

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
สตูดิโอถ่ายภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีขั้นตอนในการ
ดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
หนองคาย ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 100,630 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551 : 6)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
หนองคาย ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาด
ของกลุ่มตัวอย่าง ของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (อ้างในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 : 49)
ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำแนกตามค่าความคลาดเคลื่อน (ของ Taro Yamane) (อ้างอิงในธนินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 : 49)

จำนวน ประชากร (N)	จำนวนตัวอย่าง (n) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1,250	769	500	345	96
3,000	*	1,364	811	517	353	97
3,500	*	1,458	843	530	359	97
4,000	*	1,538	870	541	364	98
4,500	*	1,607	891	549	367	98
5,000	*	1,667	909	556	370	98
6,000	*	1,765	938	566	375	98
7,000	*	1,842	959	574	378	99
8,000	*	1,905	976	580	381	99
9,000	*	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

จากนั้นจึงทำการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
(Accidental Sampling)

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย จำนวน 1 ฉบับ มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสตูดิโอถ่ายภาพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ด้าน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เป็นคำถามปลายเปิด (Open End) จำนวน 9 ด้าน

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีที่นำมาใช้
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหา

4.1 นางพุดสมบัติ ภัตตร ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน 8 ว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองคาย เขต 1 เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ถูกต้องของแบบสอบถาม

4.2 นางปัทมา รุ่งศิริวัฒนกิจ ตำแหน่ง ครูศาสตรมหาบัณฑิต

การบริหารการศึกษา ตำแหน่งรองผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านห้วยไม้ซอด เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความที่ใช้ในแบบสอบถาม

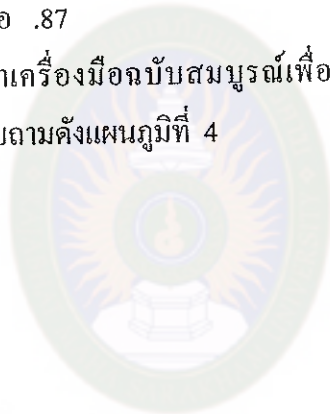
4.3 คร. รังสรรค์ สิงห์เลิศ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ตามโครงสร้างของแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภคน ในเขตอำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย จำนวน 30 คน

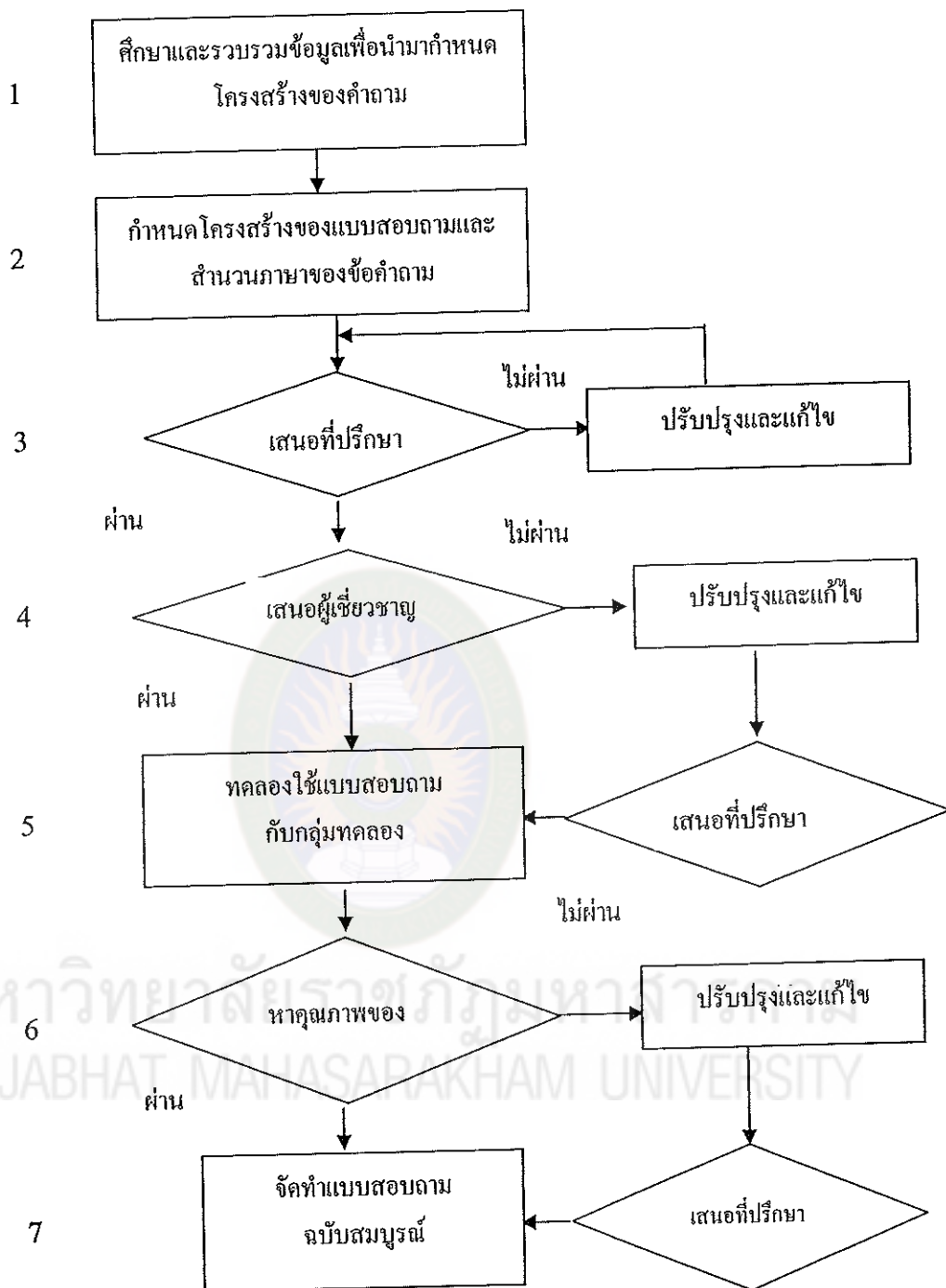
6. หาอำนาจจำแนกรายข้อที่มีค่าตั้งแต่ 1.734 ขึ้นไป

7. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้คือ .87

8. จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะแสดงขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามผังแผนภูมิที่ 4



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



แผนภูมิที่ 4 แสดงขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. กำหนดวันและเวลาในการกรอกแบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน คือเดือน เมษายน 2552
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 400 ราย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเวลาระหว่าง 09.00 - 16.00 น.
3. ในการเก็บข้อมูลนั้น ผู้เก็บข้อมูลให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถาม และรอรับแบบสอบถามคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัย เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสตูดิโอถ่ายภาพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
3. แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 99)

ระดับความสำคัญ	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามข้อมูลด้านความคิดเห็นของลูกค้าแล้วแปลความหมายของ ค่าเฉลี่ยโดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
2.51-3.50	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.51-2.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open End) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ทำการวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ จากแบบสอบถามที่เป็นแบบตรวจสอบรายการได้ จำแนกตามคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคุณลักษณะด้าน เพศ ใช้สถิติ t-test และ

คุณลักษณะด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ซึ่งเป็นวิธีทดสอบความแตกต่างรายคู่ วิธีนี้จะให้ผลการเปรียบเทียบรายคู่ที่แตกต่างกันเท่าที่จำเป็นจริงๆ เท่านั้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY