

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory survey) 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) วิจัยเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์ และ 2) วิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอเสนอวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1.1 ประชากร ผู้ใช้บริการชาวไทยทั้งชายและหญิงที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการชาวไทยทั้งชายและหญิงที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร แบ่งเป็น

1.2.1 วิจัยเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์ โดยไม่กำหนดจำนวนจนกว่าจะได้ข้อมูลเพียงพอ

1.2.2 วิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนโดยใช้สูตรคำนวณ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2545, น. 121) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยกำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = 1.96 สำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ .05

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4*(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้น ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384.16 คน หรือเท่ากับ 385 คน และเก็บเพิ่มอีกจำนวน 15 คน เพื่อสำรองความผิดพลาด ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

1.3 ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) เฉพาะผู้ใช้ หรือเคยใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.3.1 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อใช้ในการวิจัยเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์

1.3.2 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จำนวน 400 คน เพื่อใช้ในการแจกแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเบื้องต้นและแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้ การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนวดแผนไทย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ภาคผนวก ก) จากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎี บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นนำคำสัมภาษณ์มาวิเคราะห์

2.1 วิจัยเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้จัดทำแนวคำถามสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับ การนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps (ภาคผนวก ข) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

2.1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ คู่มือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนวดแผนไทย วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร และส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps

2.1.2 เขียนแนวทางคำถามสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

2.1.3 นำแนวคำสัมภาษณ์ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง
ความชัดเจนของการใช้ภาษาและความตรงของเนื้อหา มีการปรับปรุงแนวคำสัมภาษณ์ 1 ครั้ง
เกี่ยวกับการเริ่มซักถามผู้ให้สัมภาษณ์ ว่าควรเริ่มต้นด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับการนวดแผนไทยใน
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และข้อคำถามที่ซ้ำซ้อน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงเครื่องมือจนกระทั่งได้
คำถามที่ชัดเจน ตรงประเด็นและเข้าใจได้ง่าย

2.1.4 สัมภาษณ์ผู้ให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์เพื่อหาส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps

2.2 วิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์มาจัดทำ
เป็นแบบสอบถามมีขั้นตอน (ภาคผนวก ก) ดังนี้

2.2.1 ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด
แบ่งโครงสร้างเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ
แบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัด
พระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ
เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นคำถามปลายปิด
มาตราวัด 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 35 ข้อ โดยกำหนดคะแนนหรือหน่วยน้ำหนักของแต่ละ
ระดับความคิดเห็นตามวิธี LiKert

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการใช้
บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน
2 ข้อ

2.2.2 นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณา
ตรวจสอบความถูกต้องและนำเสนอเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข

2.2.3 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

2.2.4 จัดทำแบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา (ภาคผนวก ง)

2.2.5 ทำหนังสือขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน (ภาคผนวก จ) และ
แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินคุณภาพโดยการตรวจสอบความเหมาะสม
และถูกต้องของเนื้อหา (content validity)

2.2.6 **ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามที่คุณผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ** จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อปรับปรุงครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้

2.2.7 **นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (try out)** กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ฉบับ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient - α) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2546, น. 449)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
 n แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
 $\sum s_i^2$ แทน ผลรวมค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมของแต่ละคน

ผลความเชื่อมั่นที่ได้จากการทดสอบ มีค่าดังนี้

1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	=	.702
2	ปัจจัยด้านราคา	=	.798
3	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	=	.718
4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	=	.838
5	ปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานนัด)	=	.841
6	ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	=	.921
7	ปัจจัยด้านกระบวนการ	=	.873

ภาพรวมค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ = .954

2.2.8 **นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง**

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร” ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ประกอบด้วย

3.1 การสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเองโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 5 คน เมื่อวันที่ 29 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2558 เฉพาะผู้ใช้บริการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ณ ที่ทำการของสถานบริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะสอบถามก่อนทำการสัมภาษณ์และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียง โดยใช้เวลาสัมภาษณ์คนละประมาณ 30 นาที หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปแบบคำต่อคำ (verbatim transcript) เพื่อส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และจัดทำเป็นแบบสอบถาม

3.2 การแจกแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ที่จัดทำขึ้นจากข้อสรุปการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เฉพาะผู้ใช้หรือเคยใช้บริการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 400 คน ระหว่างวันที่ 1 เมษายน – 5 พฤษภาคม พ.ศ.2559 ทั้งนี้ผู้วิจัยจะสอบถามก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 400 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์การสัมพัทธ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

โดยการวิเคราะห์ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps

4.1.2 การวิเคราะห์แบบสอบถาม

1) การตรวจสอบข้อมูล (editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2) การลงรหัส (coding) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องแล้วมาลงรหัส

3) การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science : SPSS for window version 16) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

(2) การวิเคราะห์ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

(3) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยโดยหาค่าเฉลี่ย (mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยนำมาคิดค่าคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น-มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น-มีผลต่อการใช้บริการมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น-มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น-มีผลต่อการใช้บริการน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น-มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

การแปลความหมายใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์โดยใช้หลักช่วงคะแนนแต่ละช่วงเท่าๆ กัน (Class interval) ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549 น. 69-72)

ช่วงของการวัด

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

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

$$= 0.80$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.21 – 5.00	มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลต่อการใช้บริการมาก
2.61 – 3.40	มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลต่อการใช้บริการน้อย
1.00 – 1.80	มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

(4) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน

ก. สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย ได้แก่ เพศมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-Test independent) เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

ข. สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร โดยใช้สถิติหาค่าความสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (spearman correlation)

ค. สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของสเปียร์แมน

สำหรับการแปลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D.E. 1998, p.118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90-1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.70-.89	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50-.69	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30-.49	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00-.29	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์ จะบอกทิศทางของความสัมพันธ์โดยหาก

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 คน จะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Socience) เพื่อวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ t-Test, F-Test, Spearman correlation, ทดสอบค่าไคสแควร์ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อสรุปผลการวิจัย