

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ภูมิศึกษา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสองในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลโดยมีกระบวนการ และขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2549 มีประมาณ 213,694 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) จากกลุ่มประชากร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ ได้แก่แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้
2. การจัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 3 ตอน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาดลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ต (Likert)

2.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ตรวจสอบความ สอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของ แบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คำถามชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 40 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าว มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถาม เท่ากับ 0.704

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล จากลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อรถยนต์มือสอง จากเด็กรถยนต์มือสองในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้ตาม เด็กรถยนต์มือสองจำนวน 400 ฉบับ โดยเฉลี่ยจำนวนเท่า ๆ กัน แล้วขอรับคืนด้วยตนเอง ได้ แบบสอบถามคืนมาครบทุกเด็กรถยนต์ จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และ นำมาลงรหัสประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

3. สถิติทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ และสถานภาพ โดยใช้ค่าทดสอบที (t-test)
4. ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน(ANOVA)
5. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรายคู่โดยวิธีทดสอบ Least Significant Difference แปรปรวน โดยวิธีของ LSD
6. วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ โดยหาค่าความถี่ และบรรยายเป็นความเรียง