

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มีขอบเขตเนื้อหา คือ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ ครั้งนี้เป็นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จากคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง เพื่อระบุระดับความพึงพอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริงกับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการดังกล่าว โดยกำหนดกรอบการวัดความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงไว้ 10 ด้าน ตามองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย สร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ลูกค้าชาวต่างชาติ ที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม พาราซอล อินน์ ซึ่งเป็นผู้ที่เดินทางมาด้วยตนเองหรือไม่ได้เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ จากอัตราการเข้าพักของลูกค้าห้องพักโรงแรม พาราซอล อินน์ ในปี 2552 มีลูกค้าชาวต่างชาติทั้งสิ้น 1,958 ราย (ฝ่ายบริหารโรงแรมพาราซอล อินน์, 2553) ซึ่งแบ่งออกเป็นทวีปยุโรปเหนือ 73 ราย ทวีปยุโรปตะวันออก 19 ราย ทวีปยุโรปตะวันตก 730 ราย ทวีปยุโรปใต้ 314 ราย ทวีปอเมริกาเหนือ 313 ราย ทวีปออสเตรเลีย 294 ราย ทวีปเอเชีย 196 ราย และทวีปอเมริกาใต้ 19 ราย

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างที่จะศึกษา ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 5% โดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 322 คน ซึ่ง จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการโรงแรม พาราซอล อินน์ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และสามารถสื่อสารได้ด้วยภาษาอังกฤษ โดยกำหนดจำนวนการเก็บตัวอย่างโดยคิดเทียบสัดส่วนของลูกค้าชาวต่างประเทศแต่ละทวีป ดังนี้

ทวีป	ประเทศ	จำนวน ลูกค้า (คน)	สัดส่วน (%)	จำนวน การเก็บ ตัวอย่าง (ชุด)	จำนวน ตัวอย่างที่ เก็บได้จริง (ชุด)
ยุโรปเหนือ	เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ สก๊อตแลนด์ สวีเดน สก๊อต แลนด์ เวลส์	73	4%	12	12
ยุโรปตะวันออก	สโลวีเนีย บัลกาเรีย ฮังการี ยูเครน	19	1%	3	3
ยุโรปตะวันตก	ออสเตรีย เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร	730	37%	120	62
ยุโรปใต้	อิตาลี โปรตุเกส สเปน ยูโกสลาเวีย กรีซ	314	16%	52	110
อเมริกาเหนือ	สหรัฐอเมริกา แคนาดา	313	16%	52	52
ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์	294	15%	48	48
เอเชีย	จีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ ไต้หวัน	196	10%	32	32
อเมริกาใต้	อาร์เจนตินา บราซิล ชิลี	19	1%	3	0
อื่นๆ	คอस्टาริกา	0	0%	0	3
รวมทั้งหมด		1,958	100%	322	322

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากลูกค้าชาวต่างประเทศที่ใช้บริการห้องพักโรงแรม พาราชอล อินน์ จำนวน 322 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เอกสารอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อทราบถึงระดับความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการ เป็นภาษาอังกฤษ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ประเทศที่มาเหตุผลในการเข้าพัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาเข้าพัก การจองห้องพักก่อนเข้าพัก แหล่งข้อมูลของโรงแรม และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่เข้าพัก โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริง ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยได้ดัดแปลงจากแบบวัดของ Atilla Akbaba (2006) Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย สร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยลักษณะคำถามนั้นวัดโดยใช้ลิเคอร์ทสเกลแบบ 7 ระดับ โดยระดับความคาดหวังและการรับรู้ จะเรียงลำดับจาก น้อยไปมาก ระดับ 1 แสดงถึงระดับต่ำสุด และจะเพิ่มขึ้นตามค่าของตัวเลข จนถึงระดับ 7 ซึ่งแสดงถึงระดับของความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการสูงสุด

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถาม ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยจากการทดสอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ที่ $\text{Alpha} = 0.943$ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความเชื่อมั่นน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ เพราะมีค่าสูงกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลส่วนบุคคลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การแปลความหมายความคาดหวังและการรับรู้ ใช้เกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 7 ระดับ โดยจัดระดับคะแนนเฉลี่ยที่ได้ตามช่วงคะแนนการวัด และใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับ}} \\ &= \frac{7-1}{7} \\ &= 0.86 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย 6.15 – 7.00 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.30 – 6.14 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.44 – 5.29 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.58 – 4.43 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.72 – 3.57 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.87 – 2.71 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.86 หมายถึงความคาดหวัง/การรับรู้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวัดความพึงพอใจ วิเคราะห์จากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ในคุณภาพการบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการนำค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการลบออกจากค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในคุณภาพการบริการ และวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติอ้างอิง t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

โดยกำหนดเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการตามหลักการของ Parasuraman, Zeithaml; & Berry (1989: 133) ดังนี้

ผลต่างของคะแนนการรับรู้และคะแนนความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่า เป็น + หมายถึง การบริการมีคุณภาพสูง พอใจมากหรือประทับใจในคุณภาพของการบริการ

ผลต่างของคะแนนการรับรู้และคะแนนความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่า เป็น - หมายถึง การบริการมีคุณภาพต่ำหรือไม่พอใจในคุณภาพของการบริการ

ผลต่างของคะแนนการรับรู้และคะแนนความคาดหวังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายถึง การบริการมีคุณภาพปานกลางหรือพอใจในคุณภาพของการบริการ

ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาการศึกษารวมทั้งสิ้น 1 ปี 2 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553 - เดือนกันยายน พ.ศ. 2554 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1-31 กรกฎาคม พ.ศ. 2554

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

โรงแรมพาราซอล อินน์ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่