

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลด์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ผู้ศึกษานำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population) ได้แก่ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการห้องพัก โรงแรมกิจตรงวิลด์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในช่วงเดือนธันวาคม 2566-มกราคม 2567 ซึ่งผู้ศึกษาได้ทราบจำนวนประชากรจากลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักในเดือน ธันวาคม 2565-มกราคม 2566 จำนวน 800 คน นำจำนวนดังกล่าวไปใช้ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังปรากฏในข้อ 3.1.2 (ซ้ดาคำนวณ, 2566: สัมภาษณ์)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการห้องพัก โรงแรมกิจตรงวิลด์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อย่างน้อย 1 ครั้ง พื้นที่เก็บข้อมูลคือ โรงแรมกิจตรงวิลด์ รีสอร์ท จากการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 260 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 265 คน

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยจะทำการเก็บข้อมูลบริเวณล็อบบี้ส่วนหน้าของโรงแรม เมื่อลูกค้ามาคืนกุญแจห้องพักเพื่อออกจากโรงแรม

โดยกลุ่มตัวอย่างลูกค้า 265 คน จากประชากรทั้งหมด 800 คน จึงสุ่มทุกๆ 3 คน เลือกเก็บ 1 คน
ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 2 เดือน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะแบบตอบเพียง 1 คำตอบ มีเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรมภายในโรงแรม ความน่าเชื่อถือของพนักงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความมั่นใจกับลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม ความเอาใจใส่ของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม ซึ่งประกอบไปด้วย การตั้งใจซื้อความไม่อ่อนไหวต่อราคา การบอกต่อแนะนำผู้อื่น และพฤติกรรมการร้องเรียน

รูปแบบลักษณะแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความภักดีของลูกค้า

3.3.2 นำผลของการศึกษาตามข้อ 3.3.1 มาสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัย

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตามกรอบแนวความคิด แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและความครอบคลุมเนื้อหาที่จะทำการสำรวจ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

3.3.4 นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย จำนวน 3 ท่าน แล้วทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากข้อคำถาม 34 ข้อ มีจำนวน 31 ข้อ มีค่าเท่ากับ 1 และมีจำนวน 3 ข้อ มีค่าเท่ากับ 0.67 ซึ่งทุกข้อมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.5 ถือว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (ตารางค่าความดัชนีความสอดคล้อง IOC แสดงไว้ที่ภาคผนวก)

3.3.5 การทดสอบแบบสอบถาม

3.3.5.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดอุบลราชธานีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.3.5.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)

ตารางที่ 3.1 ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม (ข้อ)	ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)
ตัวแปรต้น (คุณภาพการบริการ)		
1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	5	0.92
2. ความน่าเชื่อถือ	4	0.86
3. การตอบสนอง	5	0.95
4. การให้ความมั่นใจ	4	0.89
5. ความเอาใจใส่	4	0.93
รวม	22	0.98
ตัวแปรตาม (ความภักดีของลูกค้า)		
1. ความตั้งใจซื้อ	3	0.93
2. ความไม่อ่อนไหวต่อราคา	3	0.80
3. การบอกต่อ	3	0.92
4. พฤติกรรมการร้องเรียน	3	0.77
รวม	12	0.95

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัตหรือค่าความน่าเชื่อถือแต่ละปัจจัยอยู่ระหว่าง 0.77-0.95 โดยตัวแปรต้นคุณภาพการบริการมีค่ารวมเท่ากับ 0.98 และตัวแปรตามความภักดีของลูกค้ามีค่ารวมเท่ากับ 0.95 ซึ่งทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.70 (Cortina, 1993) ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เบื้องต้น ดังนั้น แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพัก โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 265 ฉบับ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่ายกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษา และค้นคว้าบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือเอกสารทางวิชาการ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรม จากงานวิจัยของผู้อื่นที่ได้ทำการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้า

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม มีแนวทางในการวิเคราะห์และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสังเคราะห์ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

3.5.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และความภักดีของลูกค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) มีการตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปทำการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม โดยการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มี 3 ตัวแปรทำการวิเคราะห์โดยวิธี F-Test (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

3.5.4 การทดสอบความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม โดยใช้การวิเคราะห์แบบการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Sample Correlation Analysis) มีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Hair et al., 2005) ดังนี้

ขนาดความสัมพันธ์ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ขนาดความสัมพันธ์ 0.01-0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ขนาดความสัมพันธ์ 0.31-0.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ

ขนาดความสัมพันธ์ 0.51-0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ขนาดความสัมพันธ์ 0.71-0.90 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง

ขนาดความสัมพันธ์ 0.91-1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

3.5.5 การทดสอบอิทธิพลของ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติพื้นฐาน

3.6.1.1 ร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 ความถี่ (Frequency)

3.6.1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.6.1.4 ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน (Standard Deviations)

3.6.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

3.6.2.1 การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item-Objective Congruence)

3.6.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา (Cronbach Alpha)

3.6.3 สถิติทดสอบสมมติฐาน

3.6.3.1 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

3.6.3.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Sample Correlation Analysis)

3.6.3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี