

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3,141 คน (บุคคลภายนอก จำนวน 1,978 คน และบุคคลภายใน จำนวน 1,163 คน)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร ซึ่งออกกำลังภายในศูนย์ฟิตเนสอย่างน้อย 1 สัปดาห์ ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 725 อ้างถึงใน ไพศาล หวังพานิช, 2531, หน้า 214) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 355 คน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยหลักการคำนวณของ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 725 อ้างถึงใน ไพศาล หวังพานิช, 2531, หน้า 214) โดยให้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) = 0.05 ดังสูตร ต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยกำหนดให้เท่ากับ.05)

แทนค่า

$$n = \frac{3141}{1 + (3,141 \times 0.05^2)}$$

$$= 355$$

ดังนั้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 355 คน

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยใช้สูตร ดังนี้

จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มชั้น = $\frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$

ตารางที่ 2 สัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของผู้รับบริการ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
บุคคลภายในที่เป็นเพศชาย	792	90
บุคคลภายในที่เป็นเพศหญิง	698	79
บุคคลภายนอกที่เป็นเพศชาย	465	52
บุคคลภายนอกที่เป็นเพศหญิง	1,186	134
รวม	3,141	355

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามการวัดความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนบริการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีของวาสนา บุตร โพธิ์ (2549) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวัดครั้งนี้ ซึ่งแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยแบ่งออกแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 สินค้าและบริการ (Product/ Service)

ด้านที่ 2 ราคา (Price)

ด้านที่ 3 สถานที่ (Place)

ด้านที่ 4 ประชาสัมพันธ์ (Promotion)

ด้านที่ 5 กระบวนการให้บริการ (Management Process)

ด้านที่ 6 บุคลากร (People)

ด้านที่ 7 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบการประมาณค่าระดับ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540, หน้า 153) มีเกณฑ์คะแนน ดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	ให้คะแนน	5
	มาก	ให้คะแนน	4
	ปานกลาง	ให้คะแนน	3
	น้อย	ให้คะแนน	2
	น้อยสุด	ให้คะแนน	1

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ตามเกณฑ์ของ นพรัตน์ เขียมมอญ (2539)

เกณฑ์การให้คะแนน	4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
	3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
	2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
	1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำมาสร้างแบบวัดครั้งนี้
2. ศึกษาและปรับปรุงแบบการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการของวาสนา บุตร โภธิ (2549) เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง
4. นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วแก้ไข ปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจน ก่อนนำไปทดลองใช้
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ชุดแล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงตามมาตรฐาน จากนั้นทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 174) ซึ่งค่า α (Alpha) ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยปรับปรุงแบบสอบถามขึ้น 1 ชุดประกอบด้วย แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย กับการให้บริการ 7 ด้าน โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยปรับปรุงแก้ไข และเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาเกี่ยวกับความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้
 - 1.1 ผู้มีความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการกีฬา
 - 1.2 ผู้มีความรู้ในเรื่องการตลาดบริการ
 - 1.3 ผู้มีความรู้ในการบริหารจัดการในศูนย์ฟิตเนส

ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในการใช้ภาษาตลอดจนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา .84 (บุญเจ็ด ภิญ โญอนันตพงษ์, 2543, หน้า 69)

ให้ +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 ให้ 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 ให้ -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำและให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบใช้กับผู้รับบริการในศูนย์พัฒนา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากรที่ศึกษาคือ ผู้รับบริการ ในศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบภาษา ความเข้าใจในการตอบคำถามทั้งฉบับ และทำการตรวจสอบค่าคงที่ของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่มาตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 174) และเมื่อตรวจสอบเป็นรายข้อกับผลรวมของค่าคำถามทั้งฉบับแต่ละชุดของแบบสอบถามโดยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) โดยถือค่าคะแนนทั้งฉบับเป็นคะแนนที่แทนโครงสร้างรวมของเนื้อหาที่ต้องศึกษา จากนั้นพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์กับผลรวมของข้อคำถามที่เหลือต่ำกว่าออก (เรณู พงษ์เรืองพันธุ์ และประสิทธิ์ พงษ์เรืองพันธุ์, 2543) เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ที่ต่ำแสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดในสิ่งที่เป็นโครงสร้างตามเนื้อหา และยังช่วยปรับปรุงให้แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น (วิชชัย งามสันติวงศ์, 2539, หน้า 32) โดยข้อคำถามนั้นยังครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในส่วน of แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ ศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยข้อคำถามนั้นครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในส่วน of แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย มีค่าความเชื่อมั่น .98

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา ถึงผู้จัดการศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วน
 ประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ไปทำการเก็บข้อมูลจาก
 ผู้รับบริการพร้อมที่แจ้งและรับคืนด้วยตนเอง ระยะเวลาดำเนินการผู้วิจัยกำหนดระยะเวลา
 ดำเนินการระหว่างเดือนพฤษภาคม 2550

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจดูความเรียบร้อย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทาง
 สถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและ
 วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลมาประมวลหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ
 (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาด
 บริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย มาเปรียบเทียบความแตกต่างโดยการนำมาทดสอบ
 ค่า (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) จากนั้นเปรียบเทียบ
 ความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD