

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน บริษัท อีเทลไทยอุตสาหกรรม จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดินของ บริษัท อีเทลไทยอุตสาหกรรม จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ โดยมีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ใช้บริการเช่าซื้อรถชุดดินของบริษัท อีเทลไทยอุตสาหกรรม จำกัด ภาคตะวันออก จำนวน 200 ราย ข้อมูล ณ 30 ตุลาคม 2552 (ได้มาจากใบเสนอราคาของ ฝ่ายการตลาด บริษัท อีเทลไทยอุตสาหกรรม จำกัด พ.ศ. 2552)

กลุ่มตัวอย่าง เลือกจากผู้ประกอบการที่ใช้บริการเช่าซื้อรถชุดดิน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 2 ตอน คือ
 - 2.1 ข้อมูลของผู้ประกอบการ ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ ขนาดธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ

2.2 องค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน จำนวน 4 ด้าน คือ ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ท (Likert) จำนวน 28 ข้อ

3. นำแบบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระของมหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คำถามชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.8939

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการ ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างตอบข้อมูลจำนวน 132 ฉบับ สุ่มด้วยวิธีแบบสะดวก (convenient) โดยดำเนินการเก็บแบบสอบถามในช่วงวันที่ 1 – 28 กุมภาพันธ์ 2553 และขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตัวเอง ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 132 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ LSD ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้ความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์องค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนองค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ โดยใช้ t-test และ F-test

4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนองค์ประกอบทางการตลาดที่ถูกค่าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อรถยนต์คัน ของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ LSD ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย

| | | | |
|-------|-----------|---|-------------------------------------|
| สูตร | \bar{X} | = | $\frac{\sum fx}{n}$ |
| เมื่อ | \bar{X} | = | ค่าเฉลี่ย |
| | $\sum fx$ | = | ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนน |
| | n | = | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |

2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

| | | | |
|-------|-------------|---|---|
| สูตร | SD | = | $\sqrt{\frac{\sum fx^2}{n} - \left[\frac{\sum fx}{n}\right]^2}$ |
| เมื่อ | SD | = | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| | $\sum fx$ | = | ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนน |
| | $\sum fx^2$ | = | ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนน แต่ละจำนวนที่ยกกำลังสอง |
| | n | = | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |

3. การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

| | | | |
|-------|------------------------|---|--|
| 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. การวิเคราะห์ความแปรปรวน(Analysis of variance) (Best and Kahn, 1998, p.406)

สูตร $F = \frac{MS_b}{MS_w}$

เมื่อ F = อัตราส่วนของความแปรปรวน (variance ratio)

MS_b = ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w = ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ใช้วิธีของ Least Significant

Difference (LSD)

สูตร $LSD = t_{\infty} \sqrt{MS_w \left[\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} \right]}$

เมื่อ LSD = Least Significant Difference

t = การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

MS_w = ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม

n_1, n_2 = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2