

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนามาตรวัดคุณภาพบริการและรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมเฉพาะกลุ่ม 1- 4 (กลุ่มโรงแรมระดับราคาคืนละ 500 บาทขึ้นไป) ในจังหวัดเชียงใหม่

2. กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางกำหนดการสุ่มตัวอย่างของ Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 ราย (สุวิมล ตีรกันันท์, 2546: 199)

ในการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ได้แก่

**ขั้นตอนที่ 1** การเลือกรายชื่อโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มรายชื่อโรงแรมจากรายชื่อของโรงแรมกลุ่ม 1 - 4 ในจังหวัดเชียงใหม่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 1 ภาคเหนือด้วยวิธี Systematic Random Sampling โดยเลือกทุกรายชื่อที่ 3 ซึ่งจากรายชื่อโรงแรมที่สุ่มได้จากโรงแรมทั้ง 4 กลุ่มนี้จะเลือกตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มละ 100 คน

### ตารางที่ 3.1 วิธีการสุ่มโรงแรมจากกลุ่มตัวอย่าง

โรงแรมกลุ่ม	จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยว(ราย)	โรงแรมที่สุ่มได้	จำนวน โรงแรม
1	100	$a_{13}, b_{16}, c_{19} \dots$	7
2	100	$A_{23}, b_{26}, c_{29} \dots$	4
3	100	$A_{33}, b_{36}, c_{39} \dots$	6
4	100	$A_{43}, b_{46}, c_{49} \dots$	10

- หมายเหตุ a, b, c คือรายชื่อโรงแรม

โรงแรมที่สุ่มได้ =  $a_{xy}$  โดยที่ X คือกลุ่มของ โรงแรม

Y คือ โรงแรมทุกรายชื่อที่ 3 ที่ถูกสุ่มเป็นตัวอย่าง

**ขั้นตอนที่ 2** การหาจำนวนตัวอย่างลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมใน  
ขั้นตอนที่ 1

ใช้วิธี Proportionate Sampling เพื่อแบ่งจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเก็บ  
แบบสอบถามในแต่ละโรงแรมตามรายชื่อที่สุ่มได้ โดยจะเลือกจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็น  
สัดส่วนตามจำนวนห้องพักของโรงแรมจากรายชื่อที่สุ่มได้ และเลือกหน่วยตัวอย่างด้วยวิธีโควตา  
(Quota)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้น โดยมี  
ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการก่อนสร้างแบบสอบถาม โดยการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  
เพื่อรวบรวมข้อคำถาม

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแบบสอบถามโดยการนำข้อคำถามที่รวบรวมได้มาคัดกรองโดยการ  
ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการนำไปทดลองใช้ (Pretest)

โดยในขั้นตอนต่างๆดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการก่อนสร้างแบบสอบถาม

1.1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ ตามกรอบแนวคิดของ Parasuraman และคณะ(1988) ซึ่งพบว่าองค์ประกอบคุณภาพบริการมี 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) โดยมีรายการย่อย ในแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 3.2 องค์ประกอบคุณภาพบริการจากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ (1988)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	รายการข้อคำถาม
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	1. โรงแรมควรมีเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย 2. โรงแรมควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่สวยงาม 3. พนักงานของโรงแรมควรแต่งกายดี สุภาพเรียบร้อย 4. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของโรงแรมควรมีลักษณะเหมาะสมกับการใช้งานในโรงแรม
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	5. เมื่อทางโรงแรมสัญญาว่าจะให้บริการใดๆ ในเวลาที่เฉพาะเจาะจง ทางโรงแรมสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ตกลงไว้ 6. เมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหาทางโรงแรมควรให้ความเห็นอกเห็นใจในการแก้ปัญหา 7. ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจทางโรงแรมได้ 8. โรงแรมควรสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนด 9. การบันทึกรายการใช้บริการของโรงแรมเป็นไปอย่างถูกต้อง
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	10. พนักงานของโรงแรมสามารถแจ้งเวลาที่ใช้ในการให้บริการที่แน่นอนแก่ผู้มาใช้บริการได้ 11. พนักงานของโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้มาใช้บริการได้ในทันที

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	รายการข้อคำถาม
	12. พนักงานของโรงแรมมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการเสมอ 13. พนักงานของโรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	14. พนักงานของโรงแรมมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ 15. ผู้มาใช้บริการโรงแรมมีความรู้สึกปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการโรงแรม 16. พนักงานของโรงแรมมีความสุภาพ อ่อนน้อม 17. ทางโรงแรมควรให้การสนับสนุนพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่
5.การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	18. ทางโรงแรมให้ความสนใจในลักษณะเฉพาะของผู้มาใช้บริการแต่ละบุคคล 19. พนักงานของโรงแรมสามารถให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการได้เป็นรายบุคคล 20. พนักงานของโรงแรมรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ 21. พนักงานของโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุด 22. โรงแรมมีช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้มาใช้บริการ

1.2 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำแบบจำลอง SERVQUAL มาปรับปรุงใช้ใน งานวิจัยเพื่อศึกษาคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมของประเทศต่างๆ โดยการรวบรวมข้อคำถามที่ ใช้ในแบบสอบถามของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการของประเทศต่างๆ และเปรียบเทียบข้อ คำถามของแต่ละงานวิจัยดังนี้

1) ศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพบริการของ โรงแรม  
2) รวบรวมข้อคำถามจากการวิจัยในอดีตนำมาเปรียบเทียบกับข้อคำถาม ต้นแบบ ของ Parasuraman และคณะ (1988)

3) รวมข้อคำถามที่เหมือนกันไว้ด้วยกัน และนำข้อคำถามที่แตกต่างกันมาเรียง ต่อท้าย

1.3 ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยในเชียงใหม่จำนวน 10 รายเกี่ยวกับคุณภาพ บริการและความต้องการบริการต่างๆในการเข้าใช้บริการ โรงแรม เพื่อค้นหาปัจจัยที่แสดงถึงการ รับรู้คุณภาพบริการที่อาจมีเพิ่มขึ้นมาจากลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นเชียงใหม่

ด้วยวิธีการดังกล่าวสามารถรวบรวมรายการข้อคำถามต่างๆภายใต้องค์ประกอบคุณภาพ บริการ 5 ด้านได้ดังนี้

**ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) จำนวน 17 ข้อ ได้แก่**

1. พนักงานของโรงแรมแต่งกายประณีตเรียบร้อย
2. โรงแรมมีเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการในโรงแรม
3. ห้องพักของโรงแรมสะอาดและสะดวกสบาย
4. เครื่องตกแต่งในห้องพักสวยงาม
5. อุปกรณ์ต่างๆในห้องพักสวยงามและสะดวกสบาย
6. วัสดุสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการให้บริการ มีรูปลักษณ์สวยงามน่าหยิบอ่าน
7. โรงแรมมีเครื่องอำนวยความสะดวกในการบริการที่ทันสมัยอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
8. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ในห้องพักมีความสะดวกสบาย
9. เครื่องมือ อุปกรณ์ในการบริการได้รับการตกแต่งที่สวยงามสะอาด
10. สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสะอาดและมีคุณภาพเหมาะสำหรับการพักผ่อน
11. โรงแรมตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก
12. การ Check in และ Check out รวดเร็ว
13. วิธีการจองห้องพักสามารถทำได้โดยสะดวก
14. โรงแรมมีบริการอื่นๆที่หลากหลาย
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสุขภาพเช่น ห้องซาวน่า และห้องออกกำลังกาย

16. บรรยากาศเอื้อต่อการให้บริการ

17. มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและอุปกรณ์ดับเพลิงอย่างพอเพียง

**ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) จำนวน 10 ข้อ ได้แก่**

18. พนักงานให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และเข้าใจง่ายแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

19. พนักงานของโรงแรมสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก

20. เมื่อทางโรงแรมสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในโรงแรมแล้ว ให้บริการเสร็จเรียบร้อยตามเวลาที่กำหนด

21. เมื่อผู้มาใช้บริการในโรงแรมพบปัญหา ทางเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของโรงแรมแสดงความใส่ใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้อย่างทันท่วงที

22. โรงแรมสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด

23. ทางโรงแรมสามารถให้ความเป็นส่วนตัวแก่แขกได้เป็นอย่างมาก

24. การบันทึกการขายการให้บริการถูกต้อง ปราศจากข้อผิดพลาด

25. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดีเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

26. การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ

27. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและเชื่อถือได้

**การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่**

28. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ และสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง

29. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการเสมอ

30. พนักงานของโรงแรมสามารถแจ้งแก่ผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับเวลาให้บริการที่แน่นอนได้

31. พนักงานของโรงแรมพร้อมที่จะให้บริการแก่แขกผู้มาใช้บริการในทันที

32. พนักงานของโรงแรมมีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอเสมอ

**การให้ความมั่นใจ (Assurance) จำนวน 10 ข้อ ได้แก่**

33. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน

34. พนักงานของโรงแรมมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของแขกผู้มาใช้บริการในโรงแรม

35. พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อแขกที่มาพักในโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ

36. พฤติกรรมของพนักงานสามารถทำให้ผู้มาใช้บริการในโรงแรมมีความไว้วางใจ

37. พนักงานของโรงแรมมีทักษะในการปฏิบัติงานอย่างเชี่ยวชาญ

38. ทางโรงแรมสามารถทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในช่วงเวลาที่เข้าพักในโรงแรม
39. ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของผู้ใช้บริการ สามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างนุ่มนวล
40. การจัดทำรายการค่าใช้จ่ายต่างๆถูกต้อง ปราศจากข้อผิดพลาด
41. โรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย
42. พนักงานของโรงแรมสามารถทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในขณะที่ให้บริการ
- การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) จำนวน 8 ข้อ ได้แก่
43. พนักงานของโรงแรมมีความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับโรงแรม
44. พนักงานของโรงแรมสามารถแสดงความใส่ใจผู้มาใช้บริการอย่างเป็นทางการเป็นส่วนตัวได้ เช่น สามารถจำชื่อแขกที่เข้าพักได้
45. พนักงานของโรงแรมสามารถให้ความสนใจและบริการเฉพาะบุคคลแก่ผู้มาใช้บริการได้
46. พนักงานของโรงแรมเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของผู้มาใช้บริการในโรงแรม
47. พนักงานมีการให้บริการที่สะดวกทั้งเวลาและสถานที่
48. ทางโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการในโรงแรม
49. พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ต่อการบริการที่ดี
50. ทางโรงแรมให้บริการอาหารที่มีคุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 10 รายนั้น พบว่ามีรายการข้อคำถามที่เป็นความต้องการเพิ่มเติมจำนวน 2 ข้อ ได้แก่

51. การตกแต่งโรงแรมทั้งภายนอกและภายในควรมีบรรยากาศแบบล้านนา ของใช้ในห้องพักควรมีเอกลักษณ์สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมเชียงใหม่
52. ทางโรงแรมควรเน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น เครื่องแบบของพนักงาน การฝึกให้พนักงานใช้ภาษาท้องถิ่น การเพิ่มเมนูอาหารพื้นเมือง และควรมีกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น อาจมีการแสดงโชว์พื้นเมือง

## ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำข้อคำถามที่ได้ในขั้นเตรียมการมาพิจารณา โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 5 ด้าน ตามแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1988) และตัดทอนหรือรวบรวมข้อคำถามที่มีความซ้ำซ้อนออกไป แล้วนำข้อคำถามที่รวบรวมได้มากัดกรองโดยการปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งในขั้นตอนนี้ได้ทำการตัดข้อความที่เห็นว่าซ้ำซ้อน และรวมข้อความที่ใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกันบางส่วน ทำให้เหลือข้อความทั้งหมด 48 ข้อ

จัดทำแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้วิจัยรวบรวมได้ 48 ข้อ ซึ่งจะทำการวัดโดยใช้ลิเคอร์ต์สเกล 7 ระดับซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Comrey, 1988)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้วิจัยรวบรวมได้ 48 ข้อ ซึ่งจะทำการวัดโดยใช้ลิเคอร์ต์สเกล 7 ระดับ

ส่วนที่ 4 คุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมที่พักรับรองเป็นอย่างไร ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการ

### ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

#### การหาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและแก้ไข แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาตรวจสอบด้านเนื้อหา ความครอบคลุม ความชัดเจนและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

2. ตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนของภาษากับผู้เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจตรงกันของภาษาที่ใช้ ความถูกต้อง และความชัดเจนของภาษาก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง



### ตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัด (Scale)

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ทดสอบความตรงตามเนื้อหาแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการตรวจสอบค่าความเที่ยงด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยง 0.974 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีเกณฑ์ความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 ค่าความเที่ยงของแต่ละองค์ประกอบในแบบสอบถาม

องค์ประกอบ	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	15	0.898
ความน่าเชื่อถือ หรือ ไว้วางใจได้ (Reliability)	7	0.909
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	8	0.952
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	9	0.945
การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	9	0.880
รวมทุกองค์ประกอบ	48	0.974

โดยทั่วไปไม่มีกฎตายตัวสำหรับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคขั้นต่ำที่ถือว่ายอมรับได้ มาตรฐานโดยทั่วไปทางสายวิชาสังคมศาสตร์มักถือดังนี้ (Robinson & Shaver, 1973)

$\alpha \geq 0.9$  ถือว่าดีมาก (Excellent)

$0.8 \leq \alpha < 0.9$  ถือว่าดี (Good)

$0.7 \leq \alpha < 0.8$  ถือว่ายอมรับได้ (Acceptable)

$0.6 \leq \alpha < 0.7$  ถือว่าน่าสงสัย (Questionable)

$0.5 \leq \alpha < 0.6$  ถือว่าไม่ดี (Poor)

$\alpha < 0.5$  ถือว่าใช้ไม่ได้ (Unacceptable)

ในกรณีที่เป็นการวิจัยขั้นสำรวจ (Exploratory Research) อาจอนุโลมที่ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปให้เป็นระดับที่ยอมรับได้ (Robinson et al, 1991)

2. เมื่อพัฒนาเครื่องมือให้มีค่าความเที่ยงสูงแล้วจึงใช้เครื่องมือนี้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอีก 400 ราย เพื่อเป็นการยืนยันว่ามาตรวัดคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงสูงและเป็นมาตรวัดที่มีคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

3. ทำการตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัดที่ได้มาว่าสามารถวัดสิ่งที่ต้องการได้จริงในโรงแรมทุกกลุ่มตัวอย่าง (Scale Validity) โดยการทดสอบว่าคะแนนคุณภาพบริการที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้นสอดคล้องกับคะแนนคุณภาพบริการโดยรวมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้คะแนนในตอนท้ายของแบบสอบถาม โดยใช้วิธี One Way-ANOVA

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามจากขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจากโรงแรมที่ได้จากขั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำจดหมายขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังที่แผนกต้อนรับของโรงแรม เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมนั้นๆ

ช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลได้แก่ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551

โดยขั้นตอนการแจกแบบสอบถามของแต่ละโรงแรมจะต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละโรงแรม ตัวอย่างเช่น

1. พนักงานต้อนรับขอความร่วมมือผู้มาใช้บริการช่วยกรอกแบบสอบถามขณะรอเช็คอินหรือเช็คเอาท์ในการตอบแบบสอบถาม
2. พนักงานต้อนรับขอความร่วมมือจากแขกของโรงแรมซึ่งนั่งอยู่บริเวณส่วนต้อนรับ (Lobby) ของโรงแรมในการตอบแบบสอบถาม
3. พนักงานต้อนรับแจกแบบสอบถามให้ผู้มาใช้บริการที่เข้าพักขณะเช็คอิน แล้วขอความร่วมมือให้วางแบบสอบถามที่กรอกเสร็จแล้วไว้บนโต๊ะในห้องพักเพื่อรอพนักงานแม่บ้านไปเก็บในช่วงเวลาที่เข้าไปทำความสะอาด
4. พนักงานต้อนรับแจกแบบสอบถามให้ผู้มาใช้บริการที่เข้าพักขณะเช็คอิน แล้วขอความร่วมมือให้นำแบบสอบถามมาส่งคืนตอนเช็คเอาท์
5. พนักงานแม่บ้านนำแบบสอบถามไปวางไว้บนโต๊ะในห้องที่ทราบว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาพัก และไปตรวจดูว่ามีผู้กรอกเสร็จแล้วหรือยังในช่วงที่เข้าไปทำความสะอาด

**หมายเหตุ:** ะรินจินดา เรชชีเคนซ์, ยางคำ วิลเลจ และท่าแพเพลส เป็นโรงแรมในกลุ่มที่ถูกสุ่ม แต่เนื่องจากในช่วงที่เก็บข้อมูลทางโรงแรมไม่มีผู้ให้บริการชาวไทย จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ โดยการเก็บข้อมูลในแต่ละโรงแรมมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 รายละเอียดการเก็บแบบสอบถามของแต่ละโรงแรม

โรงแรมกลุ่ม	รายชื่อโรงแรม	จำนวนแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลได้
1	1. N/A*	20
	2. อิมพีเรียลแม่ปิ้ง	60
	3. N/A*	13
	4. ดีแอดเวนเจอร์	11
2	1. เชียงใหม่ฮอลิเดย์ (CH)	9
	2. N/A*	3
	3. N/A*	51
	4. ดี เอ็มเพรส	30
3	1. เชียงใหม่การ์เดนส์	12
	2. ยูเรเชีย	10
	3. N/A*	23
	4. พรพิงค์ทาวเวอร์	36
	5. รอยัลเพนนินซูลา	8
	6. สตาร์	9
4	1. N/A*	4
	2. เชียงใหม่ภูคำ	32
	3. เพชรงาม	22
	4. ฮอลิเดย์การ์เดนส์	8
	5. มนตรี	4
	6. นิมชีเส็ง	15
	7. ปรีนซ์	5
	8. สิ้นชนารีสอร์ท	7
	9. วโรรส แกรนด์พาลาส	5
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>23</b>	<b>397</b>

- N/A คือรายชื่อโรงแรมที่ขอความร่วมมือในการไม่เปิดเผยรายชื่อ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. จำนวนหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป (Demographic Data) ของกลุ่มตัวอย่าง
2. ตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)
3. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มข้อความย่อยที่มีความสัมพันธ์กันไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบ วิเคราะห์ได้ตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Extraction) ใช้วิธีแกนหลัก (Principal Axis factoring) และวิธีการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) ใช้วิธีการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) (Hair et al., 1992 อ้างใน Parasuraman et al., 2005, Aldlaigan and Buttle, 2002 และ Comrey, 2000)

3.2 การตัดสินใจความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินพิจารณาจากค่าวัดความเพียงพอของการสุ่ม (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ; KMOMSA) โดยค่า KMOMSA ต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1 (Tabachnick and Fidell, 1996)

3.3 กำหนดจำนวนขององค์ประกอบโดยการเลือกค่า Eigen Values มากกว่า 1 เพราะถือว่าเป็นเกณฑ์ที่ดีที่สุดของการกำหนดจำนวนขององค์ประกอบ (Tinsley and Tinsley, 1987 และ Floyd and Widaman, 1995)

3.4 การพิจารณาว่าคำถามข้อนั้นอยู่ในองค์ประกอบใด พิจารณาจากค่าน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loading) โดยถ้าย่าน้ำหนักตัวประกอบของคำถามนั้นมีค่ามาก (เข้าใกล้ +1 หรือ -1) ในองค์ประกอบใด และมีค่าน้ำหนักตัวประกอบต่ำ (เข้าใกล้ศูนย์) ในองค์ประกอบอื่น จะจัดคำถามนั้นให้อยู่ในองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักตัวประกอบสูง โดย ค่าน้ำหนักตัวประกอบของแต่ละองค์ประกอบที่พิจารณาจะต้องมีค่ามากกว่า 0.32 และมีค่าแตกต่างกันกับ ค่าน้ำหนักตัวประกอบขององค์ประกอบอื่นมากกว่า 0.2 (Tabachnick and Fidell, 1996)

4. ทำการทดสอบว่าคะแนนของคุณภาพบริการ (Average Perception-minus-Expectation score) ที่ได้สอดคล้องกับคุณภาพบริการโดยรวม (Overall Quality) ของโรงแรม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหรือไม่ โดยใช้สถิติ One Way -ANOVA

ในการทดสอบ One Way-ANOVA นี้จะทำการทดสอบแยกกันในแต่ละกลุ่มของโรงแรมที่ศึกษา (โรงแรมกลุ่มที่ 1 - 4) เพื่อเป็นการทดสอบว่าองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพบริการที่สร้างขึ้นมานี้สามารถนำมาสร้างเป็นมาตรวัดที่สามารถใช้ได้กับโรงแรมกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มจริงหรือไม่ การทดสอบในขั้นตอนนี้จะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ (Significance Level) ทางสถิติเท่ากับ 0.05

**รูปที่ 3.1** สรุปขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

