

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย วิธีการศึกษา ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานियามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ ตลอดจนศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการศึกษา

*ในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ตัดสินใจซื้อในระหว่างปีพ.ศ.2540 - 2544 โดยทำการศึกษารอบคลุมถึงปัจจัยภายนอกของผู้ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาด หรือ 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และจะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม นอกจากนี้

ยังครอบคลุมถึงลักษณะของผู้ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านจิตวิทยา นอกจากนี้จะทำการศึกษาดังปัญหาที่ผู้ซื้อประสบจากการใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ โดยทำการศึกษาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ โดยเจาะจงตามอาชีพในสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งจะหาขนาดของตัวอย่างโดยดูจากตาราง⁸ โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรไว้สูงสุด ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้ผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% จากประชากรทั้งหมดจำนวน 102,038 ราย ที่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล จะได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 139 ราย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

จะทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ซึ่งจะทำการเก็บตัวอย่างโดยเจาะจงตามอาชีพ 3 อาชีพในสัดส่วนที่เท่ากัน อาชีพละ 50 ตัวอย่าง คือ อาชีพข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพเจ้าของกิจการ โดยเก็บตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษา ลานจอดรถห้างสรรพสินค้า หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชนต่างๆ หมู่บ้าน หมู่บ้านจัดสรร และตามริมถนนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

⁸ ประชุม สุวดี, "การสุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย", วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 2541) : 103-130.

⁹ สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, รายงานการจดทะเบียนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทุกประเภท ปี 2542 : 1.

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 9.0 for Windows โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ “สถิติเชิงพรรณนา” (Descriptive statistics) โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted average)

เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบบ Likert-scale ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด ไม่มีผล มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้¹⁰

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	4
มาก	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1
ไม่มีผล	0

ผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ Weight mean score คือ อันตรภาคชั้น = (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)/จำนวนชั้น = $(4 - 1)/4 = 0.75$ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.28 - 4.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.52 - 3.27 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.76 - 2.51 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

โดยในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนผู้ซื้อที่ตอบ ไม่มีผล จะไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ย

¹⁰ ศีรวิพรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การวิจัยธุรกิจ(กรุงเทพฯ:บริษัทเอเอ็นการพิมพ์, 2541), หน้า 167.

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้โดยรวมของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนรถยนต์ทั้งหมดของครอบครัว รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้ริเริ่มเสนอความคิดที่จะซื้อ ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำประกอบการซื้อ ผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการซื้อ ผู้ตัดสินใจเลือกยี่ห้อ ผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ ผู้กำหนดวัน เวลาในการซื้อ ผู้ติดต่อกับผู้ขาย ผู้จ่ายเงินซื้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อที่ผู้ซื้อประสบ โดยแบ่งปัญหาเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ซื้อ หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ซื้อ ที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ที่อาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ได้แก่

- ปัจจัยทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดนำเสนอต่อผู้ซื้อ 4 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปลักษณะ รูปแบบ การใช้งาน ความทนทาน สี อุปกรณ์ ขนาด ยี่ห้อ การรับประกัน การให้บริการหลังการขาย

ราคา ได้แก่ ราคาต่อหน่วยของรถ เงื่อนไขการชำระเงิน ราคาอะไหล่ และบริการหลังการขาย

ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง และการบริการของตัวแทนจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

- ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม

- ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย ชั้นสังคม

- ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา

- ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ

รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ หมายถึง รถยนต์บรรทุกที่มีน้ำหนักไม่เกิน 1,600 กิโลกรัม¹¹ มีระบบการขับเคลื่อนที่ทุกล้อช่วยในการขับเคลื่อน ซึ่งระบบขับเคลื่อนสี่ล้ออาจใช้ตลอดเวลาหรืออาจใช้เพียงบางเวลาก็ได้ แล้วแต่การออกแบบ มักเขียนย่อว่า 4WD¹² ได้แก่ ยี่ห้อ ฟอร์ด อีซูซุ มาสด้า มิตซูบิชิ นิสสัน และโตโยต้า

ปัญหาในการใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ หมายถึง ปัญหาที่ผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อประสบ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

¹¹ วสันต์ ธีรานุรักษ์. พระราชบัญญัติขนส่งทางบก พุทธศักราช 2522. กรุงเทพฯ : ธีรานุสรณ์, 2522.

¹² ธีระยุทธ สุวรรณประทีป. ศัพท์วิศวกรรมยานยนต์ (อช-เอ็น : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2532), หน้า 46.