

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง  
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอรายละเอียดตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง  
จังหวัดพิษณุโลก ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 4P's

ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบสภาพการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสองใน  
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามประสบการณ์และระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ  
การค้ารถยนต์มือสอง

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์  
มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

#### ขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง  
จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้า  
รถยนต์มือสอง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้า  
รถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ปี พ.ศ. 2550 จำนวนทั้งสิ้น 87 คน

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยของขั้นตอนที่ 1 เป็นเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม  
ความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 3 ตอน (ภาคผนวก ง) ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง  
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสอง  
จำนวน 33 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ

### 3. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้ารถยนต์  
มือสอง

3.2 กำหนดขอบเขตเนื้อหาส่วนผสมทางการตลาดในการสร้างเครื่องมือให้  
สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย

3.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาส่วนผสมทางการตลาดของการค้า  
รถยนต์มือสอง

3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความ  
ถูกต้องของเนื้อหา (Content validity ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.5 นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน  
ตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา IOC (Item Objective Congruence)  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีข้อคำถามมีค่า IOC ต่ำกว่า .50 คือข้อ 30 และข้อ 34 ผู้วิจัยจึงตัด  
คำถามข้อดังกล่าวออก และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป และปรับปรุงแก้ไข  
ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ (ภาคผนวก ข) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

3.5.1 รองศาสตราจารย์วิราพร พงศ์อาจารย์ อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

3.5.2 ดร.สุขแก้ว คำสอน อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

3.5.3 ดร.ชนม์ชกรณั วรอินทร์ อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

3.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่  
ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของ  
แบบสอบถาม โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient)  
โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.80

3.7 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอ  
ความเห็นชอบและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.8 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ  
ค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ต่อไป

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 นำหนังสือจากมหาวิทยาลัยส่งถึงผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง  
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2 การเก็บข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย  
ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

4.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมารวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผล  
จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรวจสอบ  
ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนเพื่อนำมาหาค่าร้อยละ  
(Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้  
โปรแกรมสำเร็จรูปจากคอมพิวเตอร์

ผู้วิจัยใช้การประยุกต์การแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เกณฑ์  
การประเมินระดับความสำคัญ 3 ระดับ โดยแปลความหมายค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่ม  
(บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 100) ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีสภาพการดำเนินธุรกิจระดับมาก
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีสภาพการดำเนินธุรกิจระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	หมายถึง	มีสภาพการดำเนินธุรกิจระดับน้อย

#### 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

6.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{x}$ )

6.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

**ขั้นตอนที่ 2** การเปรียบเทียบสภาพการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสอง  
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามประสบการณ์และระดับการศึกษาของ  
ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจจากขั้นตอนที่ 1 มาทำการทดสอบ

สมมุติฐาน โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสภาพการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามประสบการณ์และระดับการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้ ค่า  $t$  - test

**ขั้นตอนที่ 3** นำเสนอแนวทางพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ในส่วนของขั้นตอนที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มสนทนาระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองและกลุ่มตัวแทนลูกค้า โดยนำสารสนเทศจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 และ ขั้นตอนที่ 2 มาสร้างประเด็นคำถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการสนทนากลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองมีจำนวน 7 คน คือ

- 1.1.1 นายสมชาย อนุรักษ์แดนไทย ผู้จัดการเดินที่ชัยมงคล ออโต้
- 1.1.2 นางสาวนันท์มนัส จันทราอุกฤษฎ์ ผู้จัดการตลาดรถยนต์มือสอง
- 1.1.3 นายอดิศักดิ์ สอนแย้ม ผู้จัดการเดินที่รถคุณภาพ
- 1.1.4 นายถาวร บุตรพิเศษ ผู้จัดการเดินที่รถสวยสะพานสูง
- 1.1.5 นายทวีศักดิ์ รักสุข หจก.อุทยานรถยนต์
- 1.1.6 นายณัฐวุฒิ วิษณุหมิมาชัย คิงส์กลการ
- 1.1.7 นายประกาศ สังข์วะระปรีชา ก่อเกียรติยานยนต์

1.2 กลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการสนทนากลุ่มตัวแทนลูกค้า มีจำนวน 7 คน คือ

- 1.2.1 นางสาวกาญจนา นิเวศนา
- 1.2.2 นางวรกาน ต๊ะคิงษา
- 1.2.3 นายดิเรก จันทร
- 1.2.4 นางสาววรรณวดี จันทรสุข
- 1.2.5 นายพุมิพงษ์ แซ่หว่า
- 1.2.6 นายพัต สีฟอง
- 1.2.7 นายภาณุพงศ์ ประเสริฐกุล

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพของขั้นตอนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกการสนทนากลุ่มซึ่งผู้วิจัยได้นำสารสนเทศของขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาสร้างประเด็นคำถามโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 2 รอบ คือ รอบที่ 1 คือ กลุ่มตัวแทนลูกค้า รอบที่ 2 คือ กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จากนั้นผู้วิจัยนำสาระสำคัญจากการสนทนากลุ่มทั้ง 2 รอบมากำหนดแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ต่อไป

## 3. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 นำผลการวิเคราะห์และสารสนเทศจากขั้นตอนที่ 1 และ ขั้นตอนที่ 2 มาสร้างประเด็นคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาในการกำหนดแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง

3.2 นำประเด็นคำถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ความเห็นชอบแล้วนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลของขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 2 รอบ คือ รอบที่ 1 คือ กลุ่มตัวแทนลูกค้า รอบที่ 2 คือ กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง โดยผู้วิจัยเป็นผู้บันทึกผลการสนทนากลุ่มทั้ง 2 รอบ

4.2 นำสาระสำคัญจากการสนทนากลุ่มทั้ง 2 รอบดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการสังเคราะห์ผลการสนทนากลุ่มมากำหนดแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำสารสนเทศจากการจัดกลุ่มสนทนา มาจำแนกหมวดหมู่ตามกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา

5.2 นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและผลการวิเคราะห์ มากำหนดแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

การตรวจสอบความเหมาะสมและปรับปรุงแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเหมาะสมของแนวทาง

2. การตรวจสอบความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

2.1 นายวิเศษ วชิราศิริศิริกุล ประธานหอการค้าจังหวัดพิษณุโลก

2.2 นายโสภณ วิเศษสรรค์ หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัด

พิษณุโลก

2.3 นายยศวัฒน์ รุ่งคณาภูมิ ผู้ประกอบการค้าและที่ปรึกษาตลาดรถยนต์ จังหวัดพิษณุโลก

3. ผู้วิจัยได้นำแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการที่ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเหมาะสมแล้ว (ภาคผนวก จ) มากำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่สมบูรณ์