

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “บุคลิกภาพตราสินค้ารถจักรยานยนต์ฮอนด้า” เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อายุ ระหว่าง 15 - 24 ปี

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กำหนดกลุ่มตัวอย่าง(n) เป็นกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนดังนั้นจึงคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546 : 13) คือ

$$n = \frac{Z^2 * pq}{E^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติ

(ในกรณีศึกษาครั้งนี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะได้ค่า $Z = 1.96$)

P = สัดส่วนตัวอย่าง (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ $p = 0.5$)

q = $1-p$ ($1-0.5 = 0.5$)

E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ ค่า $E = 0.5$)

ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.14 \text{ ตัวอย่าง} \approx 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) คือ การเลือกตัวอย่างตามความสะดวกของผู้วิจัย หรือตามความเหมาะสมของเหตุการณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการจัดเตรียมไว้เก็บข้อมูล ตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย J. Aaker(1997) คำถามในตอนที่ 1 ใช้มาตราส่วนประเมินค่า โดยเป็นเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยที่

ค่าคะแนน	5	หมายถึง	มีลักษณะเช่นนั้นเป็นอย่างมาก
ค่าคะแนน	4	หมายถึง	มีลักษณะเช่นนั้นค่อนข้างมาก
ค่าคะแนน	3	หมายถึง	มีลักษณะเช่นนั้นปานกลาง
ค่าคะแนน	2	หมายถึง	มีลักษณะเช่นนั้นเล็กน้อย
ค่าคะแนน	1	หมายถึง	ไม่มีลักษณะเช่นนั้นเลย

ผลการให้คะแนนที่ได้นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามเกณฑ์ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ,2548) ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.50 – 5.00	รับรู้เป็นอย่างมาก
3.50 – 4.49	รับรู้ค่อนข้างมาก
2.50 – 3.49	รับรู้ปานกลาง
1.50 – 2.49	รับรู้เล็กน้อย
1.00 – 1.49	รู้น้อยมาก

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเฉพาะ ได้แก่ ประเภทของการเป็นลูกค้า คือ ผู้ที่เป็นลูกค้า และ ผู้ที่ไม่ได้เป็นลูกค้า

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ

แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามที่จัดขึ้นให้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง ประกอบคำอธิบาย โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) สถิติวัดแนวโน้มเข้าสู่ ส่วนกลาง หรือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้วิเคราะห์ ข้อมูลโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง