

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการออกแบบสอบถาม ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ตำรา หนังสือเอกสาร ดังวิธีการตามลำดับต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 4,107,634 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554 : ออนไลน์)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 400 คน โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของยามานะ (Yamane. 1973 : 725) ดังนี้

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

เมื่อ N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e แทน ความคลาดเคลื่อนกำหนด เท่ากับ .05

แทนค่า

$$n = \frac{4,107,634}{1 + 4,107,634(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนดังกล่าว จากนั้นผู้วิจัยจะได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิและแต่ละชั้นภูมิสุ่มแบบบังเอิญรายละเอียด ดังนี้

2.1 แบ่งชั้นภูมิของประชากร แต่ละจังหวัด

2.2 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยสูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่

2.3 แบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มๆ ตามแต่ละจังหวัด แล้วเทียบสัดส่วนจำนวนประชากรรวม จะได้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ โดยใช้สูตรคำนวณของทาร์โรว์ ยามาเน่ ดังนี้

$$\text{สูตร } n_1 = \frac{nN_1}{N}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_1 = จำนวนประชากรในกลุ่ม

n_1 = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้ศึกษา ตามสัดส่วน ดังนี้

ตารางที่ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

จังหวัด	จำนวนประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
ร้อยเอ็ด	617,301	60
ขอนแก่น	2,749,436	265
มหาสารคาม	424,109	45
กาฬสินธุ์	316,788	30
รวม	4,107,634	400

2.4 ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด โดยสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อให้เกิดการกระจายกลุ่มตัวอย่างไปตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละจังหวัด โดยแบ่งสัดส่วนตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของแต่ละจังหวัดเท่า ๆ กัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สัดส่วนการเข้าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม 5 ลำดับแรก	สัดส่วนการเข้าแหล่ง ท่องเที่ยวยอดนิยม (ร้อยละ)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
ร้อยเอ็ด	1. พระมหาเจดีย์ชัยมงคล	20	12
	2. บึงพลาญชัย	20	12
	3. วนอุทยานผาน้ำร้อน	20	12
	4. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติร้อยเอ็ด	20	12
	5. วัดบูรพาภิราม	20	12
	รวม		60
ขอนแก่น	1. วัดหนองแวง (พระมหาธาตุแก่นนคร)	20	53
	2. เขื่อนอุบลรัตน์	20	53
	3. พระธาตุขามแก่น	20	53
	4. บึงแก่นนคร	20	53
	5. หมู่บ้านทุ่งนาง	20	53
	รวม		265
มหาสารคาม	1. พระธาตุนาดูน	20	9
	2. วนอุทยานโกสัมพี	20	9
	3. พระพุทธรูปมิ่งเมือง หรือ พระพุทธรูปสุวรรณมาลี	20	9
	4. พระพุทธรูปยืนมงคล	20	9
	5. คูสำตึร์ตัน	20	9
	รวม		45

จังหวัด	สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม 5 ลำดับแรก	สัดส่วนการเข้าแหล่ง ท่องเที่ยวยอดนิยม (ร้อยละ)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
กาฬสินธุ์	1. เขื่อนลำปาว	20	6
	2. เมืองฟ้าแดดสงยาง และพระธาตุยาคู	20	6
	3. พิพิธภัณฑ์สิรินธร	20	6
	4. พุทธสถานภูสิงห์	20	6
	5. สถานีศึกษาธรรมชาติและ สัตว์ป่าลำปาว (สวนสะออน)	20	6
	รวม		

หมายเหตุ การแบ่งน้ำหนักสัดส่วนการเข้ามาท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เป็นสัดส่วนที่เท่ากัน เนื่องจากข้อมูลที่สำรวจพบว่านักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของแต่ละจังหวัดนั้นๆทุกแหล่งท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ตามขั้นตอนดังนี้

1. ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ใช้สอบถามนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละสามสิบ โดยกำหนดให้เป็นคำถามปลายปิด แบบกำหนดให้เลือกตอบแบบตรวจสอบรายการ กับแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละสามสิบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ามี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละสามสิบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ามี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 15 ข้อ

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอยู่ในการควบคุมดูแล และให้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา หลักเกณฑ์ ผลงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบปัญหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยยึดหลักว่าต้องอยู่ในหลักแห่งข้อเท็จจริง

2.3 นำเครื่องมือการวิจัยมากำหนดเป็นแบบสอบถามแล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และแก้ไขปรับปรุง

2.4 นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ทั้งความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีดังนี้

2.4.1 ผศ.ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง วุฒิศึกษา บธ.ค. (บริหารธุรกิจ)

ตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2.4.2 ผศ.ว่าที่ ร.ท. ดร.ณัฐชัย จันทนุญ วุฒิศึกษา ค.อ.ค.(วิจัยและพัฒนาหลักสูตร) ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ และการวัดผลและการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

2.4.3 ผศ. ดร. ชมพูนุช เมฆเมืองทอง วุฒิศึกศึกษา ค.อ.ค. (วิจัยและพัฒนา
หลักสูตร) ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของ
ข้อความที่ใช้

2.5 ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้ว
นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย
ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence)

2.6 วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการ
วิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งรายการข้อคำถามหากพบว่า มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไปทุกข้อ และตรวจสอบ
แบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่า IOC ต้องมีค่าเท่ากับ 0.67 – 1.00 หมายความว่า แบบสอบถามมีความ
เที่ยงตรงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 –
1.00 ดังภาคผนวก ข

2.7 นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม จนกระทั่งได้แบบสอบถาม
ฉบับร่างที่สมบูรณ์

2.8 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลอง
ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยนำไปใช้ทดลองเก็บ
ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร จำนวน 30 ชุด

2.9 ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
ทั้งฉบับ โดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค
(Cronbach) ค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 แสดงว่า เชื่อถือได้มาก ซึ่งค่าความ
เชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.94 ดังภาคผนวก ข

2.10 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละ
สารสินธุ์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลครบสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงผู้รับผิดชอบแหล่ง
ท่องเที่ยว เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

3. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมด้วยผู้ช่วยวิจัย 4 คน ซึ่งผู้ช่วยวิจัยทั้งหมดผ่านการอบรมเกี่ยวกับวิธีการเก็บข้อมูลและทำความเข้าใจในแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ซึ่งเป็นประชากรเป้าหมาย โดยการเก็บแบบบังเอิญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด จำนวน 400 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยข้อมูลแต่ละชุดมีความสมบูรณ์ และถูกต้อง

1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วทั้งหมด มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ และให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดระดับค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1.3 นำข้อมูลมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ถิ่นที่อยู่ (แบบสอบถามตอนที่ 1) ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา โดยวิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยใช้วิธีการประมวลผลจากค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย จากแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็น โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และตอบสมมติฐาน ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธีหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ระหว่างข้อมูลกลุ่มที่ 1 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับคะแนนความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับข้อมูลกลุ่มที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับคะแนนความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งใช้เกณฑ์การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (ทิพยา กิจวิจารณ์. 2549 : 219)

$r_{xy} = -1$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามสูงสุด หรือสมบูรณ์

$-0.800 \geq r_{xy} \geq -0.999$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามสูงสุด

$-0.600 \geq r_{xy} \geq -0.799$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามค่อนข้างสูง

$-0.400 \geq r_{xy} \geq -0.599$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามปานกลาง

$-0.200 \geq r_{xy} \geq -0.399$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามค่อนข้างต่ำ
$-0.001 \geq r_{xy} \geq -0.199$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามต่ำ
$r_{xy} = 0$	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์
$0.001 \leq r_{xy} \leq 0.199$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันต่ำ
$0.200 \leq r_{xy} \leq 0.399$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
$0.400 \leq r_{xy} \leq 0.599$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง
$0.600 \leq r_{xy} \leq 0.799$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง
$0.800 \leq r_{xy} \leq 0.999$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง
$r_{xy} = 1$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุดหรือสมบูรณ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

1 สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 213)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์ของการให้คะแนน มีดังนี้

$R = +1$ หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์

$R = 0$ หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์

$R = -1$ หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์

1.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ซึ่งหาได้จากสูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 175)

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

กำหนดให้ r_{tt} แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Alpha Coefficient)
 k แทน จำนวนข้อทั้งหมดของแบบสอบถาม
 $\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
 s^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

2. สถิติพื้นฐาน

ผู้วิจัยได้นำสถิติพื้นฐานมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีสูตรดังนี้

2.1 ร้อยละ

2.2 ค่าเฉลี่ย

2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r_{xy} : Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์ ซึ่งค่าความสัมพันธ์นี้มีขอบเขตตั้งแต่ -1.00 ถึง 1.00

นอกจากนี้ได้ตีความหมายของความสัมพันธ์จากค่าของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดไม่เปลี่ยนแปลงตามกัน

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังกล่าว หาได้จากสูตร ดังนี้ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2548 : 94)

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

- กำหนดให้ r_{xy} แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (X) กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Y) ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
- $\sum X$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ
- $\sum Y$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
- n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่าง ในที่นี้ n = 400 คน