่างกันไป เมื่อโรงแรมมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความชอบของลูกค้า สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการปรับแต่งการบริการ ให้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคล เช่น การจัดเตรียมห้องพักที่เหมาะสม การเลือกเมนูอาหาร

ที่ตรงใจ การให้บริการเพิ่มเติมที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ได้รับการดูแลเป็นพิเศษ และมีความสำคัญผลการวิจัยซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวภาคย์ ศรีเปารยะ (2564) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดี โดยรวมของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาว ได้แก่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และกล่าวทักทายด้วยความเป็นมิตร พนักงานยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะด้วยความเต็มใจ พนักงานมีความเข้าใจความต้องการเฉพาะของท่านได้อย่างชัดเจน พนักงานสามารถจดจำชื่อและข้อมูลสำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

องค์ความรู้ใหม่

1. งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความเป็นรูปธรรมของบริการไม่ว่าจะเป็นความสะดวกของโรงแรม ด้านความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม เป็นต้น งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าหากสามารถพัฒนาความโดดเด่นด้านรูปธรรมให้เทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับโรงแรมระดับสูง จะช่วยสร้างความประทับใจและทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

2. งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ซึ่งความน่าเชื่อถือของพนักงาน หรือระบบการบริการที่โปร่งใส แม่นยำมีมาตรฐาน เป็นต้น ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าความภักดีของผู้ใช้บริการที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงการบริการที่รวดเร็วหรือความเข้าใจผู้ใช้บริการเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับ



กับผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าโรงแรมดูแลมาตรฐานที่สม่ำเสมอ

3. งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผลงานวิจัยความด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลการวิจัยที่แตกต่างจากแนวคิดงานวิจัยอื่นที่ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม แต่ผลงานวิจัยนี้ พบว่าปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องให้ความสำคัญด้านมาตรฐานในการตอบสนองในการช่วยเหลือผู้บริการอย่างรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาจากการมารับบริการกับทางโรงแรม เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ และสามารถสร้างความภักดีต่อการบริการโรงแรมมากยิ่งขึ้น และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องให้ความสำคัญในมาตรฐานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และไม่ตรีจิตที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้ารู้สึกได้รับการบริการจากโรงแรมที่เป็นพิเศษเฉพาะสำหรับตนเอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการและสามารถสร้างความภักดีต่อการบริการโรงแรมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยครั้งนี้ไปใช้ต่อไป

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โรงแรมควรปรับปรุง คือ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ สார்วจความต้องการของผู้ใช้บริการที่มาเข้าพัก เช่น การเพิ่มพื้นที่ทำงานสำหรับลูกค้าธุรกิจ หรือการจัดพื้นที่สำหรับเด็กและครอบครัว รวมถึงจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ ๆ ปรับปรุงคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ ตรวจสอบและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางไปยัง สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ ให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และจัดให้มีบริการเสริม เช่น บริการส่งอุปกรณ์ที่ผู้ใช้บริการต้องการถึงห้องพักให้พนักงานแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานสามารถช่วยแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ผู้ใช้บริการรับทราบตั้งแต่เช็คอิน เช่น มุมพักผ่อน บริการพิเศษในโรงแรม หรือกิจกรรมที่สามารถทำได้ในพื้นที่

1.2 ด้านความเชื่อถือว่าว่างใจทางโรงแรม ควรปรับปรุง คือ รับประทานถึงข้อร้องเรียน และพร้อมที่จะแก้ไขปรับปรุงในทันทีให้กับผู้ใช้บริการ และพัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียน จัดให้มีช่องทางให้ผู้ใช้บริการร้องเรียนที่ชัดเจนและง่ายต่อการเข้าถึง เช่น แอปพลิเคชันสำหรับการรายงานปัญหาหรือข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เร่งการตอบสนองและแก้ไขปัญหา ผูกอบรมพนักงานให้พร้อมรับฟังและแก้ไขปัญหาผู้ใช้บริการทันทีที่มีการร้องเรียน โดยอาจจัดให้มีทีมเฉพาะสำหรับดูแลปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนโดยตรง เพิ่มช่องทางการสื่อสารหลังจากแก้ไขปัญหา เมื่อผู้ใช้บริการแจ้งปัญหาและมีการแก้ไขแล้ว ควรแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบว่าปัญหาได้รับการดำเนินการเรียบร้อยแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจ สร้างวัฒนธรรมการให้ความสำคัญกับคำติชมของผู้ใช้บริการ โรงแรมควรให้พนักงานทุกคนเห็นความสำคัญของการรับฟังและแก้ไขข้อร้องเรียน พร้อมให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการพัฒนาบริการ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โรงแรมควรมีกระบวนการในการสำรองห้องพัก และ Check Out ที่รวดเร็ว ดังนั้น ทางโรงแรมควรปรับปรุง คือ ปรับปรุงกระบวนการเช็คอินและเช็คเอาท์ใช้เทคโนโลยีหรือระบบอัตโนมัติเพื่อช่วยลดขั้นตอนในการสำรองห้องพักและ Check Out เช่น การเช็คอินผ่านแอปพลิเคชัน การใช้คีย์การ์ดหรือรหัสผ่านที่สามารถตั้งค่าเองได้จากมือถือ เพิ่มจำนวนพนักงานหรือช่องบริการในช่วงเวลาที่มีคนเข้าพัก และ Check Out มาก จัดตารางพนักงานให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการในช่วงเวลาพีคเพื่อให้บริการได้รวดเร็ว



และทันเวลา ใช้ระบบชำระเงินออนไลน์หรืออัตโนมัติ ให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกชำระเงินออนไลน์หรือผ่านแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ ซึ่งช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมระหว่าง Check Out จัดพื้นที่หรือโซนสำหรับการรอเช็คคินและเช็คเอาท์ที่สะดวกสบาย เตรียมสถานที่และบริการสำหรับผู้ใช้บริการที่อาจต้องรอ เช่น พื้นที่นั่งสบาย บริการเครื่องดื่ม หรืออินเทอร์เน็ตฟรี เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในขณะที่รอ

1.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ทางโรงแรมควรปรับปรุง คือ จัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกและพร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพิ่มช่องทางการติดต่อที่รวดเร็ว เช่น แชนแนลไลน์หรือระบบช่วยเหลือผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการ สามารถติดต่อพนักงานได้ทันทีเมื่อเกิดปัญหาเพิ่มบุคลากรหรือทีมสนับสนุนสำหรับเหตุฉุกเฉิน จัดให้มีทีมพนักงานเฉพาะที่พร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะในช่วงเวลากลางคืน ที่อาจมีพนักงานประจำการน้อย ฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาให้พนักงานผ่านการฝึกอบรมเพื่อให้มีความรู้และทักษะในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินและแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้อย่างรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตอบสนอง ใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติหรือการแจ้งเตือนผ่านแอป เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบว่าได้รับคำขอแล้ว และให้พนักงานสามารถติดตามและดำเนินการได้ทันที

1.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าทางโรงแรม ควรปรับปรุง คือ อบรมพนักงานให้เข้าใจแนวคิดการบริการที่เสมอภาค ฝึกอบรมพนักงาน ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะมาจากพื้นฐานหรือกลุ่มใด เพื่อให้ผู้ใช้บริการทุกคนรู้สึกถึงการได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียม สร้างมาตรฐานการบริการที่เน้นความเสมอภาคจัดทำมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจนสำหรับพนักงานทุกคน โดยเฉพาะการให้บริการ ในระดับเดียวกันสำหรับผู้ใช้บริการทุกคน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เท่าเทียมกัน เพิ่มการสื่อสารระหว่างพนักงาน สนับสนุนให้

พนักงานแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับความต้องการหรือข้อกำหนดเฉพาะของผู้ใช้บริการระหว่างกัน เพื่อให้การบริการมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกันโดยไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำ ติดตามและประเมินการบริการ ทำการประเมินและขอความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความเท่าเทียมในการบริการ เพื่อให้โรงแรมสามารถตรวจสอบและปรับปรุงได้อย่างตรงจุด

2. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการวิจัย

2.1 การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การรีวิวในสื่อสังคมออนไลน์ ระบบสมาชิกดิจิทัล การวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาองค์ประกอบเหล่านี้ด้วย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

2.2 งานวิจัยครั้งต่อไปควรขยายไปยังโรงแรมบูติก รีสอร์ท หรือโรงแรมขนาดใหญ่ รวมทั้งการเปรียบเทียบพื้นที่เมืองหลักกับเมืองรอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนภาพรวมของอุตสาหกรรมโรงแรมมากยิ่งขึ้น

2.3 งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ราคา ทำเล ภาพลักษณ์ของโรงแรม การตลาดดิจิทัล หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยหลายมิติ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถกำหนดกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- กัญญาพัชรณู เบญพาด. (2565). การประเมินคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตเทศบาลแมสสอต ตำบลแมสสอต อำเภอแมสสอต จังหวัดตาก เพื่อการยกระดับคุณภาพการบริการ. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(11), 323-334.
- จังหวัดนครพนม. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567 จาก <http://www2.nakhonphanom.go.th/travel>
- จุฬาลักษณ์ มีผล ธนาพร ภาคดนตรี ธนาพร ภาคดนตรี อภัชชา ม่วงนาคร ธนกิจ วีรวิธน์วิชัย และมุอำหมัดกามีรุ กือแด. (2567). คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการล้านนา ด้านสังคมศาสตร์*, 1(2), 16-38.
- ฐิติพร พินเอี่ยม. (2566). คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567. จาก <http://www.mbaphangnga.ru.ac.th/documents/IS/IS3/6424103003.pdf>
- ณัฐภัทร บัณฑิตวารกุล และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม. (2565). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดนครราชสีมา. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 3(3), 91-107.
- นาถุทธิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2565). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมบริการ : กรณีศึกษาโรงแรมระดับสามดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 3(1), 54-64.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้โรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ผณิตรา ณะเพชร. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ: กรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. (การศึกษาอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- พิมพ์ใจ ลีวัฒนา อรจันทร์ ศิริโชติ และนิจกานต์ หนูอุไร. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 33(2), 86-99.
- ภาศิริ เขตปิยรัตน์ อมรรัตน์ ศรีวิโรจน์ สุภัญชลี อ้นไชยะ และพิชญพร พิรพันธุ์. (2567). คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 4(2), 310 - 325.
- ยุทธพงษ์ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- วิจัยกรุงศรี. (2567). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564 : ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/service/hotels/io/hotel-2024-2026>



- เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ.(2564). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพัก โรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด. (2564). ประวัติความเป็นมาจังหวัดนครพนม. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567 จาก <https://nakhonphanom.moc.go.th/th/content/page/index/id/1055>
- QPFIT CONSULTING. (2565). *SERVICE QUALITY* คุณภาพการบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567. จาก <http://www.qpfit.com/Knowledge-Bank/Knowledge-Articles/Service-quality-delivered-to-customers>
- Wongnai. (2566). *ที่พักในจังหวัดนครพนม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567. จาก <https://www.wongnai.com/listings/hotels-nakhon-phanom>
- Cronbach, L.J. (1990). *Essential of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management And Marketing : A Customer Relationship Management Approach*. Chichester : Wiley & Son.
- James, T. L., Calderon, E. D. V., & Cook, D. F. (2017). *Exploring patient perceptions of healthcar service quality through analysis of unstructured feedback*. Expert Systems with Applications, 71, 479-492.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. New York : Harper, Brace & World.
- Mowen, J.C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey :Prentice-Hall. of Management Studies University of Hyderabad, India.
- Oliver, R. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*, 63(Special Issue). 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (Spring 1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.
- W.G, Cochran. (1953). *Sampling Techiques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumerperception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York : The Free Press.