

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกาย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. การตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. ผลการศึกษาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกาย จังหวัดชลบุรีในวันที่ 20 มีนาคม-10 เมษายน พ.ศ. 2549 จำนวน 1,128 คน (เพศชาย 565 คน และเพศหญิง 563 คน)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ซึ่งออก กำลังกายในสถานบริหารร่างกายในสถานบริหารร่างกายอย่างน้อย 1 สัปดาห์ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณได้จากสูตรของยามาเน (Yamane, 1973, p. 725) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 296 คน (เพศชาย 150 คน และเพศหญิง 146 คน)

โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจำนวน 350 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 266 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 90 เพราะฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน งานวิจัยครั้งนี้จึงมีจำนวน 266 คน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 5 สัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สถานบริหารร่างกาย	จำนวนประชากร (คน)			จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
1. โรงแรมเดอะไทน์รีสอร์ท	105	43	62	28	11	17
2. โรงแรมดุสิตธานี	78	30	48	20	8	11
3. โรงแรมรอยัลคิลิแพทยา	61	26	35	20	7	13
4. โรงแรมฮาร์ดร็อกพัทยา	59	20	39	13	5	8
5. โรงแรมแอมบาสเดอร์ซีดีจอมเทียน	68	30	38	15	7	8
6. โค้ลมเบียเฮลท์แอนด์ฟิตเนส	85	35	50	17	10	7
7. บอดีฟิต	75	32	43	18	7	11
8. ฟิตโซน	74	30	44	20	8	12
9. โกลด์ยิม	55	30	25	11	5	6
10. พี อาร์ เอส แมนชั่น	80	35	45	16	10	6
11. โทนี่เทนนิสคลับแอนด์ฟิตเนส	302	200	102	80	43	21
12. โทนียิมส์	86	52	34	20	11	9
รวม	1128	563	565	266	150	146

หมายเหตุ สํารวจ ณ วันที่ 1 มีนาคม -15 เมษายน พ.ศ. 2549

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถาม 1 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกาย ทั้ง 7 ด้านดังนี้

- ด้านที่ 1 ด้านสินค้า/ บริการ (Product/ Service)
 ด้านที่ 2 ด้านราคา (Price)
 ด้านที่ 3 ด้านสถานที่/ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/ Distribution)
 ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 ด้านที่ 5 ด้านพนักงาน (People)
 ด้านที่ 6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
 ด้านที่ 7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบการประมาณค่าระดับ โดยแบ่งระดับความคาดหวัง และการรับรู้ออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัด ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรวิรัตน์ และคณะ, 2540, หน้า 153) มีเกณฑ์คะแนน ดังต่อไปนี้

ระดับความคาดหวังและความรับรู้	มากที่สุด	ให้คะแนน	5
	มาก	ให้คะแนน	4
	ปานกลาง	ให้คะแนน	3
	น้อย	ให้คะแนน	2
	น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้
(กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544, หน้า 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8 \text{ (จากนั้นเริ่มที่ชั้นต้นต่ำสุด)}
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับเฉลี่ย โดยกำหนดความสำคัญ ดังนี้ (Zikmund, 2000, p. 273)
อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2544, หน้า 10)

เกณฑ์คะแนนความคาดหวัง การรับรู้

4.21-5.00 แสดงว่า ระดับความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่ท่านได้รับจริงในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 แสดงว่า ระดับความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่ท่านได้รับจริงในระดับระดับมาก

2.61-3.40 แสดงว่า ระดับความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่ท่านได้รับจริงในระดับระดับปานกลาง

1.81-2.60 แสดงว่า ระดับความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่ท่านได้รับจริงในระดับระดับน้อย

1.00-1.80 แสดงว่า ระดับความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่ท่านได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ระดับความพึงพอใจ (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545, หน้า 38)

ความคาดหวัง (Es) มากกว่า	การรับรู้ (Ps)	ลูกค้ารู้สึกไม่พอใจ
ความคาดหวัง (Es) เท่ากับ	การรับรู้ (Ps)	ลูกค้ารู้สึกพอใจ
ความคาดหวัง (Es) น้อยกว่า	การรับรู้ (Ps)	ลูกค้ารู้สึกประทับใจ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตาม ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังปรากฏในการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้รับที่มาสร่างข้อคำถามที่เกี่ยวกับความคาดหวัง การรับรู้และความ พึงพอใจในกลยุทธ์ส่วนด้านประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายชลบุรี
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขสำนวนภาษาให้ถูกต้อง
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของ เนื้อหาจำนวน 5 ท่าน จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มี ความชัดเจน ก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงตามมาตรฐาน จากนั้นทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 174) ซึ่งค่า α (Alpha) ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้น 1 ชุด ประกอบด้วย แบบสอบถามความคาดหวัง การรับรู้ในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยปรับปรุงแก้ไข และเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน พิจารณาเกี่ยวกับความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1.1 ผู้มีความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการกีฬากีฬาจำนวน 2 ท่าน ดังนี้

1.1.1 ผศ.ดร.นิลมนี ศรีบุญ

ประธานหลักสูตรปริญญาโท

การจัดการกีฬา

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

1.1.2 ผศ.ดร. ประเสริฐชัย สุขสะอาด

ประธานหลักสูตรการจัดการกีฬา

มหาวิทยาลัยมหิดล

1.2 ผู้มีความรู้ในเรื่องการตลาดบริการ จำนวน 1 ท่าน

1.2.1 อ.ชายเกียรติ ชูเกียรติ

อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

1.3 มีความรู้ในการบริหารจัดการในสถานบริหารร่างกาย 2 ท่าน

1.3.1 อ.วีรวัชร ทองยอดดี

หัวหน้าสถานกีฬาและสุขภาพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

1.3.2 อ.ฉัตรชัย มะสุนสืบ

อาจารย์ประจำสำนักวิทยาศาสตร์

การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในการใช้ภาษา ตลอดจนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนันตพงษ์, 2543, หน้า 69)

- ให้ +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- ให้ 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- ให้ -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับ แก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบใช้กับผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากรที่ศึกษาคือ ผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายชลบุรี จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบภาษา ความเข้าใจในการตอบคำถามทั้งฉบับ และทำการตรวจสอบค่าคงที่ของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2532, หน้า 174) และเมื่อตรวจสอบเป็นรายข้อกับผลรวมของข้อคำถามทั้งฉบับแต่ละชุดของแบบสอบถามโดยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) โดยถือค่าคะแนนทั้งฉบับเป็นคะแนนที่แทนโครงสร้างรวมของเนื้อหาที่ต้องศึกษา จากนั้นพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์กับผลรวมของข้อคำถามที่เหลือต่ำกว่าออก (เรณู พงษ์เรืองพันธุ์ และประสิทธิ์ พงษ์เรืองพันธุ์, 2543) เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ที่ต่ำแสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดในสิ่งที่เป็นโครงสร้างตามเนื้อหา และยังช่วยปรับปรุงให้แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น (ธวัชชัย งามสันติวงศ์, 2539, หน้า 32) โดยข้อคำถามนั้นยังครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในส่วนของการแบบสอบถามความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายชลบุรี ผลการทดสอบมีดังนี้

แบบสอบถามความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการจำนวน 49 ข้อ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา .72 มีค่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวัง .96 และด้านการรับรู้ .83

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพาถึงผู้จัดการสถานบริหารสถานบริหารร่างกายที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตในการเก็บข้อมูล
2. ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล จำนวนและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยติดต่อประสานงานผู้จัดการ และผู้ฝึกสอนในสถานออกกำลังกายพร้อมเค้าโครงย่อการวิจัย 1 ชุด และแบบสอบถามในการวิจัย 1 ชุด
3. ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย รายละเอียดและประโยชน์ในการทำวิจัยให้ผู้รับบริการ และผู้ประกอบการทราบในการตอบแบบสอบถามนั้นต้องขึ้นอยู่กับความสมัครใจว่าจะยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาหรือไม่ก็ได้
4. แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการในสถานบริหารร่างกาย แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายแต่ละแห่ง ด้วยตนเองให้ครบตามจำนวน โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการและผู้ฝึกสอนในสถานบริหารร่างกายเป็นผู้เก็บรวบรวมแบบสอบถามแทนผู้วิจัย ซึ่งได้แจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่าท่านใดขณะแจกแบบสอบถาม
5. นัดหมายวันส่งแบบสอบถามคืนจากผู้ประกอบการ และผู้ฝึกสอนหลักจากแจกแบบสอบถามแล้ว 1-2 สัปดาห์ โดยผู้วิจัยจะไปรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง
6. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยคัดเลือกแบบสอบถามที่มีคำตอบความสมบูรณ์ จากแบบสอบถามทั้งหมด แล้วนำแบบสอบถามที่คัดเลือกไว้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้แนะนำตัวกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทราบ โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 5-10 นาที การตอบแบบสอบถามนั้นขึ้นอยู่กับความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะถูกนำเสนอในทางวิชาการ เฉพาะสำหรับการวิจัยเท่านั้นโดยไม่มีผลต่อการศึกษาและการปฏิบัติงานใด ๆ ทั้งสิ้น

หากกลุ่มตัวอย่างไม่สะดวกใจที่กรอกข้อมูล สามารถบอกยกเลิกได้ตลอดเวลา โดยไม่เกิดผลเสียใด ๆ เมื่อกลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งรายละเอียดคำชี้แจงและการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่างได้แสดงไว้ในภาคผนวก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลมาประมวลหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการในสถานบริการร่างกายมาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มสองกลุ่มโดยการนำมาทดสอบค่าที (t-Test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) จากนั้นเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD