

คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักใน บังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

Service Quality Effecting on Returning Guest Staying at Bunkbed Hostel,
Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration

ศิวาวุช วันสูงเนิน¹ อรพิน ปิยะสกุลเกียรติ², ปกรณ์ ปรียากร³

Siwawut Wonsoongnern^{1,*}, Orapin Piyasakulkiat², Pakorn Priyakorn³

¹⁻³ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

¹⁻³Master of Public Administration Program Graduate School Kasem Bundit University

E-mail: siwawut@smarttelebiz.com¹

Received : December 3, 2024;

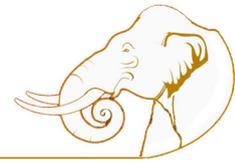
Revised : June 13, 2025;

Accepted : September 5, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการของบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 2) ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร และ 3) คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.978 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตามลำดับ 2) ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ 3) คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการของบังก์เบดโฮสเทลด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ



และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ส่งผลให้ผู้เข้าพักเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

คำสำคัญ: คุณภาพ; การบริการ; การกลับมาใช้บริการซ้ำ; โฮสเทล

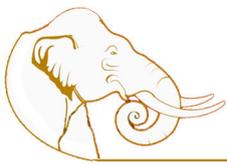
Abstract

The objectives of this research were to study; 1) The service quality factors of the Bunkbed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration, 2) The factors returning guest staying at Bunkbed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration, and 3) Service quality factors that affecting returning guest staying at Bunkbed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration. This study was a Quantitative Research. The populations for this study were guests who have stayed at Bunkbed Hostel, from which 300 subjects were selected by using the Taro Yamane method, which utilized the questionnaires to collect the data. The data proved the content validity and was verified the value of Cronbach's alpha reliability test of 0.978. The statistics used in this case were descriptive statistics analysis: frequency, percentage, mean, Standard Deviation and including assumption by Multiple Regression Analysis.

The results of research found that: 1) The service quality factors of the Bunkbed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration overall was at a high level, when considering each aspect averages sorted from highest to lowest were tangibility of service, followed by responsiveness to customers, reliability, empathy, and assurance, respectively.

2) The factors returning guest staying at Bunkbed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration overall was at a high level. and 3) The service quality factors affected returning guest staying on BunkBed Hostel, Ratchathewi District, Bangkok Metropolitan Administration have statistically significant influence at the level of .05. And also showed that the quality of service of Bunkbed Hostel, in terms of reliability, empathy, responsiveness to customers, assurance, and tangibility of service, results in guest being satisfied and increases the likelihood of returning to stay again in the future.

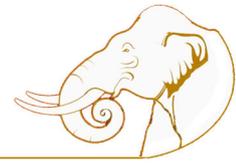
Keywords: Quality; Service; Repurchase; Hostel



บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยรวมถึงธุรกิจที่พักที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับเป็นจุดแข็งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูงสุด โดยได้รับการยอมรับเป็น “Top 20 Most Visited Cities in the World” ที่ถูกจัดเป็นอันดับหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลกประจำปี 2566 จากเว็บไซต์ “ทราเวลเนส” (Travelness.com, [ออนไลน์], 2566) ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งหมด 22.78 ล้านคน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยธุรกิจโรงแรมและที่พักในกรุงเทพมหานครถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งโรงแรมแต่ละแห่งก็มีความแตกต่างของขนาดและมาตรฐานของโรงแรมแตกต่างกันไป โดยแบ่งระดับประเภทโรงแรมเริ่มจากระดับมาตรฐานสูงสุด 5-6 ดาว จัดอยู่ในประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ หรือโรงแรมขนาดกลางที่มีระดับ 3-4 ดาว รวมไปถึงโรงแรมขนาดเล็กที่มีระดับ 2 ดาว ที่มีเพียงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเพียงระดับพื้นฐานคอยบริการเท่านั้น และไล่ลงมาถึงระดับที่ไม่มีดาวในการรองรับมาตรฐาน โดยส่วนใหญ่ที่พักประเภทนี้จะจัดให้ใช้พื้นที่บางส่วนร่วมกัน ใช้ห้องน้ำร่วมกัน หรือนอนรวมกันหลายเตียงในห้องพักเดียวหรือที่นิยมเรียกกันว่า “โฮสเทล” (สปริงนิวส์, [ออนไลน์], 2565) ซึ่งปัจจุบันโฮสเทลเปิดบริการรองรับนักท่องเที่ยวหลายแห่งทั่วกรุงเทพมหานคร

ธุรกิจโฮสเทลในประเทศไทยเริ่มขึ้นใน พ.ศ.2514 ที่บริเวณถนนข้าวสาร เขตบางลำพู กรุงเทพมหานคร (ธนาวุฒิ ศุภางค์รัตน์, 2552) เป็นที่พักราคาประหยัดที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้แก่ผู้เข้าพัก ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายหอพัก เป็นห้องนอนรวมมีเตียงสองชั้นหลายๆ เตียงในห้องเดียวกัน มีห้องน้ำรวม และมีพื้นที่ส่วนกลางให้ผู้เข้าพักได้ใช้ร่วมกัน ส่วนใหญ่จะถูกดัดแปลงจากอาคารพาณิชย์ เพื่อให้สามารถใช้เป็นที่พักได้ ซึ่งทางรัฐบาลได้เพิ่มปัจจัยด้านกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ ที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจสามารถนำอาคาร ตึกแถว มาใช้ประกอบกิจการโรงแรมได้ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคหลักของโฮสเทล คือนักท่องเที่ยวแบบแบ็กแพ็กเกอร์ที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ต้องการการเดินทางที่สะดวก และยังมีนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูงแต่ยังคงเลือกใช้บริการโฮสเทลแทนโรงแรมที่มีระดับ 3 ดาวขึ้นไป เหตุเพราะการได้พบปะพูดคุยและได้รับมิตรภาพใหม่ ๆ จากการเข้าพักที่โฮสเทลถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่น ๆ (วัชรพงศ์ รติสุขพิมล, 2562) ซึ่งในช่วงการระบาดของโควิด19 พบว่าจำนวนผู้ประกอบการโฮสเทลมีจำนวนลดลง โดยข้อมูลจากแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวออนไลน์ (OTA) รายงานว่า ในกรุงเทพมหานครเหลือที่พักประเภทโฮสเทลเพียง 250-300 แห่ง ซึ่งจากเดิมที่มีโฮสเทลสูงถึง 1,500 แห่ง (ประชาชาติธุรกิจ, [ออนไลน์], 2566) แต่หลังจากการระบาดของโรคโควิด ธุรกิจท่องเที่ยวกลับมาฟื้นตัวอย่างก้าวกระโดดจึงส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจโรงแรมให้เติบโตขึ้นอีกครั้ง นอกจากนี้การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มุ่งเน้นมาตรฐานตามหลักสากล การนำเทคโนโลยีมา



ช่วยในการนำเสนอธุรกิจที่อยู่ในท้องถิ่นให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือการจูงที่พักที่สะดวกสบายง่ายขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจโฮสเทลเติบโตอย่างมั่นคงได้ โดยเฉพาะการเพิ่มมาตรฐานด้านการบริการซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจที่พักแบบโฮสเทล

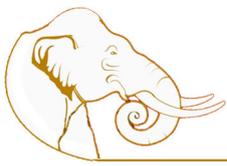
บังก์เบตโฮสเทล เป็นหนึ่งในธุรกิจโฮสเทลตั้งอยู่ที่พื้นที่เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้แหล่งการค้าและห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ มีการขนส่งสาธารณะระบบรางที่ผ่านพื้นที่ทั้งรถไฟฟ้าสายตะวันออก รถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาธุรกิจที่พักบังก์เบตโฮสเทล โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลในการพัฒนาธุรกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวไทย รวมไปถึงสอดคล้องต่อนโยบายของรัฐบาลที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

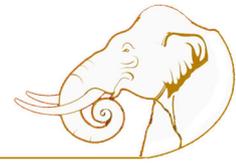
1. ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
4. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน สร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ อันเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) เกิดจากประสบการณ์หรือการรับรู้ของผู้มารับบริการ โดยคุณภาพการบริการจะมีค่าเช่นไรขึ้นกับการที่ผู้มารับบริการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับว่า ตรงตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ คุณภาพการให้บริการเป็นความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้มารับบริการคาดหวังหรือปรารถนากับสิ่งที่ผู้มารับบริการได้รับจริง ซึ่งนักวิชาการทั้งสามได้พัฒนาแนวคิดในการประเมินคุณภาพการให้บริการจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า SERVQUAL เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ประการ ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง รูปลักษณ์หรือสภาพที่เห็นเป็นรูปธรรมจับต้องได้ เช่น สถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
2. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง สิ่งที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจต่อผู้ให้บริการ ว่ามีทั้งความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ และมีความสามารถในการให้บริการ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง การแสดงออกถึงความพร้อม ที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันกับความต้องการของลูกค้าในทันทีทันใด
4. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการ ด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้อง และครบถ้วน ตั้งแต่ขั้นตอนแรก และ
5. การเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ โดยให้ความสำคัญ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

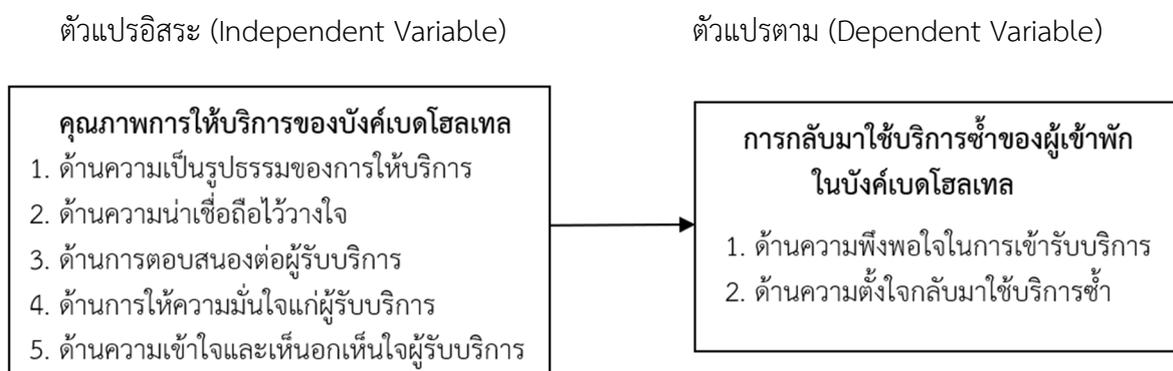
Aday, L.N. and Andersen, R. (1978) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบ 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ และความรู้สึที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ได้แก่ 1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) 2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) 3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information) 4. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) 5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการผู้ใช้บริการ (Quality of Care) และ 6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost)

แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

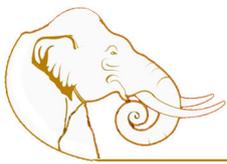
Kim et al. (2012) กล่าวว่า กลับมาใช้บริการซ้ำเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าและการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าว สืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจจะเกิดได้จากปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค โดยพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ มาเป็นระยะหนึ่งแล้ว จึงทำการซื้อหรือใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ Oliver, R. L. (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) และทัศนคติ (Attitude) เป็นจุดกำเนิดของการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ เปรียบได้ว่าความพึงพอใจคือภาพรวมของความสุขของลูกค้า และความพึงพอใจที่เกิดจากประสบการณ์เกี่ยวกับการให้บริการ และทัศนคติภายหลังการซื้อ กล่าวคือ ความแน่วแน่มของความรู้สึกทั้งที่เป็นกลาง เป็นบวกหรือเป็นลบ ส่วนใหญ่เป็นการประเมินที่เกิดจากประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการนั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอในส่วนก่อนหน้า สามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผู้มาเข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล ถนนราชปรารภ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร จำนวน 950 คน (คำนวณจากจำนวนผู้เข้าพักในปี พ.ศ. 2566) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) กำหนดค่าระดับความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 282 คน และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 300 คน และใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้มาเข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล ที่ยินดีให้ข้อมูลและมีความสะดวกในการตอบแบบสอบถามจนครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

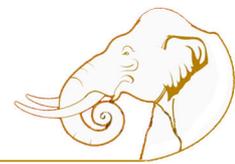
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และ 5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990)

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1. ด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ และ 2. ด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าสถิติพื้นฐานในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบดโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รวมถึงสถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient's Cronbach) เพื่อใช้ในการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม



ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล

จากการวิจัยพบว่า ผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 มีสัญชาติต่างประเทศ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อดำเนินงาน/ธุรกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และมีระยะเวลาเข้าพัก 2 คืน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

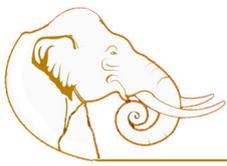
ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบังก์เบต

โฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวม

(n=300)

คุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	4.21	.629	มากที่สุด
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.08	.707	มาก
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.10	.631	มาก
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.05	.650	มาก
5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	4.08	.714	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	.581	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงถึงคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .581) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .629) รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .631) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .707) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .714) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .650) ตามลำดับ



3. ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวม

(n = 300)

ปัจจัยกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพัก ในบังก์เบตโฮสเทล	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ	4.11	.670	มาก
2. ด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการ	4.18	.641	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	.608	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงถึงปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .608) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = .641) รองลงมาคือด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .670) ตามลำดับ

4. คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	P-value
	B	Beta		
Constant	1.531		11.580	.001*
คุณภาพการให้บริการ				
ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	.109	.113	2.359	.019*
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	.254	.295	5.709	.001*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.164	.170	3.323	.001*
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	.135	.144	3.044	.003*
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	.219	.256	5.103	.001*

R = .861 R² = .742 Adjusted R² = .737 Std. Error of the Estimate = .312

F Change = 168.842 Sig = .001

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed)



จากตารางที่ 3 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .861 และสามารถร่วมกันพยากรณ์การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล ได้ร้อยละ 74.2 จากด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ($B = .254, t = 5.709, P\text{-value} = .001$) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ($B = .219, t = 5.103, P\text{-value} = .001$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($B = .164, t = 3.323, P\text{-value} = .001$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($B = .135, t = 3.044, P\text{-value} = .003$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ($B = .109, t = 2.359, P\text{-value} = .019$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .312$ โดยเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.531 + 0.254(X_2) + 0.219(X_5) + 0.164(X_3) + 0.135(X_4) + 0.109(X_1)$$

ให้ \hat{Y} แทน การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

X_1 แทน ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

X_2 แทน ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

X_3 แทน ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

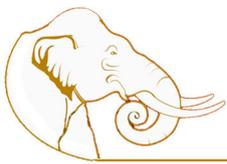
X_4 แทน ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

X_5 แทน ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลและเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยอธิบายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. **คุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร** พบว่า คุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล มีการรับรู้เชิงประจักษ์ว่า พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมในการต้อนรับสามารถดูแลให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง เมื่อลูกค้าประสบปัญหาพนักงานสามารถเข้ามาช่วยเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ โฮสเทลมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี สะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัย อีกทั้งมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก เป็นทางการ รวมถึงพนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า เข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าที่เข้าพัก จึงสามารถสร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาพักในบังก์เบตโฮสเทลได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ที่กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service Quality) เกิดจากประสบการณ์หรือการรับรู้ของผู้มารับบริการ โดยพัฒนาแนวคิดในการประเมินคุณภาพการให้บริการจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า SERVQUAL เพื่อเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ประการ ได้แก่ ความเป็น

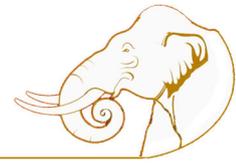


รูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือของการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการเข้าใจลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและความรับรู้คุณภาพ การให้บริการจากผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของตรีเนตร ต้นตระกูล (2563) ทำการศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดภูเก็ต” ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดภูเก็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

2. ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
พบว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร มีความประทับใจในคุณภาพการให้บริการของพนักงานและรู้สึกปลอดภัยทุกครั้งเมื่อได้เข้ามาใช้บริการโฮสเทลแห่งนี้ และมีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทางโฮสเทลจัดให้ ได้แก่ ห้องพัก ห้องส่วนกลาง เป็นต้น และรู้สึกว่าการใช้จ่ายที่เข้ามาใช้บริการโฮสเทลมีความเป็นธรรม คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป อีกทั้งยังคาดว่าจะพาสมาชิกในครอบครัว และแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการโฮสเทลแห่งนี้อีกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kim et al. (2012) ที่กล่าวว่า กลับมาใช้บริการซ้ำเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าและการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาเกิด ความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าว สืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจจะเกิดได้จากปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค โดยพิจารณาตัดสินใจ ซื้อในสินค้าหรือบริการใด ๆ มาเป็นระยะหนึ่งแล้ว จึงทำการซื้อหรือใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมอย่างต่อเนื่อง การกลับมาใช้บริการซ้ำดังกล่าว สืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดได้จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของลูกค้าเองเป็นหลัก และสอดคล้องกับแนวคิดของจางรุภา สายโยช (2559) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ คือ การที่ลูกค้าที่ได้ใช้บริการ หรือซื้อสินค้าแล้วเกิดความประทับใจ จนได้กระทำการบริโภคหรือใช้บริการนั้นซ้ำอีก และสอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของสรินโณ สอดสี (2565) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำร้านอาหารระดับหรูของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.91 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ กระบวนการส่งมอบและบริการที่รวดเร็วอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อภิปรายผลการศึกษานเฉพาะการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

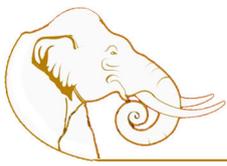
สมมติฐานที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า บังก์เบตโฮสเทลสามารถบริการให้ลูกค้าสามารถสัมผัสและรับรู้เชิงประจักษ์ถึงคุณภาพการบริการที่เป็นรูปธรรม โดยพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโฮสเทลมีความพร้อมในการต้อนรับ มี



บุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาฉะฉาน พร้อมให้บริการด้วยความคล่องแคล่วว่องไว แต่งกายสุภาพด้วยชุดยูนิฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ และบังคับเบตโฮสเทลมีการติดป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน และจัดสถานที่เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการอย่างเป็นสัดส่วน รวมถึงจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริการไว้อย่างครบครัน เช่น อุปกรณ์อาบน้ำ ไดรเป่าผม ปลั๊กไฟ ที่จอดรถและอินเทอร์เน็ต ตลอดจนมีการตกแต่งสถานที่ทั้งภายในโฮสเทลและบริเวณโดยรอบให้มีความสวยงาม เพื่อให้ลูกค้าได้รับบรรยากาศที่ดีและเกิดความรู้สึกประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของโสธยา สุภาพผล และคณะ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการมีอำนาจการทำนายร้อยละ 67.90 โดยคุณภาพด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีสภาพแวดล้อมที่สวยงามและเป็นระเบียบ และรวมไปถึงมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

สมมติฐานที่ 2 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังคับเบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าบังคับเบตโฮสเทลสามารถบริการให้ผู้เข้าพักเกิดความรู้สึกเชื่อถือและไว้วางใจ โดยบังคับเบตโฮสเทลมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และเป็นทางการ มีระบบบริหารและจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาไว้กับลูกค้า รวมถึงพนักงานสามารถให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลต่าง ๆ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนบังคับเบตโฮสเทลมีระบบการลงทะเบียนเพื่อจองห้องพักหรือแจ้งเข้าพักและแจ้งออกด้วยระบบออนไลน์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของกมลชนก หมี่ปาน และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด” ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการขนส่งในด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัดของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

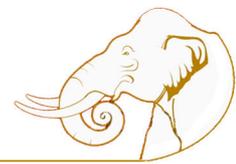
สมมติฐานที่ 3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังคับเบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าบังคับเบตโฮสเทลให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการ โดยบริหารจัดการพนักงานมีจำนวนเพียงพอเพื่อสามารถดูแลให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง มีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการเข้าพักได้ครบถ้วน และเมื่อลูกค้าประสบปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือ พนักงานบังคับเบตโฮสเทลเข้าให้การช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างเต็มอ้อมอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเมื่อบังคับเบตโฮสเทลได้รับการติดต่อจากลูกค้าสามารถติดต่อประสานงานกลับอย่างรวดเร็ว ตลอดจน



สามารถให้บริการได้ชื่อตรงตามข้อเสนอที่ประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาให้แก่ลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษ
ของกรณีศึกษา ผลเจริญ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียกับชาวยุโรป” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัย
ด้านคุณภาพการให้บริการของที่พักราคาประหยัดในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อความพึงพอใจที่
พักราคาประหยัดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ร้อยละ 96.8 ในด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเอา
ใจใส่ลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ และด้านความเป็นรูปธรรม
ของการบริการ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ร้อยละ 90.7 ในด้านการตอบสนองลูกค้า ด้าน
การเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ตามลำดับ อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลต่อความพึง
พอใจที่พักราคาประหยัดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเป็นลำดับสูงสุด

สมมติฐานที่ 4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า บังก์เบตโฮสเทลสามารถบริการให้ผู้เข้าพักเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นใน
คุณภาพ เนื่องจากบังก์เบตโฮสเทลมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวผู้มีความต้องการที่พักในรูปแบบ
โฮสเทล และมีคะแนนในเว็บไซต์ที่อยู่ในระดับดี พนักงานโฮสเทลสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน
ตรงไปตรงมา อีกทั้งยังมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีความสะอาดถูกสุขลักษณะอนามัยตามมาตรฐาน
รวมถึงพนักงานบังก์เบตโฮสเทลสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดระยะเวลาปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผล
การศึกษาของสุทัต วันนิจ และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2565) ทำการศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการและ
ประสิทธิภาพในการส่งมอบงานที่ส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้างานซ่อมบำรุง” ผลการวิจัย
พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า (Beta=0.420) มีอิทธิพลต่อการใช้บริการอย่าง
ต่อเนื่องของลูกค้างานซ่อมบำรุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

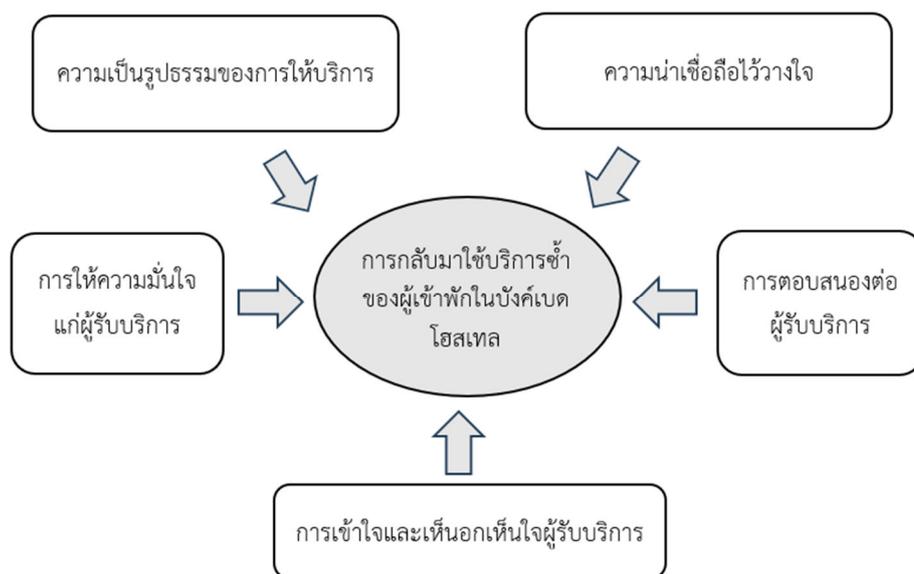
สมมติฐานที่ 5 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้า
พักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า พนักงานของบังก์เบตโฮสเทลให้บริการลูกค้าผู้มาใช้บริการอย่างเท่าเทียม
กัน ไม่เลือกปฏิบัติ โดยสามารถทำความเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าที่เข้าพักได้
 อีกทั้งทางบังก์เบตโฮสเทลยังมีความใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า มีการส่งการ์ดอวยพรลูกค้า
ประจำในวันพิเศษ เพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารู้ว่าบังก์เบตโฮสเทลให้ความสำคัญและบริการด้วยหัวใจ
 สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของอมรรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจใน
คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง”
 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอ



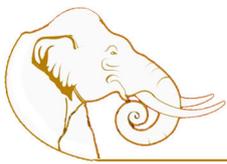
เมือง จังหวัดตรัง ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น ส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Beta= 0.224) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

องค์ความรู้จากการวิจัย

ความพึงพอใจและการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร นั้น เกิดจากคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทลที่ทำให้ลูกค้าสามารถสัมผัสและรับรู้เชิงประจักษ์ถึงคุณภาพการบริการที่เป็น **รูปธรรม** ทั้งความพร้อมและบุคลิกภาพของพนักงาน การจัด/ตกแต่งสถานที่อย่างสวยงามและเป็นสัดส่วน มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการแก่ผู้เข้าพักอย่างครบครัน และยังสามารถบริการให้ผู้เข้าพักเกิดความรู้สึก **เชื่อถือไว้วางใจ** โดยให้บริการได้ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาไว้ และมีระบบการจอง/แจ้งเข้า-ออกด้วยระบบออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งยังให้ความสำคัญกับการ **ตอบสนองความต้องการ**ของลูกค้า สามารถดูแลแนะนำรายละเอียดการเข้าพักและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เมื่อลูกค้าประสบปัญหาสามารถเข้ามาช่วยเหลือได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงให้บริการอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ สามารถ **ทำความเข้าใจ**ถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เข้าพัก มีบริการเพิ่มเติมทั้งในโอกาสพิเศษและเทศกาลสำคัญเพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณโฮสเทลให้ความสำคัญและบริการด้วยหัวใจ ตลอดจนชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักในหมู่ที่พักในรูปแบบโฮสเทล จนได้รับคะแนนในเว็บไซต์ที่กานันตีได้ถึงคุณภาพการบริการและระบบรักษาความปลอดภัยได้มาตรฐาน ทำให้ผู้เข้าพักเกิด **ความมั่นใจ** และเชื่อมั่นในบังก์เบตโฮสเทล ซึ่งเมื่อผู้เข้าพักได้รับประสบการณ์การเข้าพักที่ดี จนเกิดความประทับใจและพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทลที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น จึงส่งผลให้ผู้เข้าพักเกิดทัศนคติที่ดีต่อบังก์เบตโฮสเทล ก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้จากการวิจัย



สรุป

1. คุณภาพการให้บริการของบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .581) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .629) รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .631) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .707) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .714) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .650) ตามลำดับ

2. ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .608) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = .641) และด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .670) ตามลำดับ

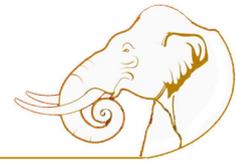
3. คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .861 และสามารถร่วมกันพยากรณ์การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 74.2 จากด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.312

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ หากจัดบรรยากาศหรือตกแต่งโฮสเทลและภูมิทัศน์โดยรอบให้สวยงามยิ่งขึ้น หรือเพิ่มการตกแต่งให้เข้ากับเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ จะดึงดูดผู้เข้าพักเพิ่มขึ้นรวมทั้งอาจออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง (Common area) ซึ่งเป็นเสน่ห์ของโฮสเทล ให้สามารถทำกิจกรรมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และบรรยากาศทางสังคมที่ดีแก่ผู้เข้าพักได้ เช่น มุมเกมส์กระดาน มุมหนังสือ มุมถ่ายรูป เป็นต้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นของโฮสเทลโดยละเอียด เพื่อให้พนักงานมีความรู้ที่จะตอบคำถามของผู้เข้าพักได้อย่างมีอาชีพและแสดงถึงความพร้อมในการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ และโฮสเทลยังสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับระบบจัดการจองห้องพักให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถอัปเดตข้อมูลห้องพักให้ถูกต้อง เพื่อลดข้อผิดพลาดต่างๆ ทำให้ผู้เข้าพักเกิดความไว้วางใจและมีชื่อเสียงในการให้บริการที่ดี



3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โฮสเทลให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดช่องทางรับความคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และควรเตรียมข้อเสนอและเงื่อนไขพิเศษเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงกับความต้องการ เมื่อผู้เข้าพักพึงพอใจและประทับใจในบริการ อาจส่งผลให้เกิดการบอกต่อกันปากต่อปาก ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อโฮสเทลอีกด้วย

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ หากผู้บริหารโฮสเทลสร้างวิสัยทัศน์ร่วมให้พนักงานมีความเข้าใจในงานบริการจะทำให้สามารถปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันได้ดี ควรส่งเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยีเพื่อรองรับผู้เข้าพักอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประเมินผลการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นความพร้อมและพัฒนาคุณภาพบริการ รวมถึงร่วมมือกับผู้ประกอบการโฮสเทลอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และยกระดับมาตรฐานธุรกิจที่พักให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

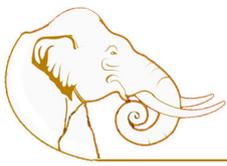
5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ หากพนักงานมีทักษะในการสังเกตและทำความเข้าใจในการรับรู้ความรู้สึกของผู้เข้าพัก จะสามารถบริการและช่วยเหลือผู้เข้าพักได้อย่างตรงจุดและรวดเร็ว รวมถึงหากโฮสเทลมีระบบลูกค้าสัมพันธ์ในการจัดการบันทึกข้อมูลผู้เข้าพัก เมื่อผู้เข้าพักเก่ากลับมาใช้บริการอีกครั้งจะสามารถกล่าวทักทายได้ในทันที ซึ่งจะสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าพักสามารถรับรู้ถึงความจริงใจในการให้บริการและจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้เข้าพักในบังก์เบตโฮสเทล เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เท่านั้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักในโฮสเทลหรือโรงแรมประเภทและพื้นที่อื่น ๆ อาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป ควรมีการขยายพื้นที่ในการทำวิจัยให้กว้างมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันนี้ในพื้นที่อื่นในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะทำให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้เรื่องการให้บริการของโฮสเทลหรือที่พักประเภทอื่นที่กว้างขวางขึ้นต่อไป

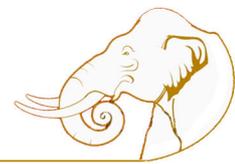
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการเพิ่มเติม เช่น ทักษะคติของลูกค้ายูมาใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักรูปแบบต่างๆ หรือมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาพักของนักท่องเที่ยวในอนาคต

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงผสมผสานหรือเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่พักโฮสเทลหรือโรงแรม หรือทำการสนทนากลุ่มระหว่างนักท่องเที่ยวผู้เข้าพัก เพื่อให้สามารถได้รับข้อมูลที่มีรายละเอียด และมีข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ทำให้นำเสนอข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้สูงสุด เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยใหม่ ๆ ไปพัฒนาธุรกิจโฮสเทลให้มีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก หมี่ปาน และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งแอนด์ที่ เอ็กซ์เพรส จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566- 2570). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรรณิกา ผลเจริญ. (2563). ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียกับชาวยุโรป. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จารุภา สายโยช. (2559). อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจความไว้วางใจ เชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ตรีเนตร ต้นตระกูล. (2563). “คุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดภูเก็ต”. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 6(3), 49 – 59.
- ธนาวุฒิ ศุภางคะรัตน์. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประชาชาติธุรกิจ. [ออนไลน์]. (2566). “โฮสเทล” ฟิ้นแค่ 1 ใน 5 LUK Hostel ชงดึง KOL บูมเที่ยวไทย. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-1441521>. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2567.
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรณ. (2559). *The Hostel Bible*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ชูเปอร์กรีนสตูดิโอ.
- วัชรพงศ์ รัตสุขพิมล. (2562). “การวิเคราะห์ธุรกิจโฮสเทลในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร: โครงสร้างตลาดและการแข่งขัน”. วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช 32(1), 43 - 62.
- สปริงนิวส์. [ออนไลน์]. (2565). ระดับดาวโรงแรม วัดอย่างไร แต่ละดวงมีที่มา. เข้าถึงได้จาก <https://www.springnews.co.th/spring-life/821632>. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2567.
- สรินโญ สอดสี. (2565). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำร้านอาหารระดับหรูของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- สุทัต วันนิจ และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2565). “คุณภาพการบริการและประสิทธิภาพในการส่งมอบงานที่ส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้างานซ่อมบำรุง”. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน* 4(2), 1 - 16.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- โสธยา สุภาพผล และคณะ. (2564). “ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท”. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์* 10(3), 278 - 291.
- อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์. (2564). *ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- Aday, L.N. and Andersen, R. (1978). “Theoretical and Methodological Issues in Sociological Studies of Consumer Satisfaction with Medical Care”. *Social Science and Medicine* 12(4), 83 - 92.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper and Row.
- Kim et al. (2012). “Factor Influencing Internet Shopping Value and Customer Repurchase Intention”. *Electronic Commerce Research and Application* 11(4) : 374 - 387.
- Oliver, R. L. (1980). “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions”. *Journal of Retailing* 17(4), 460 - 469.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1990). *Delivery Quality Service:: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.
- Travelness.com. [ออนไลน์]. (2567). *Top 20 Most Visited Cities in the World*. เข้าถึงได้จาก <https://travelness.com/most-visited-cities-in-the-world>. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2567.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.