

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565”, สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2565. <https://www.mots.go.th/news/category/657>.

20 มกราคม, 2566.

กฤติยา ทองคำ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรม 3-5 ดาว ในภาคใต้ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564.

_____. “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจโรงแรม”, ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/Services/Hotels/IO/Hotel-2022-2024>. 20 มกราคม, 2566.

กฤษณะ ดาราเรือง. “การรับรู้คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์”, วารสารวิทยาลัยดุติธานี. 12(1): 57-70; พฤษภาคม, 2561.

กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561.

ณัฐนันท์ ขวัญทอง. การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.

ตรีภักต์ บุญถม. คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2563.

ธงสราร ศิริธัญรัตน์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2563.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2554.

บิณฑิชา พุทธเกิด. “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเชียงใหม่”, วารสารเกษมบัณฑิต. 20(1): 40-52; มกราคม-มิถุนายน, 2562.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำ โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- ปาริชาติ ภัทรพานิชชัย. ตัวประมาณสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสอดคล้องที่ปรับใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2563.
- พชร เกษโกศล. “อิทธิพลของคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมและรีสอร์ท ในเขตพื้นที่ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา”, วารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 4(3): 102-114; ตุลาคม-มกราคม, 2562.
- พรวลา ประโยชน์อมรกุล และศศิธร จัวนพันธ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอเต็ลอินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต”, วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และ การบริหารธุรกิจ. 4(2): 309-332; เมษายน-มิถุนายน, 2557.
- พิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา, อรจันทร์ ศิริโชติ และนิจกานต์ หนูอุไร. “การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”, วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 33(2): 86-99; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2563.
- มะลิวรรณ ช่องงาม. “ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมอมารีดอนเมือง”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 10(2): 229-237; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2559.
- นันทพร กุดหินนอก. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- รสสุคนธ์ แซ่เฮีย. ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสมการตลาด บริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

วรชญา ทวีพงษ์ และจิรวัดน์ ทิพย์รส. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการโรงแรม
เครือบลูมังกีไฮเทล์ จังหวัดภูเก็ต หลังเปิดโครงการแซนด์บ็อกซ์”, ใน การประชุมนำเสนอ
ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. น. 95-105.

อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2564.

วสุธิดา นุริตมนต์. “อิทธิพลของคุณภาพบริการและการบริหารความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้
บริการซ้ำ: การศึกษาเชิงประจักษ์ ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”,
วารสารสุทธิปริทัศน์. 33(105): 175-186; มกราคม-มีนาคม, 2562.

วิริยา จันทร์ทอง. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสั่งซื้อ
อาหารออนไลน์ผ่านฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2563.

ศิมาภรณ์ สิทธิชัย. “การวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม”, วารสารนักบริหาร. 35(1):
64-74; มกราคม-มิถุนายน, 2558.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2560.

โสภิสฐา เต็มรัตน์. คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในโรงแรมระดับ 5 ดาว
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
ศิลปากร, 2561.

สิริวิมล ประทุม. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทโรงแรม ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2562.

เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อ
ความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้า
อิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2564.

อรรถกร จัตกุล. “บทบาทของชุมชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์
กรณีศึกษาชุมชนวนอุทยานเขากระโดง”, วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
10(1): 167-182; มกราคม-มิถุนายน, 2561.

อารยา บุญปลูก. คุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียงและความคุ้มค่าด้านราคา ที่มีอิทธิพล
ต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อโรงแรมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2561.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- อุดม สมบูรณ์ผล “การจัดการคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรม ขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดปทุมธานี”, **วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล**. 7(2): 197-207; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2564.
- อัญธิกา แก้วศิริ. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2560.
- Cortina, J. M. “What is coefficient alpha? An examination of theory and applications”, **Journal of Applied Psychology**. 78(1): 98; February, 1993.
- Hair, J. F. and et al. **Multivariate data analysis**. New Jersey: Prentice-Hall, 2005.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. “Determining Sample Size for Research Activities”, **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): 607-610; March, 1970.
- Kotler, P. and Keller, K. L. **Marketing Management**. 15th ed. Kendallville: Pearson Education, 2016.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality”, **Journal of Marketing**. 49(4): 41-50; Autumn, 1985.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: The free press, 1990.
- Zeithaml, V., Berry, L. and Parasuraman, A. “The Behavioral Consequences of Service Quality”, **Journal of Marketing**. 60(2): 31-46; April, 1996.