

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่นและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ที่มี เพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ดังนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2556 จำนวน 7,111 คน (ที่ว่าการอำเภอเมืองขอนแก่น. 2556 : 1-2.)
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มาใช้บริการธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2556 จำนวน 379 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane. (1973 : 727)

สูตร	$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$
เมื่อ	N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด
	n แทน ขนาดของตัวอย่าง
	e แทน ความคลาดเคลื่อนกำหนด เท่ากับ .05

แทนค่า

แทน	$n = \frac{7,111}{1 + 7,111 (0.05)^2}$
	$n = 378.69$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 379 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ของ
ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
ดังนี้

1. ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณ
ค่า 5 ระดับ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการบูรณาการจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัด
ขอนแก่น ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นแบบตรวจเช็ค
รายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการ
ภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้าน
นโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ
มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการ
ให้บริการของธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการ
บริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่าง
ก้าวหน้า ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการ
ของธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่น

2. ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และการให้บริการ
ของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้าง
แบบสอบถาม

2.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของ การวิจัย

2.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

2.4.1 ดร. กมลทิพย์ ตรีเดช วุฒิศึกษา บข.ค. (บริหารธุรกิจ) ตำแหน่ง อาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2.4.2 นายวชิร วงศ์กัญญา วุฒิศึกษา กศ.ม. (ภาษาไทย) ตำแหน่ง ผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ โรงเรียนบ้านหนองเมิด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อความที่ใช้

2.4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท ดร. ณัฐกัญชัช จันทชุม วุฒิศึกษา คอ.ค. (วิจัยและพัฒนาหลักสูตร) ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ และการวัดผลและการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

2.5 ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้ว นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Congruence)

2.6 วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยค่า IOC ซึ่งข้อคำถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 ขึ้น ไปจึงใช้ได้

2.7 นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม

2.8 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 96)

2.9 ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ดำเนินการเป็นลำดับ ดังนี้

2.9.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยเทคนิค Item-total Correlation พิจารณาข้อที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์ คือ คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ซึ่งการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคิง ด้านบุคลากร มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .5968-8673 ด้านสถานที่ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .2486-.6422 ด้านนโยบายการดำเนินการของธุรกิจเวดคิง มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .2631-.3646 ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .3332-.4671 และคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดคิง ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .4539-.7813 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .7457-.8714 ด้านประสานงานในการบริการ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .7183-.8752 และด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .4833-.6765 ดังภาคผนวก ข

2.9.2 นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach. (1990) ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งหมดเท่ากับ .96 ดังภาคผนวก ค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการออกหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล ผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 คน ในการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ให้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล
4. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ได้แก่ ความผิดพลาด ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลไม่สัมพันธ์กัน

1.2 แยกประเภทของข้อมูล ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด เพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใช้บริการของธุรกิจเวคดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวคดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเทียบกับเกณฑ์ จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (สัมฤทธิ์ กางเพ็ง, 2556 : www.bmamedia.in.th/index.php?option=com_content&task)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61-3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00-1.80	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวคดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเทียบกับเกณฑ์ จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ข้อ 2.2

2.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวคดิ่งในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้วิธีการจำแนกตามลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ใช้สถิติคิด t -test (Independent Samples) และการใช้วิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ซึ่งเป็นวิธีทดสอบความแตกต่างรายคู่

2.5 แจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวคคิงในจังหวัดขอนแก่น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

1.1 วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อ
คำถามของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยใช้
สูตร ดังนี้ (สมนึก กัททิยธนี, 2546 : 221)

สูตรหาค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง

$$IOC = \frac{\sum_{I=1}^n R_i}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ

วัตถุประสงค์

R_i แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถาม
แต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1.2 อำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างคะแนนรายข้อ
กับคะแนนรวมรายข้อ (Item-total Correlation) โดยใช้สูตร ดังนี้ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมพ์ลสิทธิ์, 2548 :
81)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับ
คะแนนรวม

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ

- $\sum Y$ แทน ผลรวมของคะแนนรวม
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนน
 $\sum Y^2$ แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนรวม
 $\sum XY$ แทน ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างคะแนนแต่ละข้อ
 กับคะแนนรวมแต่ละคู่
 N แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

1.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค โดยใช้สูตร ดังนี้ (สมนึก ภัททิยธนี. 2544 : 226-227)

$$\alpha = \frac{n-1}{n} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

- เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
 n แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัดทั้งฉบับ
 S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
 S^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

2. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

2.1 ร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 96)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

- เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
 f แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
 n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) โดยใช้สูตร ดังนี้ (สมนึก ภัททิยธนี. 2544 : 238)

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

- เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนน
 N แทน จำนวนคนทั้งหมด

2.3 หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 87-88)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทน คะแนนแต่ละตัว

N แทน จำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่ม

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนยกกำลังสองทั้งหมด

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล เพื่ออธิบายเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น สำหรับการศึกษาอธิบายเปรียบเทียบความแตกต่างความแปรปรวน ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กับตัวแปรตาม การจัดการภาพลักษณ์ธุรกิจเวดดิ้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะอาดที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านการประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยคุณลักษณะด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติ t-test (Independent Samples) เปรียบเทียบความแตกต่าง ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe. 2002 ซึ่งเป็นวิธีทดสอบความแตกต่างรายคู่ (วรรณชนก จันทขุม. 2545 : 195)