

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ของผู้บริโภคนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้บริโภครถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ได้มีผู้เก็บข้อมูลไว้
2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ดังสูตรของ ดับเบิลยู. จี. คอชแรน (W. G. Cochran, 1953. อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนิ. 2550 : 25)

สูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.20)

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่  $\frac{\alpha}{2}$

ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.20(1-0.20)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{0.20 \times 0.8 \times 3.8416}{0.0025}$$

$$= 245.88$$

3. การสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้บริโภครถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 246 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้บริโภครถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ

3. นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภครถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องวัด เป็นแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภครถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภครถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า

การตรวจให้คะแนนแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อมาก	4	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อน้อย	2	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536 : 156-157)

$$\begin{aligned} \text{ระดับ} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อมาก
ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแบบปลายเปิด

การทดลองเครื่องมือ เมื่อได้แบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วก็นำไปทดลองใช้กับของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 คัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 ชุด โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกันกับกลุ่มที่เก็บข้อมูลจริง จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยวิธี ครอนบาช อัลฟา (Cronbach's Alpha, 1974. อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนี. 2550 : 87)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกเรียบร้อยแล้วจากประชาชนผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 คัน) จากที่ศูนย์โตโยต้า ศูนย์อู่ชูชู ศูนย์นิสสัน และศูนย์มิตซูบิชิ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้ได้ครบ 246 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวม และค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้ t-test, F-test, และ LSD. (Fisher's least-significant different)

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อของประชาชนผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่
4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าลูกค้ำมีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน