

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ สำหรับบ้านพักอาศัยเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศสำหรับบ้านพักอาศัยตลอดจน เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศสำหรับบ้านพักอาศัยที่ แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร โดยมีขั้นตอนในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป้าหมายที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ จำนวนประชากรที่อาศัยใน เขต บางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประมาณ 81,524 คน โดยการวิจัยครั้งนี้อาศัยข้อมูลออนไลน์จาก วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี เดือนเมษายน พ.ศ.2549 ซึ่งรวบรวมโดยสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ กระทรวงมหาดไทย ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม Krejcie และ Morgan จำนวน 400 คน และเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตบางกอกใหญ่ โดยมี ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยเลือกที่พักอาศัยที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ที่ กระจายอยู่ในเขต บางกอกใหญ่ จำนวน 440 ตัวอย่าง เพื่อการผิดพลาดไว้ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในครั้งนี้ มี 3 ตอน คือ

2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ

2.2 ความรู้เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ การใช้งาน การบำรุงรักษา

2.3 ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ ได้แก่ ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บริการ ฯลฯ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัย ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับจุดประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองในเขตอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.8125

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมกับผู้ช่วยวิจัย ซึ่งจะมีการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริง โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างโดยกระจายไปในส่วนต่างๆของ เขตบางกอกใหญ่ โดยวิธีเก็บแบบสะดวก

ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการเก็บข้อมูลรวมทั้งสิ้นประมาณ 2 เดือน คือในช่วงระหว่างเดือน มกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ โดยใช้ความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง โดยใช้ t-test
4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อเครื่องปรับอากาศ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว F-test (one way analysis of variance)