

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และจำนวนผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อวัน ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2553

รายชื่อสนามฟุตบอล	จำนวนสนาม	จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)
สนาม Chiang mai Arena Football Club	4	336
สนาม THE RELAX SOCCER CLUB	2	120
สนาม CMI Futsal Chiangmai	2	112
สนามลานนา เอฟซี(Lanna FC)	2	80
สนามเซเวนคิก(7 Kick)	2	56
สนามเอ็กซ์ไซต์ ฟุตบอลคลับ (Excite Football Club)	2	28
รวม		732

ที่มา: การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือพนักงานของแต่ละสนาม

ตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง เลือกรจากประชากร โดยมีขั้นตอนในการเลือก ดังนี้

1. เลือกรจากขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการของยามานะ สูตรการคำนวณขนาด

ตัวอย่าง

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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อน (0.05)

ดังนั้น จึงหาค่า n ได้ดังนี้

$$n = \frac{732}{1 + 732(0.05)^2}$$

$$n = 258.6572$$

หรือประมาณ $n = 258$

2. เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยการสุ่มตัวอย่างจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 258 ราย และการสุ่มตัวอย่างจะเป็นการสุ่มแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) ตามจำนวนของผู้ใช้บริการในแต่ละสนาม ตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ 6 แห่ง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2554

รายชื่อสนามฟุตบอล	จำนวน สนาม	จำนวนผู้ใช้บริการ (ราย)	ร้อยละ (%)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
สนาม Chiang mai Arena Football Club	4	336	45.9	119
สนาม THE RELAX SOCCER CLUB	2	120	16.4	42
สนาม CMI Futsal Chiangmai	2	112	15.3	39
สนามลานนา เอฟซี(Lanna FC)	2	80	10.9	28
สนามเซเวนคิก(7 Kick)	2	56	7.7	20
สนามเอ็กซ์ไซด์ ฟุตบอลคลับ (Excite Football Club)	2	28	3.8	10
รวม		732	100	258

ที่มา: จากการศึกษา

3. หลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสนามแล้วใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่เข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสถานที่รวบรวมข้อมูลได้แก่สนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ราย ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 จะเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยให้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการ ได้แก่

- วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ
- รูปแบบการมาใช้บริการ

- จำนวนครั้งหรือความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน
- ระยะเวลาที่เริ่มใช้บริการ
- ช่วงวันและเวลาที่ใช้บริการ
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง
- ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
- การจองสนามก่อนเล่น

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เป็นข้อมูลความเห็นของผู้บริโภค โดยให้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยแยกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service)
- ปัจจัยด้านราคา (Price)
- ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ปัจจัยด้านบุคลากร (People)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) วิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยอาศัยจากตำรา บทความ เอกสารวิจัย โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการซื้อสินค้า พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า และแนวคิดเกี่ยวกับบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

3.3 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิส่วนที่เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาเป็นต้น และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการ ได้แก่

- วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ
- รูปแบบการมาใช้บริการ
- จำนวนครั้งหรือความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน
- ระยะเวลาที่เริ่มใช้บริการ
- ช่วงวันและเวลาที่ใช้บริการ
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง
- ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
- การจองสนามก่อนเล่น

2) วิเคราะห์ข้อมูล

นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ราย ที่เป็นส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) เช่น ขนาดของสนาม , การออกแบบ(ความสวยงาม) , ลักษณะของสนาม(ความสว่างของสนามมีแสงเพียงพอ) , สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน,สภาพของสนามมีความสมบูรณ์,มีร้านอาหารให้บริการภายในบริเวณสนาม, มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการหรือการชำระเงิน,มีห้องน้ำ,ห้องอาบน้ำ,ห้องแต่งตัวให้บริการ,มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี,สนามมีความปลอดภัย,มีที่จอดรถสะดวกสบาย

- ปัจจัยด้านราคา (Price) เช่น ราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม , ราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม, มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน
- ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เช่น ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย, มีป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนาม, สามารถจองทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ , มีการโฆษณาทางระบบอินเทอร์เน็ต, การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ, การมีส่วนลดราคาพิเศษ
- ปัจจัยด้านบุคลากร (people) เช่น มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล, ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ, มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, มีความรวดเร็วในการให้บริการ, มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ, พนักงานให้บริการเสมอภาค

2) วิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินค่าระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการ เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยให้กลุ่มตัวอย่างกำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) (กนกทิพย์ พัฒนาพิวพันธ์, 2543: 225-227) โดย แบ่งระดับความสำคัญเป็น 4 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้ดังนี้

ลำดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่สำคัญ	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัย
3.51 – 4.00	ความสำคัญของปัจจัยมาก
2.51 – 3.50	ความสำคัญของปัจจัยปานกลาง
1.51 – 2.50	ความสำคัญของปัจจัยน้อย
1.00 – 1.50	ไม่สำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ประกอบด้วยความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) เช่น ขนาดของสนาม, การออกแบบ(ความสวยงาม), ลักษณะของสนาม(ความสว่างของสนามมีแสงเพียงพอ), สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน, สภาพของสนามมีความสมบูรณ์, มีร้านอาหารให้บริการภายในบริเวณสนาม, มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการหรือการชำระเงิน, มีห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ, มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี, สนามมีความปลอดภัย, มีที่จอดรถสะดวกสบาย

- ปัจจัยด้านราคา (Price) เช่น ราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม, ราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม, มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน

- ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เช่น ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย, มีป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนาม, สามารถจองทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ, มีการโฆษณาทางระบบอินเทอร์เน็ต, การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ, การมีส่วนลดราคาพิเศษ

- ปัจจัยด้านบุคลากร (People) เช่น มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล, ความมีมนุษยสัมพันธ์, ความสุภาพในการให้บริการ, มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, มีความรวดเร็วในการให้บริการ, มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ, พนักงานให้บริการเสมอภาค

2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยเรียงลำดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม แยกตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยคะแนนแต่ละลำดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
1	3
2	2
3	1

และทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัย จากนั้นนำคะแนนรวมที่ได้มาทำการจัดเรียงลำดับโดยปัจจัยใดมีคะแนนมากที่สุดให้มีความพอใจลำดับหนึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved