

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในงานวิจัยเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบค่าแน่นอนของประชากรผู้สูงอายุที่สมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ จึงใช้จำนวน ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 604,465 คน (<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/population.html>)

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบค่าแน่นอนของประชากรผู้สูงอายุที่สมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ จึงใช้จำนวน ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 604,465 คน (<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/population.html>) โดยการใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยประมาณค่าสัดส่วนหรือร้อยละขนาดตัวอย่างจะหาได้จากสูตรดังนี้ (วัชรกรณัฏ์ ชิวโศภิชฐ, มปป: 213)

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ p = สัดส่วนประชากรที่ต้องศึกษา (ในที่นี้กำหนด 50% ของ ประชากร)

n = จำนวนตัวอย่างที่ใช้ศึกษา

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น (ในที่นี้กำหนดไว้ที่ 95% $Z= 1.96$)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในที่นี้กำหนดไว้ 0.05)

แทนค่าที่โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50 % หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{0.960}{0.0025}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ราย}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ 385 ตัวอย่าง และได้มีการสำรองตัวอย่างเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนไว้ 15 ตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) โดยเรียงลำดับเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่มการปกครองประกอบด้วย

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพญาไท เขตพระนคร และเขตราชเทวี และเขตสัมพันธวงศ์
2. กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตคลองเตย เขตดินแดง เขตบางคอแหลม เขตบางนา เขตพระโขนง เขตยานนาวา เขตสาทร เขตวัฒนา และเขตห้วยขวาง
3. กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตสายไหม เขตหลักสี่ เขตลาดพร้าว เขตดอนเมือง เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
4. กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
5. กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

โดยสุ่มจับฉลากจาก 6 กลุ่มให้เหลือเพียง 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ กลุ่มกรุงธนเหนือ

ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดให้เลือกเก็บตัวอย่างจากทั้ง 4 เขต ได้แก่ เขตบางรัก เขตวัฒนา เขตบางแค เขตบางกอกน้อย เขตละ 100 ชุด

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูล ณ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ตามเขตต่างๆ ที่ได้ทำการสุ่มตัวอย่างไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือคือ การออกแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ (Fitness Center) กล่าวคือ จะสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์ รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์ โดยลักษณะแบบวัดจะประกอบด้วยคำถามที่ต้องการคำตอบเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก ปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้เมื่อสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยจำนวน 40 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสร้างแบบสอบถาม และจะได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาก่อนจำนวน 40 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 โดยใช้ความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) วิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย จากการทดสอบพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8798

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่ต้องการศึกษาได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ด้วยการออกภาคสนามด้วยตนเอง โดยแหล่งข้อมูลในการวิจัยมี 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง รูปแบบของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด และ Likert Scale โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เอกสารทางการศึกษาวิจัย วารสาร นิตยสาร และเอกสารทางวิชาการ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาจะนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง มาลงรหัสและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยจะแบ่งการวิเคราะห์ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic) โดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเป็นปัจจัยในการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4. หาค่าไค-สแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ในการทำวิจัยเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการลงรหัส และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยดังนี้

สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับบรรยายลักษณะต่างๆ ของกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถอ้างอิงถึงกลุ่มประชากรอื่นได้ ซึ่งประกอบด้วยสถิติ ดังนี้

(1) วิธีการคิดค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลโดยแสดงความสัมพันธ์และแจกแจงค่าของตัวแปรของข้อมูลตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$P = \frac{X \times 100}{N}$$

โดยที่	P	=	ค่าเฉลี่ยร้อยละ
	X	=	จำนวนตัวอย่างที่ตอบแบบคำถามนั้น
	N	=	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มนั้น

(2) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้กับการวัดมาตราตามวิธีของไลเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นการวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแบ่งเป็น 5 อันดับ และให้คะแนนจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

มากที่สุด	คะแนน	5	คะแนน
มาก	คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	คะแนน	3	คะแนน
น้อย	คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	คะแนน	1	คะแนน

โดยมีหลักเกณฑ์ในการวัดระดับความสำคัญ ดังนี้

มีความสำคัญในระดับมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.00
มีความสำคัญในระดับมาก	ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50
มีความสำคัญในระดับปานกลาง	ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50
มีความสำคัญในระดับน้อย	ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50
มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50

จากนั้นทำคะแนนที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยมีสูตรการหาค่าเฉลี่ย (Mean) คือ

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

โดยที่ \bar{X} = ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ = คะแนนรวมทั้งหมดของคำถาม

N = จำนวนผู้ตอบและแบบสอบถาม

(3) การหาค่าไค-สแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์