

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการ
โรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
Service Quality Influences the Loyalty of Thai Tourists Using Type 3 Hotels
in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province

อนุวัฒน์ แสนศรี^{1*} และ บังอร สวัสดิ์สุข²

Anuwat Saensri^{1*} and Bungon Sawatsuk²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

^{1,2} School of Business and Communication Arts University of Phayao

*Corresponding author E-mail: 67170067@up.ac.th

Received: April 22nd, 2026; Revised: May 19th, 2026; Accepted: May 23rd, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ได้พักแรมอย่างน้อย 1 คืน จำนวน 385 คน และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านความเห็นอกเห็นใจ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความเป็นธรรมชาติของราคาที่รับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อการแข่งขัน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความภักดี นักท่องเที่ยวชาวไทย โรงแรมประเภท 3

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the service quality influences the loyalty of Thai tourists using Type 3 hotels in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province. and 2) to study guidelines for developing service quality influences the loyalty of Thai tourists using Type 3 hotels in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province. This study utilized a quantitative research design. The sample consisted of 385 Thai tourists who stayed at Type 3 hotels in Mueang Chiang

Rai District, Chiang Rai Province, for at least one night. The researcher employed stratified random sampling. A questionnaire was used for data collection. The data were analyzed using descriptive statistics, including Mean and Standard Deviation, and inferential statistics, specifically Multiple Regression Analysis. The findings revealed that 1) service quality influences the loyalty of Thai tourists using Type 3 hotels in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province, consisted of 5 dimensions reliability assurance empathy tangibles and perceived price fairness, which were statistically significant at the 0.05 level. and 2) Guidelines for developing service quality influences the loyalty of Thai tourists using Type 3 hotel in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province. The findings of this research can be applied to improve service quality to achieve a competitive advantage.

Keywords: Service Quality, Loyalty, Thai Tourists, Type 3 Hotels

บทนำ

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและเกิดการจ้างงานคนในภาคบริการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ หน่วยงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมตลาดด้านการท่องเที่ยว ได้พลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยให้เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและนำพาประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมระดับโลก เชื่อมโยงนโยบายของภาครัฐสู่ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ ชุมชนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้เข้าประเทศ กระจายรายได้จากเมืองหลักสู่เมืองนำเที่ยว การท่องเที่ยวยุคใหม่ที่การเดินทางเป็นการเติมเต็มคุณภาพชีวิต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองรองของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในภาคเหนือ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปะ ในช่วงปี 2568 จังหวัดเชียงรายถูกจัดอันดับเป็นเมืองรองท่องเที่ยวอันดับ 1 ของประเทศ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลังไหลเข้ามามากมายและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ตัวเลขที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมของนโยบายกระจายการท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคและความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจฐานรากในท้องถิ่น เชียงรายเป็นเมืองที่มีจำนวนโรงแรมมากที่สุดในประเทศไทยอันดับ 7 ของประเทศ ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมของจังหวัดเชียงราย ในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รองรับการเดินทางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์ข้อมูลลอจิสติกส์, ม.ป.ป.)

ธุรกิจโรงแรมถือเป็นองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญอย่างยิ่งที่ทำหน้าที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัด ข้อมูลสำรวจทัศนคติความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประจำปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการท่องเที่ยว แต่หากความพึงพอใจที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีบริการสถานที่พักผ่อน และสนามบิน จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริการสถานที่พักผ่อนเป็นส่วนหนึ่งของความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ (บุญญาพร บุญธรรมมา และ นลินี เหมาะประสิทธิ์, 2563) และการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว (SHA) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรม ในโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (มิลลิตา โต๊ะอิด และคณะ, 2565)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของสภาพปัญหาและศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการ ยกระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงราย และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดี รวมไปถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัยก่อนหน้านี้ที่เกี่ยวข้องกับโจทย์การวิจัย เป็นต้น มีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย เนื่องจากเป็นที่มาของตัวแปร ความสัมพันธ์ของตัวแปร เกี่ยวข้องกับการตั้งสมมติฐานหรือวัตถุประสงค์ และมีความสำคัญต่อการอภิปรายผลของงานวิจัยด้วย ทฤษฎีการรับรู้คุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) คุณภาพการบริการ แตกต่างจากคุณภาพสินค้า สินค้าสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม เรื่องของความทนทาน แต่การบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถจับต้องได้ มีความหลากหลายไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการและสถานการณ์ และไม่สามารถแยกการบริการออกจากตัวผู้ให้บริการได้ ดังนั้น การวัดคุณภาพการบริการจึงซับซ้อนกว่า โดยจะวัดจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการ จากความแตกต่างระหว่าง สิ่งที่ผู้ให้บริการได้รับจริงเทียบกับ สิ่งที่ผู้บริโภคราคาหวังว่าจะได้รับ หากบริการที่ได้รับจริงตรงกับหรือสูงกว่าความคาดหวัง จัดเป็นบริการที่มีคุณภาพ ตัวแปรคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วยทั้งหมด 5 ด้านได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การที่โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (2) การตอบสนอง (Responsiveness) ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว (3) ความมั่นใจ (Assurance) การให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี (4) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าพักมีบริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร (5) สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรม สถานที่ บุคลากร สภาพแวดล้อม ความสะอาด และได้เพิ่มตัวแปรเพื่อวัดผลคุณภาพการบริการคือ ความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ ผู้ใช้บริการเปรียบเทียบราคาที่จ่ายมีความสมเหตุสมผลและยุติธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ (Parasuraman et al., 1988)

ทฤษฎีความภักดีของผู้ใช้บริการ ทศนคติและความรู้สึกเชิงบวกที่ผู้ใช้บริการมีต่อโรงแรมแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยการกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อในเชิงบวก และการเลือกใช้โรงแรมเดิมแม้จะมีทางเลือกอื่นที่น่าสนใจกว่า (Oliver, 1999)

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยี่ยมเยือน ที่เดินทางไปเยือนและพำนักอยู่ในสถานที่ดังกล่าว (ประเทศ/จังหวัด) เป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน แบ่งเป็น 4 ประเภท 1) โรงแรมประเภท 1 โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก และมีห้องพักไม่เกินห้าสิบบน 2) โรงแรมประเภท 2 โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพักเกินห้าสิบบนขึ้นไป มีห้องพักและห้องอาหาร 3) โรงแรมประเภท 3 โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก เฉพาะห้องพักเกินห้าสิบบนขึ้นไป มีห้องพัก ห้องอาหารและห้องประชุมสัมมนา 4) โรงแรมประเภท 4 โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก เฉพาะห้องพักเกินห้าสิบบนขึ้นไป มีห้องพัก ห้องอาหาร ห้องประชุมสัมมนา และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ กรณีมีห้องพักไม่เกิน 80 ห้อง ห้ามมีสถานบริการ (กฎกระทรวง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566, 2566)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม และผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีรวมถึงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบผลการวิจัยที่แสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงแรม จุฬาลักษณ์ มีผล และคณะ (2567) ศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม ในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่าด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐนิช เจียทอง และคณะ (2567) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ ปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมาความเชื่อถือไว้วางใจได้และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการวิจัยของณัฐกานต์ รุ่งเรือง และคณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอมะนังจังหวัดอุดรธานี ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอมะนัง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ปัจจัยของด้านราคา ประเภทของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิจัยของกิตติเชษฐ์ ฐูปูชา และ สุรพงษ์ วิริยะ (2567) ศึกษาปัจจัยสำคัญในการเลือกเข้าพักในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอมะนังนครสวรรค์ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอมะนังนครสวรรค์ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พิจารณาจากความสะอาดของห้องพักและความปลอดภัย และ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับ ความสะอาดของห้องพัก ความปลอดภัย ราคาถูกกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน ความสวยงามของโรงแรม บรรยากาศ และการให้บริการ แนะนำการท่องเที่ยว ผลการวิจัยของศรัณย์ นามเลิศ (2567) ศึกษาการสร้างภาพพจน์ของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดผ่านการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยพบว่ามี 5 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่น และความเอาใจใส่ผู้บริโภค ในการตรวจสอบคุณภาพการบริการและผลกระทบต่อนภาพพจน์ของลูกค้า ทั้งนี้ ความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดนี้ จะช่วยให้ผู้จัดการและเจ้าของโรงแรมสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม เพื่อปรับปรุงมิติและ

ยกระดับคุณภาพการบริการในแต่ละด้าน โดยเฉพาะในด้านของความเชื่อมั่น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในโรงแรมราคาประหยัดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผลการวิจัยของโสธยา สุภาพล และคณะ (2564) ศึกษาปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ผลการวิจัยของมณูญ วุฒิ และ วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่ ปัจจัยส่งผลต่อความภักดีปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะด้านบุคลากร ซึ่งมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอให้อยู่หมัด ทักทาย พูดจาสุภาพ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ สร้างความทรงจำและภาพลักษณ์ที่ดี

วัตถุประสงค์

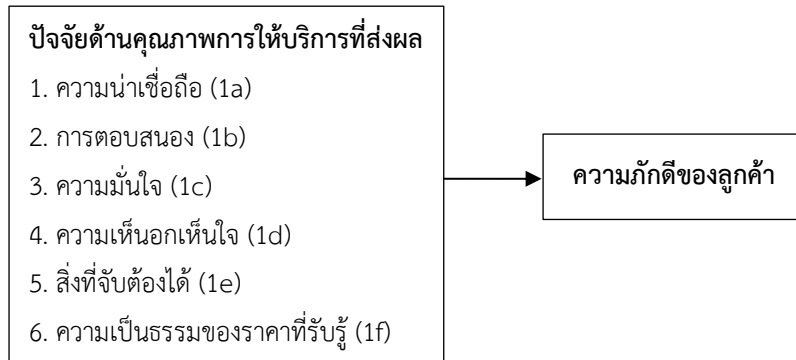
1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานของการวิจัย

- H1 : คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1a : คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1b : คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1c : คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1d : คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1e : คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- H1f : คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่เข้าพักในโรงแรมเป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่เข้าพักในโรงแรมเป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณของคอคแรน Cochran (อ้างอิงใน นิรมิตา จันทะสูตร นันทะเสน และคณะ, 2568) ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร จากการคำนวณพบว่าจำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการ ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือนัยสำคัญที่ 0.05 ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร หรือ $p = 0.5$ จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384.16 ตัวอย่าง และได้ทำการปัดเศษส่วนขึ้นเพื่อสามารถเก็บได้ครบสมบูรณ์จึงได้กลุ่มประชากรที่เหมาะสม มีจำนวนเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 385 ตัวอย่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษา ใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) มีการจัดแบ่งประชากรเป็นกลุ่มหรือชั้นย่อยๆ ก่อน โดยการแบ่งประเภทโรงแรมแต่ละประเภทในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย โดยการแยกแต่ละประเภทตามการลงทะเบียนการขออนุญาตตั้งโรงแรมกับกรมการปกครองมีประเภท 1, 2, 3, 4 แบ่งโรงแรมประเภท 3 แล้วเลือกสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional) ในแต่ละชั้น การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการหรือเคยใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย และเข้าพักในโรงแรมประเภท 3 เป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบหรือปรับปรุงแก้ไขความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของคำถาม ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.5 ขึ้นไป สรุปผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.89 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีค่าความตรงตามเนื้อหาผ่านเกณฑ์

นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 ราย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯ เพื่อวัดความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมากกว่า 0.7 ขึ้นไป สรุปผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach' Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.967 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นและเหมาะสมที่จะนำไปใช้ได้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีการรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยตรง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
2. การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยดำเนินการติดต่อประสานงานหาข้อมูลการแบ่งประเภทของโรงแรมและการดำเนินธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายกระทรวงกรมการปกครอง
3. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย จากโรงแรมที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง
4. นำแบบสอบถาม แยกกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการวางแบบสอบถามที่แผนกต้อนรับของโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
5. รวบรวมและตรวจสอบ เมื่อครบกำหนดระยะเวลา ผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถาม
6. นำผลที่ได้จากแบบสอบถามเข้าวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมทางสถิติ
7. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูล จากหนังสือ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างการศึกษานี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยใช้การแจกความถี่และค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 21.0 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.1 อายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.4 น้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.3 และอายุมากกว่า 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.7 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.6 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.9 อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมา ได้แก่ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.4 อาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.3 นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.6 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 6.5 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา ได้แก่ รายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.2 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีทั้งหมด 6 ด้าน ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ สิ่งที่ต้องได้ และความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับ โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ความน่าเชื่อถือ	4.54	0.554	มากที่สุด
2. การตอบสนอง	4.50	0.607	มากที่สุด
3. ความมั่นใจ	4.53	0.603	มากที่สุด
4. ความเห็นอกเห็นใจ	4.50	0.620	มากที่สุด
5. สิ่งที่ต้องได้	4.43	0.636	มากที่สุด
6. ความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับ	4.47	0.634	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$) ความมั่นใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) การตอบสนอง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$) ความเห็นอกเห็นใจ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$) ความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47$) และสิ่งที่ต้องได้ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{X}=4.43$)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า

ความภักดีของลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ความภักดีของลูกค้า	4.39	0.745	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า พบว่า ความภักดีของลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการตรวจสอบค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF

คุณภาพการให้บริการ	การแปลผล	
	Tolerance	VIF
1. ความน่าเชื่อถือ (X_1)	0.186	5.388
2. การตอบสนอง (X_2)	0.146	6.857
3. ความมั่นใจ (X_3)	0.182	5.500

คุณภาพการให้บริการ	การแปรผล	
	Tolerance	VIF
4. ความเห็นอกเห็นใจ (X_4)	0.219	4.564
5. สิ่งที่ต้องได้ (X_5)	0.234	4.274
6. ความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ (X_6)	0.206	4.849

จากตาราง 3 พบว่า ค่า Tolerance มีค่าอยู่ระหว่าง 0.146 - 0.234 และค่า VIF มีค่า ระหว่าง 4.274 - 6.857 เป็นไปตามเกณฑ์ ค่า VIF (Variance inflation factor) ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือสภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และสามารถนำตัวแปรอิสระไปใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

คุณภาพการให้บริการ	b	St. Error	Beta	t	Sig.
Constant	0.380	0.173		0.222	0.825
1. ความน่าเชื่อถือ (X_1)	0.371	0.073	0.316	5.063	0.000*
2. การตอบสนอง (X_2)	0.136	0.107	0.101	1.272	0.204
3. ความมั่นใจ (X_3)	0.381	0.156	0.310	2.445	0.015*
4. ความเห็นอกเห็นใจ (X_4)	0.451	0.157	0.304	2.874	0.004*
5. สิ่งที่ต้องได้ (X_5)	0.312	0.119	0.259	2.618	0.009*
6. ความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ (X_6)	0.882	0.074	0.750	11.913	0.000*
R=0.843 R ² =0.711 Adjusted R ² =0.706 F=155.033 Sig=0.000*					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตาราง 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มากที่สุดคือ ความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ ($\beta = 0.750$) รองลงมา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.316$) ความเห็นอกเห็นใจ ($\beta = 0.304$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) ระหว่างชุดตัวแปรต้น ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ สิ่งที่ต้องได้ ความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้กับตัวแปรตามส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R) เท่ากับ 0.843 (R^2) เท่ากับ 0.711 โดยมีประสิทธิภาพร่วมกันในการทำนายคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ร้อยละ 71.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์สามารถเขียนสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y=0.38+0.37(X_{\text{ความน่าเชื่อถือ}})+0.381(X_{\text{ความมั่นใจ}})+0.451(X_{\text{ความเห็นอกเห็นใจ}})+0.312(X_{\text{สิ่งที่จับต้องได้}})+0.882(X_{\text{ความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับ}})$$

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า สมมติฐานที่ 1 พบว่ามีตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ดังนี้

สมมติฐาน 1a คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ค่า Sig.=0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 คือ คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของคุณภาพการให้บริการเท่ากับ 0.316 อธิบายได้ว่า จำนวนของคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จะเพิ่มขึ้น 0.316 หน่วย

สมมติฐาน 1b : คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ค่า Sig.= 0.204 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H0 คือ คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง ไม่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

สมมติฐาน 1c : คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ค่า Sig.= 0.029 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 คือ คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ เท่ากับ 0.381 อธิบายได้ว่า จำนวนของคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จะเพิ่มขึ้น 0.310 หน่วย

สมมติฐาน 1d : คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายพบว่า ค่า Sig.= 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของคุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เท่ากับ 0.304 อธิบายได้ว่า จำนวนของคุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จะเพิ่มขึ้น 0.304 หน่วย

สมมติฐาน 1e : คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ค่า Sig.= 0.009 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 คือ คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ ส่งผลต่อความ

ภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งของที่จับต้องได้เท่ากับ 0.259 อธิบายได้ว่า จำนวนของคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งของที่จับต้องได้ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จะเพิ่มขึ้น 0.259 หน่วย

สมมติฐาน 1f: คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับรู้ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับรู้ เท่ากับ 0.750 อธิบายได้ว่า จำนวนของคุณภาพการให้บริการความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับรู้ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จะเพิ่มขึ้น 0.750 หน่วย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ด้านความน่าเชื่อถือ การส่งมอบการให้บริการต่างๆ ของโรงแรมเป็นไปตามที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้ มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยแรกที่สร้างความน่าเชื่อถือ การที่ลูกค้าได้เข้าไปภายในห้องพัก และพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ตรงตามที่โฆษณาไว้หรือที่จองไว้ จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของโรงแรม

ด้านการตอบสนองของพนักงานโรงแรม มีความจำเป็นในการสร้างความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาในพื้นที่ของโรงแรม พนักงานบริการเป็นด่านแรกที่พบผู้ใช้บริการเป็นภาพจำภาพแรกของโรงแรมและเป็นภาพลักษณ์ การจัดการระยะเวลาในการทำความสะดวกห้องพักให้ทันตามกำหนดเวลาเช็คอินและการตอบสนองการแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดีมาก

ด้านความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ โรงแรมต้องเริ่มต้นจากการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของพนักงานทุกแผนก ไม่จำกัดเฉพาะพนักงานต้อนรับที่ด้านหน้าของโรงแรม แต่ต้องรวมถึงบุคลากรในแผนกต่างๆ

ด้านความเห็นอกเห็นใจในการบริการนำเสนอแนวทางความเหมาะสมของการเข้าพัก คือการที่พนักงานได้แนะนำห้องพักให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการ เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักธุรกิจ

ด้านสิ่งของที่จับต้องได้ ถือเป็นความท้าทายหลักของโรงแรม การเปลี่ยนอุปกรณ์ที่หมดอายุการใช้งาน โดยให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ส่งผลต่อการนอน การเปลี่ยนที่นอนที่เสื่อมสภาพ

ด้านความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับรู้ โรงแรมควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายราคาที่มีความโปร่งใส ไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มเติม เพื่อหลีกเลี่ยงความรู้สึกว่าลูกค้ากำลังถูกเอารัดเอาเปรียบ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 25,000 บาท

จากการศึกษาวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ปรากฏเด่นชัดอยู่ 5 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพการ

ให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ 2) คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ 3) คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ 4) คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ 5) คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่ได้รับ โดยผู้วิจัยจะแบ่งประเด็นในการอธิบายผลจากการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องของการถูกต้องและแม่นยำในขั้นตอนการให้บริการ โดยเฉพาะกระบวนการหลัก เช่น ขั้นตอนการเช็คอินเข้าพักและการชำระเงิน ความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลของลูกค้า รวมถึงขั้นตอนการชำระหลากหลายช่องทาง ง่ายสะดวกต่อการชำระ พนักงานให้บริการแนะนำขั้นตอน สร้างความเชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและการทำธุรกรรมทางการเงินกับทางโรงแรม นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญกับพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดการบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน สามารถส่งมอบบริการได้ตรงตามมาตรฐาน และสอดคล้องกับรูปแบบบริการที่ทางโรงแรมได้ทำการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ไว้ตามช่องทางออนไลน์ของทางโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสธยา สุภาพล และคณะ (2564) ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ พร้อมทั้งมีการมีระบบป้องกันความปลอดภัยให้กับลูกค้า เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญาภรณ์ อินทร์ทอง (2563) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เพื่อให้กระบวนการในการให้บริการเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้องและครบถ้วน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับพนักงานให้มีความสามารถให้บริการลูกค้าตรงตามเวลาที่กำหนด และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีทักษะในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในตัวพนักงานผู้บริการได้

2. ด้านความมั่นใจ คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานที่แสดงออกถึงความสุภาพอ่อนโยนและการให้เกียรติลูกค้า ความรู้สึกเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยขั้นสูงสุดเมื่อต้องทำธุรกรรมหรือรับบริการต่างๆ จากทางโรงแรม ตลอดจนการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกปลอดภัยและอุ่นใจตลอดการเข้าพัก นอกจากนี้ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการแก้ไขปัญหาและตอบข้อซักถามต่างๆ ได้อย่างฉะฉานและมั่นใจ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมได้เป็นอย่างดี ทัศนคติของพนักงานที่บริการแสดงออกถึงความสุภาพและการให้เกียรติลูกค้า เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลในการสร้างความประทับใจแรก การแสดงออกของพนักงานเปรียบเสมือนตัวแทนภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ระดับคุณภาพเมื่อพนักงานมีความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ไขปัญหาได้อย่างดี การที่พนักงานสามารถตอบคำถามหรือแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างแม่นยำและมั่นใจนั้นไม่ได้เป็นเพียงการให้ข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นการแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของการบริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติยา ทองคำ (2564) ผลการศึกษาพบว่า การบริการที่สามารถจับต้องได้ ได้มาตรฐาน เชื่อถือได้ พร้อมกับความกระตือรือร้นและใส่ใจที่จะให้บริการของพนักงานจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกกลับมาใช้บริการอีกครั้งของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรมิตา จันทะสุตร นันทะเสน และคณะ (2568) ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมที่ให้บริการที่มีคุณภาพดีอย่างสม่ำเสมอ สร้างความพึงพอใจในทุกจุดสัมผัสกับลูกค้า จะสามารถเปลี่ยนลูกค้าใหม่ให้กลายเป็นลูกค้าประจำ และสร้างฐานลูกค้าที่ภักดีในระยะยาวได้ โดยการเอาใจใส่ ซึ่งสามารถแสดงออกได้

ผ่านพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การรับฟังปัญหา การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การช่วยแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว และการให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร

3. ด้านความเห็นอกเห็นใจ คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องสถานที่พนักงานโรงแรมมีมนุษยสัมพันธ์อันดีเยี่ยมและมีอัธยาศัยไมตรี มีความเต็มใจและตั้งใจในการรับฟังข้อซักถามตลอดจนข้อร้องเรียนต่างๆ ของลูกค้า รวมไปถึงความพยายามของพนักงานในการทำความเข้าใจถึงความคาดหวังและความต้องการที่แท้จริงของผู้เข้าพัก ตลอดจนการส่งมอบบริการที่แสดงออกถึงความใส่ใจในรายละเอียด เสมือนว่าลูกค้าทุกท่านเป็นบุคคลสำคัญและได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการดูแลอย่างดีจนประทับใจ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจในบริการของโรงแรม และกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์ (2564) ผลการศึกษาพบว่าพนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ปัญหาของลูกค้า ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงาน โรงแรมมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฏฐนิช เจียทอง และคณะ (2567) พบว่าผู้ใช้บริการมีความรู้และมีทักษะในเรื่องของการบริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น รวมถึงบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญและมีความชำนาญในแต่ละหน้าที่ และมีไหวพริบและสติในการแก้ไขและช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการเกิดปัญหา

4. ด้านสิ่งที่จับต้องได้ คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องห้องพักของโรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย อุปกรณ์เครื่องนอนครบ สะอาดไม่มีกลิ่น ไม่มีคราบเหลือง หมอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ขนาดและการจัดอุปกรณ์ภายในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกในห้อง อินเทอร์เน็ต ทีวี ชุดกาแฟ น้ำร้อน สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสะอาดเหมาะสำหรับการพักผ่อน ความสะอาดและเป็นระเบียบของพื้นที่ส่วนกลาง การตกแต่งที่เข้ากับภาพลักษณ์ของโรงแรม แสงสว่าง สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร พื้นที่พักผ่อน สะอาดเป็นระเบียบ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาดเป็นระเบียบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลลิตา เกลิมพลโยธิน (2566) ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรมเป็นส่วนที่ลูกค้าสามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของโรงแรม โดยจากการศึกษาทำให้พบว่ายังมีข้อบกพร่องอยู่บางประการที่เห็นได้อย่างชัดเจน นั่นคือเรื่องโรงแรมไม่มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการบริการที่ทันสมัย หรืออยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน รวมถึงเรื่องภายในห้องพักไม่มีจัดเครื่องใช้และอุปกรณ์ และอุปกรณ์ต่างๆ วัชระบริณและสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีรัตน์ งามเลิศลี (2567) การจัดการแตกต่างออกไปเนื่องจากมิติของคุณภาพการบริการนี้เกี่ยวข้องกับการรับรู้จากการจัดการภาพลักษณ์ภายนอก การจัดสถานที่สิ่งแวดลอมภายในพื้นที่โรงแรม รวมถึงอุปกรณ์และพนักงานของโรงแรม ในแง่ขององค์ประกอบที่จับต้องได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจาง จินรู่ และ นิติยา วงศ์ยศ (2567) ความเป็นรูปธรรมของโรงแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบการตกแต่งของโรงแรมควรมีลักษณะเป็นของตัวเอง และโรงแรมควรใส่ใจกับการบำรุงรักษาและการเปลี่ยนสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ภายในห้องให้เป็นมาตรฐาน

5. ด้านความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญความคุ้มค่าของราคาที่จ่าย ความชัดเจนและโปร่งใสในการกำหนดอัตราค่าห้องพักและบริการต่างๆ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับอุปกรณ์ ของใช้ในที่พัก ประเภทของห้องพัก การ

ออกแบบดีไซน์ พื้นที่ใช้สอย สภาพแวดล้อมภายนอก และทำเลที่ตั้ง รวมถึงการไม่มีค่าธรรมเนียมแฝง หากราคาหน้าเว็บกับราคาที่จ่ายจริงมีค่าธรรมเนียมแอบแฝงที่ไม่ได้แจ้งล่วงหน้า ลูกค้าจะรับรู้ถึงความไม่เป็นธรรมทันที นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของอัตราค่าห้องพักเมื่อเทียบกับมูลค่าของเงินที่ได้จ่ายไปโดยภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกว่าราคาที่ได้ชำระไปนั้น มีความสอดคล้องและคุ้มค่าอย่างยิ่งกับประสบการณ์และคุณภาพบริการโดยรวมที่ได้รับจากทางโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมณูญ วุฒิ และ วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง (2564) ผลการศึกษาพบว่าโรงแรมให้ความสำคัญกับลูกค้าให้รับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับหลังจากการเข้ามาใช้บริการ โดยแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการเข้ามาใช้บริการของโรงแรมและสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นแบบยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ รุ่งเรือง และคณะ (2567) ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่เขาได้รับความคุ้มค่า ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ การพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานมาตรฐาน โรงแรมควรปรับปรุงและทบทวนขั้นตอนการให้บริการหลักอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระบวนการเช็คอิน เช็คเอาท์ และขั้นตอนการชำระเงิน ให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และลดระยะเวลาการรอคอยของผู้ใช้บริการ เพื่อลดความผิดพลาดและสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ โดยทำให้มั่นใจว่าทุกการส่งมอบบริการจะต้องสอดคล้องกับรูปแบบบริการที่ทางโรงแรมได้โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาความไม่พึงพอใจอันเกิดจากโฆษณาเกินจริง 1) แนวทางการพัฒนาความน่าเชื่อถือ การพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานมาตรฐาน โรงแรมควรปรับปรุงและทบทวนขั้นตอนการให้บริการหลักอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระบวนการเช็คอิน เช็คเอาท์ และขั้นตอนการชำระเงิน ให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และลดระยะเวลาการรอคอยของผู้ใช้บริการ เพื่อลดความผิดพลาดและสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ การบริหารจัดการความปลอดภัยของข้อมูลในยุคดิจิทัลผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล 2) แนวทางการพัฒนาความมั่นใจ การพัฒนาศักยภาพและทักษะการให้บริการ ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยมุ่งเน้นที่พฤติกรรม การให้บริการ การแสดงออกถึงความสุภาพอ่อนโยน การให้เกียรติลูกค้า ตลอดจนทักษะการสื่อสารเชิงบวก เพื่อสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ปลอดภัย นอกเหนือจากความปลอดภัยด้านข้อมูลแล้ว โรงแรมควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยทางกายภาพที่รัดกุมและมองเห็นได้ชัดเจน ระบบกล้องวงจรปิดตามจุดต่างๆ ระบบคีย์การ์ดประตูทางเข้าทางเดินห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกอุ่นใจ 3) แนวทางการพัฒนาความเห็นอกเห็นใจ การปลูกฝังวัฒนธรรมการให้บริการด้วยใจ นโยบายส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรม ที่พนักงานทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีอัธยาศัยที่ดี และปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจบริการต่อผู้ใช้บริการ การจัดการข้อร้องเรียน การฝึกอบรมทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี และการฝึกการจัดการอารมณ์ของตนเองให้กับพนักงาน เพื่อให้สามารถรับฟังข้อร้องเรียนของลูกค้าด้วยความตั้งใจ แสดงความเห็นอกเห็นใจและมีความพยายามอย่างยิ่ง ในการทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ 4) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ การบริหารจัดการภาพลักษณ์และจุดสัมผัสบริการ ผู้ประกอบการควรกำหนดมาตรฐานและระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ให้มีความสุภาพเรียบร้อยและสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของโรงแรม เนื่องจากพนักงานคือจุดที่ผู้ใช้บริการได้สัมผัสบริการแรกที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ การออกแบบและบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงการเปลี่ยนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่นอน หมอน ผ้าห่ม กลิ่นในห้อง จัดสรรงบประมาณสำหรับการ

บำรุงรักษาภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมทั้งหมดให้มีความสวยงาม สะอาด และมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน

5) แนวทางการพัฒนาด้านความเป็นธรรมของราคาที่รับรู้ กลยุทธ์การกำหนดราคาที่โปร่งใสและเป็นธรรม โรงแรมควรมีนโยบายการแสดงอัตราค่าห้องพักและค่าบริการเสริมต่างๆ อย่างชัดเจนในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งการจองผ่านโรงแรมโดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ โดยหลีกเลี่ยงการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแฝงที่อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถูกเอาเปรียบและไม่เป็นธรรม การสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าราคา ควรบริหารจัดการโครงสร้างราคาให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับองค์ประกอบของที่พัก ไม่ว่าจะเป็นประเภทของห้องพัก การออกแบบดีไซน์ ขนาดพื้นที่ใช้สอย ทัศนียภาพ และทำเลที่ตั้ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความสมเหตุสมผลของราคา 6) แนวทางการพัฒนาด้านการตอบสนอง พนักงานต้อนรับภาพลักษณ์ต้องมีภาพที่ยิ้ม สดใส พร้อมให้บริการ การสื่อสารของพนักงาน ยินดีให้ความช่วยเหลือ เต็มใจให้บริการ เข้าถึงง่ายเป็นมิตร ให้บริการได้อย่างทั่วถึง ไม่ล่าช้าให้ผู้ใช้บริการรอนาน แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี โรงแรมมีความจำเป็นในการสร้างความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาในพื้นที่ของโรงแรม พนักงานบริการเป็นด่านแรกที่พบผู้ใช้บริการ เป็นภาพจำภาพแรกของโรงแรมและเป็นภาพลักษณ์ การจัดการระยะเวลาในการทำความสะดวกห้องพักให้ทันตามกำหนดเวลาเช็คอินและการตอบสนองการแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดียิ่งขึ้น การปรับปรุงกระบวนการทำงานของแผนกแม่บ้านเพื่อลดระยะเวลาในการทำความสะดวกและเตรียมห้องพักให้พร้อมส่งมอบได้ทันตามกำหนดเวลาเช็คอินมาตรฐานที่ทางโรงแรมได้กำหนดไว้ให้กับผู้ใช้บริการ การจัดพนักงานเพื่อคอยอำนวยความสะดวกในการยกกระเป๋าและนำทางไปยังห้องพัก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ดังนั้นการศึกษาค้างต่อไปควรต้องศึกษาโรงแรมในเขตพื้นที่ต่างอำเภอหรือภาพรวมทั้งจังหวัด ขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังอำเภออื่นๆ ในจังหวัดเชียงราย หรือการศึกษาวัดผลด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ ทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมความคาดหวังของลูกค้าที่ใช้บริการที่พักในรูปแบบต่างๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างและนำผลลัพธ์มาเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพรวมของผู้ใช้บริการที่รู้สึกกับโรงแรมในจังหวัดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น หรือศึกษาคุณภาพในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมการเพิ่มตัวแปรที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ควรมีการพิจารณาเพิ่มตัวแปรอิสระหรือตัวแปรคั่นกลางอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เช่น อิทธิพลของการบอกต่อและรีวิวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ภาพลักษณ์แบรนด์ ประสบการณ์ของลูกค้า หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ เพื่อพัฒนาโมเดลสมการที่สามารถพยากรณ์ความภักดีของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์และแม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฎกระทรวง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566. (25 สิงหาคม 2566).
ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 140 ตอนที่ 52 ก หน้า 12–17.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (8 มิถุนายน 2567). นายกรัฐมนตรี “เปิดเมื่อน่านาเที่ยว” เร่งเครื่องนโยบาย IGNITE TOURISM THAILAND ยกกลยุทธ์เชื่อมโยงเมืองหลักสู่เมื่อน่านาเที่ยวทั่วประเทศ โชว์เสน่ห์อัตลักษณ์ไทย หวังกระตุ้นโฮซีขึ้นท่องเที่ยวไทยตลอดปี. <https://www.mots.go.th/news/1001326>
- กฤติยา ทองคำ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรม 3 - 5 ดาวในภาคใต้ประเทศไทยของนักท่องเที่ยว เจเนอเรชันวาย [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). แนวทางการจัดเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. https://www.mots.go.th/download/article/article_20191001170603.pdf
- กิตติพงษ์ ฐปปูชา และสุรพงษ์ วิริยะ. (2567). ปัจจัยสำคัญในการเลือกเข้าพักในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(3), 193-202.
- จาง จินรู่ และนิตยา วงศ์ยศ. (2567). คุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในนครเชียงใหม่. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 10(3), 351-364.
- จุฬาลักษณ์ มีผล, ธนาพร ภาคดนตรี, อภิชา ม่วงนาคร, ธนกิจ วีรวัฒน์วิชัย, และมุขอำมหัดคามิรุ ก๊อด. (2567). คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการนานาชาติสังคมศาสตร์, 1(2), 16-38.
- ณัฐนิช เจ้ยทอง, ศลิษา บุญเกื้อ, สุภาวดี สัมเขียวหวาน, อัญชก มณีฉาย, และณพิชญา เฉิดโฉม. (2567). คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 10(2), 48-58.
- ณัฐกานต์ รุ่งเรือง, ปรัชญา อุดมผล, ธีระพล คุณบุราณ, และโชติกา นาคประสูตร. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 6(6), 71-84.
- นิรมิตา จันทะสูตร นันทะเสน, นิศาธิตน์ โชติเชย, และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเขตจังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 183-196.
- ปริญญารัตน์ อินทร์ทอง. (2563). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญญาพร บุญธรรมมา และณลินี เหมาะประสิทธิ์. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มนูญ วุฒิ และวิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมเขื่อนทรา หาดใหญ่. วารสารหาดใหญ่วิชาการ, 19(1), 113–129.

- มิลลิตา โต๊ะอิด, วิพัชรินทร์ ทำเผือก, ศศิณา จันทร์ด้วง, และจิราพร คงรอด. (2565). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว (SHA) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(61), 46–55.
- ลิขิตา เณิมพลโยธิน. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในอำเภอหัวหิน. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 9(2), 106–120. <https://doi.org/10.53848/jlsc.v9i2.263293>
- ศรัตนันท์ งามเลิศลี. (2567). การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดผ่านการปรับปรุงคุณภาพการบริการ. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 34(2), 161–176.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (ม.ป.ป.). *โรงแรม-รีสอร์ท*. ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. <https://www.reic.or.th/Product/Chart/4/โรงแรม-รีสอร์ท>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการค่าใช้จ่ายสำหรับสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*. https://www.mots.go.th/images/v2022_1686886552156RmluYWwgUmVwb3J0IDI1NjVfY29tcHJlc3NlZC5wZGY=.pdf
- โสธยา สุภาพล, ธนภัทร ขาววิเศษ, ลัดดาวัลย์ สำราญ, ชุตินา กลั่นไพฑูรย์, และวัลลวี ดั่งทรัพย์. (2564). ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 10(3), 278–291.
- อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์. (2564). *ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63, 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.