

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยนี้เป็น การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์จำนวน 269 คน โดยเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามแบบสุ่ม ตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2555

3.2 ข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษา

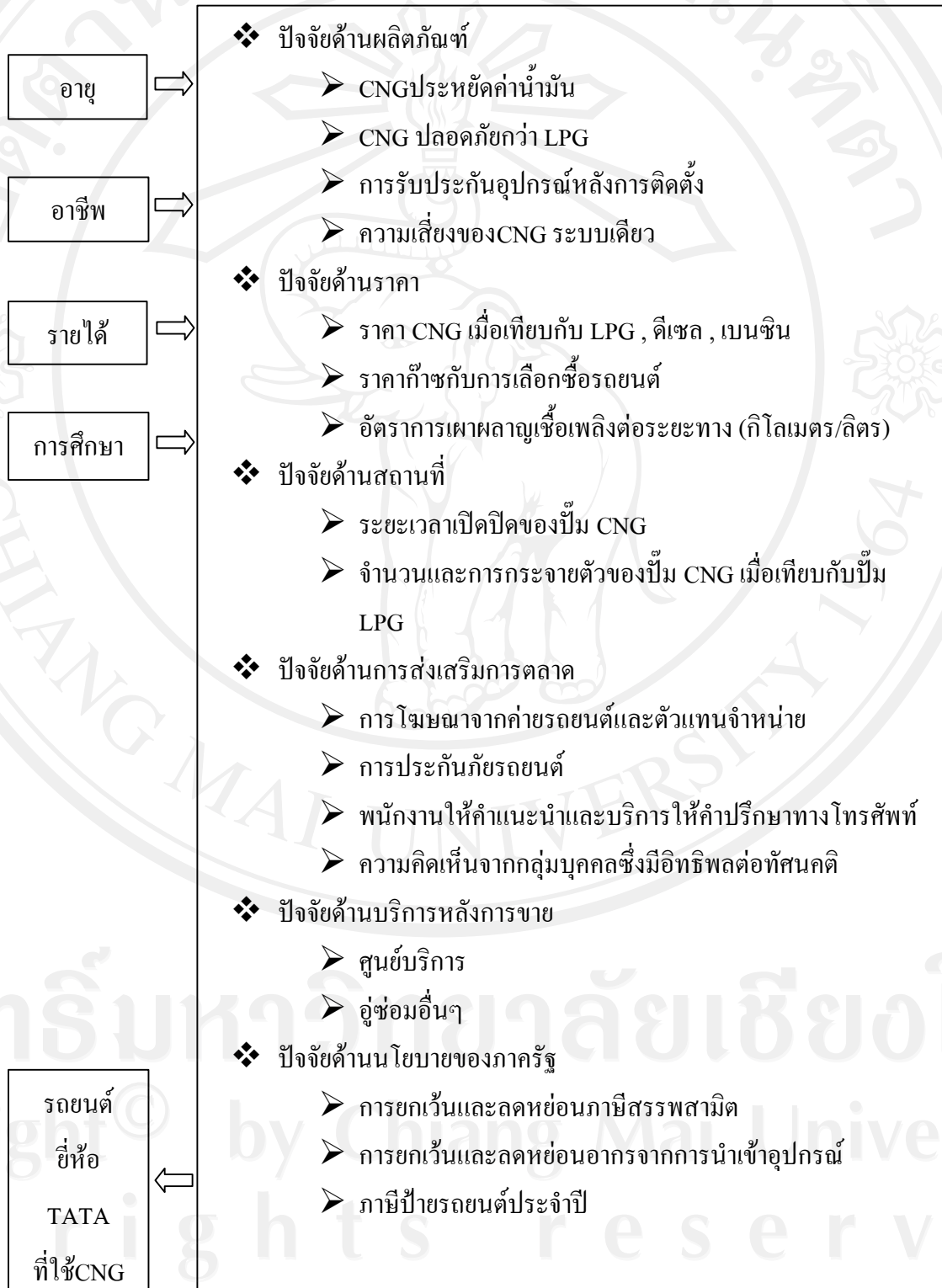
ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1.ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิดกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ระบบเดียวจำนวน 200 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2555

2.ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้แล้วโดยบุคคลกลุ่มบุคคลสถาบันและองค์กรต่างๆซึ่งผู้วิจัยค้นคว้าจากหนังสือวิทยานิพนธ์บทความวารสารต่างๆผู้เชี่ยวชาญของพื้นที่รวมถึงข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทดีเซลเออร์ที่ขายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามแผนภูมิ ดังนี้



ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับก๊าซซีเอ็นจีช่วยประหยัดค่าน้ำมัน, ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ก๊าซซีเอ็นจีมีความปลอดภัยสูงกว่า ก๊าซแอลพีจี, ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับประกันอุปกรณ์หลังจากการติดตั้ง, ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงของก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ปัจจัยทางด้านราคา มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ก๊าซซีเอ็นจีเปรียบเทียบกับน้ำมันดีเซล เบนซิน และก๊าซแอลพีจี, ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ก๊าซซีเอ็นจีส่งผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์, ความคิดเห็นในด้านอัตราการเผาผลาญเชื้อเพลิงต่อระยะทาง

ปัจจัยทางด้านสถานที่ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาเปิดทำการของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีมีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนและการกระจายตัวของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีเมื่อเทียบกับก๊าซแอลพีจีในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของค่ายรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี, ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงานให้คำปรึกษาและคำแนะนำทางโทรศัพท์, ความคิดเห็นจากบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการตัดสินใจซื้อรถยนต์

ปัจจัยด้านบริการหลังการขาย มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับบริการหลังการขาย คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับศูนย์บริการ, ความคิดเห็นเกี่ยวกับอู่ซ่อมอื่นๆ

ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเว้นและการลดหย่อนภาษีสรรพสามิต, ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเว้นและลดหย่อนอากรจากการนำเข้าอุปกรณ์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีป้ายรถยนต์ประจำปี

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์การศึกษาที่ว่า

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ระบบเดียวของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามปลายปิด จะเป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวเพื่อการพาณิชย์ ได้แก่ อายุ อาชีพ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ประจำ จำนวนรถยนต์ที่มีและจำนวนสมาชิกในครอบครัว

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) โดยแสดงเป็นตารางและอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

แบบสอบถามปลายเปิด จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีแบบระบบเดียวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

โดยผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ และรายได้ กับปัจจัยด้านต่างๆ

ดังนี้

- 1) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับก๊าซซีเอ็นจีช่วยประหยัดค่าน้ำมัน, ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ก๊าซซีเอ็นจีมีความปลอดภัยสูงกว่าก๊าซแอลพีจี, ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับประกันอุปกรณ์ภายหลังจากการติดตั้ง, ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงของก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว
- 2) ปัจจัยทางด้านราคา มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาก๊าซซีเอ็นจีเปรียบเทียบกับน้ำมันดีเซล เบนซิน และก๊าซแอลพีจี, ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาก๊าซซีเอ็นจีส่งผลกระทบต่อ การเลือกซื้อรถยนต์, ความคิดเห็นในด้านอัตราการเผาผลาญเชื้อเพลิงต่อระยะทาง
- 3) ปัจจัยทางด้านสถานที่ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาเปิดทำการของสถานบริการก๊าซซีเอ็นจีมีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนและการกระจายตัวของสถานบริการก๊าซซีเอ็นจีเมื่อเทียบกับก๊าซแอลพีจีในเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

- 4) ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของค่ายรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี , ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ , ความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงานให้คำปรึกษาและคำแนะนำทางโทรศัพท์ , ความคิดเห็นจากบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการตัดสินใจซื้อรถยนต์
- 5) ปัจจัยทางด้านบริการหลังการขาย มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับบริการหลังการขาย คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับศูนย์บริการ , ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ซ่อมอื่นๆ
- 6) ปัจจัยทางด้านนโยบายของภาครัฐ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเว้นและการลดหย่อนภาษีสรรพสามิต , ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเว้นและลดหย่อนอากรจากการนำเข้าอุปกรณ์ , ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีป้ายรถยนต์ประจำปี

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

กำหนดให้ผู้บริโภคนั้นเป็นผู้ประกอบการที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการใช้งานในระบบเดียวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ตอบแบบสอบถาม เพื่อเลือกลำดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีแบบระบบเดียวโดยใช้มาตรวัดของ Likert (Likert Scale) โดยมีระดับความสำคัญ 3 ระดับ คือ สำคัญมาก สำคัญปานกลาง และ สำคัญน้อยดังตาราง

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล	คะแนน
สำคัญน้อย	1
สำคัญปานกลาง	2
สำคัญมาก	3

หลังจากนั้นผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการหาความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ และ รายได้ กับปัจจัยด้านต่างๆ โดยวิธีไค-สแควร์ (χ^2) ในการทดสอบ

χ^2 ที่ใช้ทดสอบแบบพาราเมตริกมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแปรปรวนของประชากรมีค่าตามที่กำหนดให้โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่มและข้อมูลจะต้องมีลักษณะสอดคล้องกัน (นราบุรณรัช, 2543 : 137)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved