

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสระหว่างผู้ให้บริการสถานบริการฟิตเนส C และ สถานบริการฟิตเนส F ในพัทยา มีวิธีดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสระหว่างผู้ให้บริการสถานบริการฟิตเนส C และ สถานบริการฟิตเนส F ในพัทยาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1.จำนวนสมาชิกสถานบริการฟิตเนส C ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 2,000 คน 2.จำนวนสมาชิกสถานบริการฟิตเนส F ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 500 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคคลที่ใช้บริการสถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ในเขตพัทยา

ซึ่งใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgan (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551 : 48) ตัวอย่างใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะสุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้บริการสถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ในเขตพัทยา โดยมีรายละเอียดการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+N(c)^2}$$

กำหนดให้

N = จำนวนรวมของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ ± 0.05

สถานบริการฟิตเนส C ในเขตพัทฯ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{2,000}{1+2,000 (0.05)^2} \\ &= 333.33 \end{aligned}$$

สถานบริการฟิตเนส F ในเขตพัทฯ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{500}{1+500 (0.05)^2} \\ &= 222.22 \end{aligned}$$

จากสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้สถานที่จะประมาณ 200 คน (เนื่องด้วยเวลาในการทำวิจัยมีจำกัด)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด ลักษณะของคำถามมีหลายคำตอบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฟิตเนสโดยการเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการสถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ของผู้บริโภคนั้นในเขตพัทฯ จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะของคำถามเป็นการให้คะแนนตามการประมาณค่ามาตรฐานแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

การคำนวณหาค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้สถานบริการฟิตเนสโดยการเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการสถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ในเขตพัทฯ ของผู้บริโภคนั้นในเขตพัทฯ จังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาเปรียบเทียบโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (กุลชาติ เวชสาร, 2546 : 122)

สูตร

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

การวัดค่าตัวแปรการศึกษาการเลือกใช้บริการฟิตเนสโดยการเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการ สถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ของผู้บริโภคในเขตในพญา จังหวัดชลบุรี ในการวัดแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งมีระดับคะแนน 5 ระดับ คือ (กุศลที เวชสาร, 2546 : 122)

มีการตัดสินใจอยู่ในระดับ	มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน	ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00
มีการตัดสินใจอยู่ในระดับ	มาก	ให้ 4 คะแนน	ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20
มีการตัดสินใจอยู่ในระดับ	ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน	ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40
มีการตัดสินใจอยู่ในระดับ	น้อย	ให้ 2 คะแนน	ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60
มีการตัดสินใจอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน	ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยและเพื่อให้เครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยงตรง และมีความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

- 1) ศึกษางานวิจัย ทฤษฎี และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เมื่อสร้างแบบสอบถามพร้อมนำเสนอท่านอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อตรวจแก้ไข และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพการหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index of Consistency: IOC) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและกำหนดให้มีแบบเลือกตอบ คือ เห็นด้วย ไม่ออกความคิดเห็น และไม่เห็นด้วย มีการแทนค่า ดังนี้
- 2.1 เห็นด้วย ให้คะแนนเท่ากับ 1
- 2.2 ไม่ออกความคิดเห็น ให้คะแนนเท่ากับ 0
- 2.3 ไม่เห็นด้วย ให้คะแนนเท่ากับ -1

ค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) ได้ใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

R แทน ผลรวมจากคะแนนรายข้อที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตอบแบบสอบถาม

อาจารย์ปิยะพร ธรรมชาติ อาจารย์คณะสาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนะ อาจารย์คณะสาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์บุปผา ตีละกุล อาจารย์คณะสาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยบูรพา

นำแบบสอบถามจากการทดลองใช้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ตามวิธีของครอนบาร์ค (Cronbach) (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2552 หน้า 202) ได้ค่าความเชื่อมั่น

(Reliability) Alpha = 0.81

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษามีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้ข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่ใช้สถานบริการ ฟิตเนส โดยการเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการสถานบริการฟิตเนส C และสถานบริการฟิตเนส F ของผู้บริโภคนในเขตในพญา จังหวัดชลบุรี หลังจากนั้นผู้วิจัย นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ คือข้อมูลที่ได้จากหนังสือรายงานทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติ บทความ ผลงานทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ตและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลอ้างอิง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะมาทำการประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ตรงห้สจะทำการป้อนข้อมูลของคำตอบในแบบสอบถาม

บันทึกเข้าไฟล์ลงในดิสก์ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้สถิติในการ วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐาน 2 ประเภท ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

- 1) การแจกแจงความถี่ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- 2) ค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- 3) ค่าเฉลี่ย ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์ โดยใช้แปล ความหมายข้อมูล

4) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์ โดยใช้คู่กับ ค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่

- 1) ค่า t -test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลใน ด้านเพศ
- 2) การวิเคราะห์ค่า F-test (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล (ยกเว้นด้านเพศ) ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนบุคคล