

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์  
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์ และเพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์ ของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยมีกระบวนการ  
และขั้นตอนดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่มาชมสินค้าห้างบิ๊กซี จังหวัด  
สมุทรปราการ ซึ่งรู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์ จำนวนประมาณ 100 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อ รู้จัก หรือใช้ผลิตภัณฑ์  
หนังสือพิมพ์ เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และ  
ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan  
(1970, p. 608-609) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ  
ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย  
ครั้งนี้ แบบสอบถามมี 2 ตอน คือ

หน072  
 ก 2549  
 ๕๕๙.๘  
 ม 1๒๖7  
 ๑.1  
 เลขเรียกหนังสือ.....  
 เลขทะเบียน..... 120760  
 วัน.....เดือน.....ปี..... - 3 ต.ค. 2550

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

2.2 การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากหนังสือพิมพ์ โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (likert) จำนวน 16 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คำถามชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 20 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (cronbach's correlation coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.819

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่รู้จัก หรือใช้ผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์ ในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างได้กรอกข้อมูล จำนวน 80 ฉบับ แล้วขอรับคืนด้วยตนเองได้แบบสอบถามคืนมาจำนวน 80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. เปรียบเทียบการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หนังสือปลานิลของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ดังนี้

#### 1. ค่าเฉลี่ย

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum fx}{n}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \frac{\sum fx}{n} &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนน} \\ n &= \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

#### 2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$\text{สูตร SD} = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{n} - \left[ \frac{\sum fx}{n} \right]^2}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ SD} &= \text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ \sum fx &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนน} \\ \sum fx^2 &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนนแต่ละ} \\ &\quad \text{จำนวนที่ยกกำลังสอง} \\ n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

### 3. การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

$$\text{สูตร } t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ $t$	=	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$S_1^2, S_2^2$	=	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$n_1, n_2$	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

### 4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance)

(Best and Kahn, 1998, p. 406)

$$\text{สูตร } F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ $F$	=	อัตราส่วนของความแปรปรวน (Variance ratio)
$MS_b$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
$MS_w$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม

5. การเปรียบเทียบพหุกุณ เพื่อทดสอบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกัน ใช้วิธีของ Tukey (Tukey's HSD test) (นิกา เมธธาวิชช์, 2542, หน้า 131)

$$\text{สูตร HSD (or Q)} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{(MS_w/2)(1/n_1 + 1/n_2)}}$$

เมื่อ HSD	=	Honestly Significant Difference
$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$MS_w$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม
$n_1, n_2$	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2