

## บทที่ 3

### สมมติฐาน กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย

จากการทบทวนในบทที่ 2 ทำให้มองเห็นภาพรวมของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า โดยเฉพาะรถยนต์นำเข้า ในบทนี้จะเป็นการสรุปปัจจัยต่าง ๆ เป็นสมมติฐานงานวิจัยและกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมทั้งนำเสนอวิธีการวิจัยที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้

#### 3.1 สมมติฐานงานวิจัย

##### 3.1.1 ผู้ซื้อรถยนต์นำเข้า

ตามแนวคิดของ Philip Kotler โดยปกติผู้บริโภค โภคมักจะมีการเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้าตามความเหมาะสม ตามกำลังฐานะของตนเอง และก่อนที่จะเกิดการซื้อสินค้า และการบริการ ผู้บริโภคเองก็จะมีการประเมินว่าควรจะซื้อเมื่อใด ควรซื้อคร่าหือไหน ควรซื้อเพราะอะไร ควรปรึกษาใคร และถ้าจะซื้อควรซื้ออย่างไร จึงจะทำให้ตนเองมีความพึงพอใจมากที่สุด ประเด็นนี้ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะมีพฤติกรรมในการซื้อ และประเมินสินค้าแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางคนยอมซื้อสินค้าราคาแพงเพราะเชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริโภคมีแนวทางในการซื้อรถยนต์นำเข้าที่ต่างกัน (ชงชัย สันติวงษ์, 2537 : 25)

#### สมมติฐานที่ 1 ผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

##### 3.1.2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ขนาดของครอบครัว โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภค โภคมักมีลักษณะของการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศที่มีให้เลือกตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในประเด็นนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็มีแนวความคิดในการซื้อรถยนต์นำเข้าที่ไม่เหมือนกัน บางคนต้องการรถสปอร์ตหรือบางคนมีครอบครัวแล้วจึงต้องการรถตู้ที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นลักษณะด้านประชากรศาสตร์จึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า (พิไลวรรณ ประกอบผล, 2534 : 95)

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน

### 3.1.3 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

ตามแนวคิดของ Maslow จะเห็นได้ว่าความคิดของ Maslow มีการแบ่งเป็นระดับชั้นต่าง ๆ และเมื่อระดับของจนมาถึงในระดับความปลอดภัยผู้บริโภคก็จะใส่ใจและก็จะพิถีพิถันมากขึ้นต่อการใส่ใจสินค้าและบริการ ในประเด็นนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศโดยเฉพาะสินค้าที่มีความเป็นเทคโนโลยีสูงอย่างรถยนต์เป็นสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยได้ดังนั้นความมั่นคงปลอดภัย จึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า (สุภาพรณัฏ์ ติละสุกสกุล, 2528 : 49)

**สมมติฐานที่ 4** ระดับความต้องการความมั่นคงปลอดภัยของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

### 3.1.4 ความต้องการด้านสังคม

จากที่ได้กล่าวในสมมติฐานที่ 4 มาแล้วนั้นเมื่อระดับของคนได้รับการตอบสนองด้านความมั่นคงปลอดภัยจนเป็นที่พอใจแล้ว จะเกิดความต้องการเกี่ยวกับการยอมรับในประเด็นนี้ผู้บริโภคจะใส่ใจในรายละเอียดของการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากขึ้นเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศโดยเฉพาะรถยนต์จะสามารถทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมหรือเป็นที่โดดเด่นในหมู่สังคมได้ดังนั้นความต้องการด้านสังคมจึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า (สุภาพรณัฏ์ ติละสุกสกุล, 2528 : 49)

**สมมติฐานที่ 5** ระดับความต้องการด้านสังคมของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

### 3.1.5 ความต้องการได้รับการยกย่องจากสังคม

ในขั้นนี้เป็นระดับขั้นที่ 3 ตามแนวคิดของ Maslow เป็นความต้องการที่จะทำให้ตนเองภูมิใจมีฐานะในสังคม ต้องการเป็นที่เคารพและยกย่องจากสังคมหรือซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นใจในตัวเอง ในประเด็นนี้ผู้บริโภคจะใส่ใจในรายละเอียดเป็นพิเศษเพราะผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะรถยนต์จะสามารถทำให้ตนเองมีเกียรติและแสดงถึงฐานะให้สังคมยกย่องตนเอง รวมทั้งเพื่อให้สังคมเกิดความน่าเชื่อถือตนเองดังนั้นความต้องการได้รับการยกย่องจากสังคมจึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า (สุภาพรณัฏ์ ติละสุกสกุล, 2528 : 49)

**สมมติฐานที่ 6** ระดับความต้องการได้รับการยกย่องจากสังคมของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

### 3.1.6 การรับรู้คุณค่าของสินค้า

ตามแนวคิดของ สุภาภรณ์ ถีละศุกสกุล (2528 : 60) และ ศรีอัยตระกูล (ศิวยานนท์) อรรถมานะ (2542 : 61) เป็นการรับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าโดยเฉพาะรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีความแตกต่างกับรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ ในประเด็นนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่ารถยนต์นำเข้าเป็นรถยนต์ที่มีมาตรฐานการผลิตที่ดีทั้งเรื่องของการออกแบบ ความมีคุณภาพ ความมีประสิทธิภาพของการทำงาน และเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของการแสดงสถานะทางสังคม ดังนั้นการรับรู้เกี่ยวกับรถยนต์นำเข้าจึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า

**สมมติฐานที่ 7 ระดับการรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้าของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน**

### 3.1.7 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า

ตามแนวคิดของ Jagdish N. Sheth และคณะ (อคุลย์ จาตุรงกกุล, 2543 : 345) จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้เกิดจากการหาข่าวสารจากการสื่อสารในรูปการเขียนหรือวาจาและการตรวจสอบคุณลักษณะของสินค้าหรือการทดลองสินค้า ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่มีการรับรู้กระตุ้น ผูกพันตัวกระตุ้นกับความต้องการในประเด็นนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก่อนที่จะทำการซื้อรถยนต์นำเข้าซึ่งเป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีสูงจำเป็นที่จะต้องหาความรู้จากนิคยสารที่เกี่ยวกับรถยนต์ การสอบถามจากพนักงานขาย และมีการทดลองเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานและการใช้อุปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวกของรถยนต์นำเข้า ดังนั้นความรู้ ความเข้าใจจึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า

**สมมติฐานที่ 8 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้าของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน**

### 3.1.8 ทศนคติที่มีต่อสินค้า

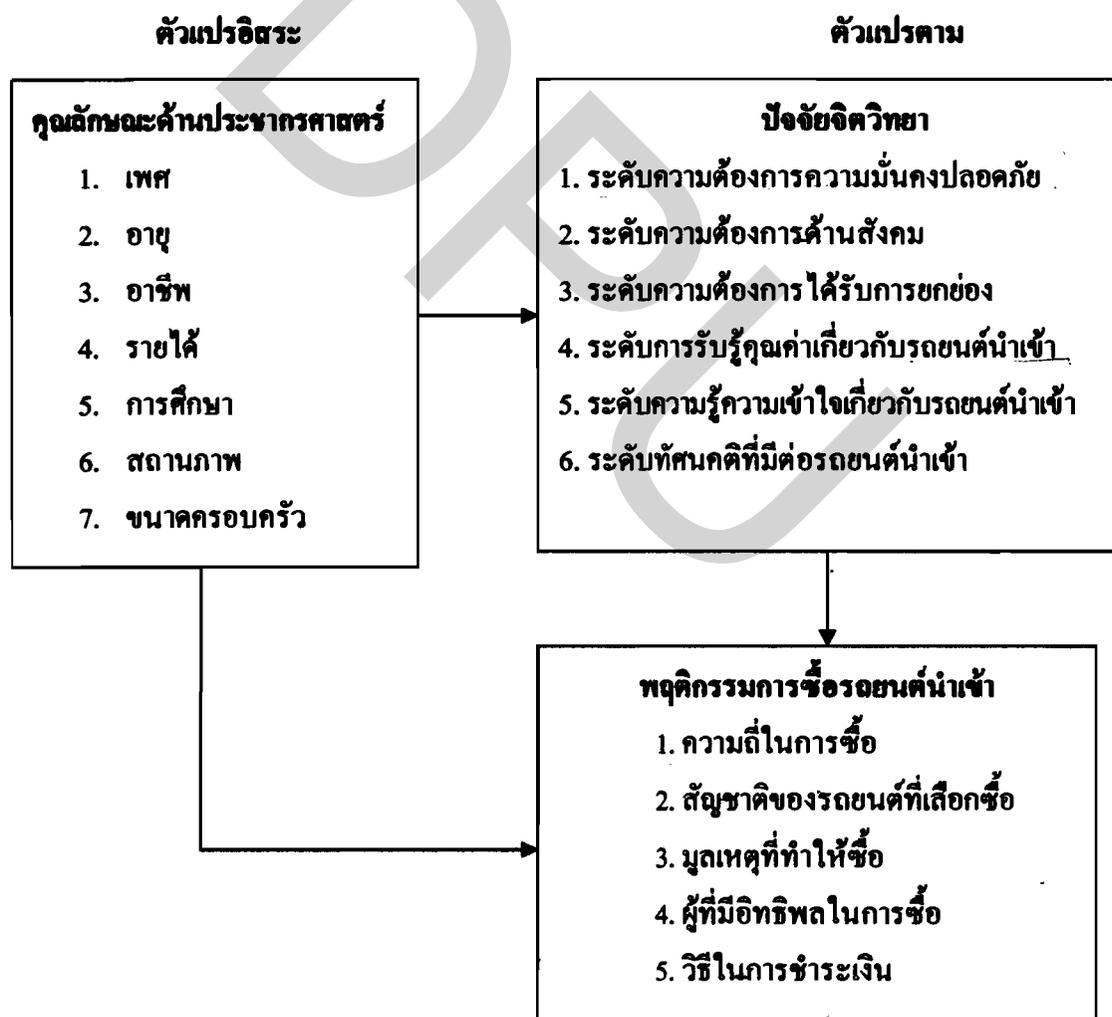
ตามแนวคิดของ Fishbeing (อคุลย์ จาตุรงกกุล, 2539 : 203) จะเห็นได้ว่าทัศนคติเกิดจากความเชื่อถือในการเรียนรู้คุณสมบัติของสินค้าแล้วเกิดเป็นทัศนคติ คือ ความพอใจหรือไม่พอใจของคนที่มีต่อคุณสมบัติของสินค้า โดยผู้บริโภคจะมีการสร้างความเชื่อถือเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า โดยเฉพาะรถยนต์นำเข้าจากประเทศที่ประสบด้วยตัวเองหรือจากคำบอกกล่าวจากบุคคลหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ในประเด็นนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถ้ามีความเชื่อถือในคุณสมบัติเชิงบวกก็จะ

เกิดความพอใจหรือความชอบในรถยนต์แต่ถ้ามีความเชื่อถือในคุณสมบัติเชิงลบก็จะไม่มีความชอบหรือความไม่พอใจได้ ดังนั้นความเชื่อถือเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้าจึงมีผลต่อการซื้อรถยนต์นำเข้า

**สมมติฐานที่ 9** ระดับทัศนคติที่มีต่อรถยนต์นำเข้าของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนความสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

### 3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.3 วิธีดำเนินการวิจัย มีดังนี้

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 ตัวแปรที่ศึกษาค้นคว้า

3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.5 การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เป็นเจ้าของหรือผู้ที่ครอบครองรถยนต์นำเข้าใช้หือต่าง ๆ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เป็นเจ้าของหรือผู้ที่ครอบครองรถยนต์นำเข้าใช้หือต่าง ๆ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้จากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 74) และสำรวจแบบสอบถาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด รวมทั้งสิ้น 420 คน โดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546 : 117)

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการสุ่มตัวอย่างโดยการไปตามโชว์รูมที่จำหน่ายรถยนต์นำเข้าต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 3.3.2 ตัวแปรที่ศึกษาค้นคว้า

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ และขนาดครอบครัว

ตัวแปรตาม

ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ระดับความต้องการความมั่นคงความปลอดภัย ระดับความต้องการด้านสังคม ระดับความต้องการการได้รับการยกย่อง ระดับการรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้า ระดับทัศนคติที่มีต่อรถยนต์นำเข้า

พฤติกรรมกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า ได้แก่ ความถี่ในการซื้อ สัญชาติของรถยนต์ที่เลือกซื้อ เหตุที่ทำให้ซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ และวิธีในการชำระเงิน

### 3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่จัดสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของการศึกษา แบบสอบถามเรื่องปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า โดยลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลผู้บริโภครวม

ข้อมูลส่วนบุคคล หรือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ และขนาดครอบครัว มีทั้งหมด 9 ข้อ ลักษณะการตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา คำถามจะเกี่ยวกับการงูใจมี 15 ข้อ การรับรู้มี 5 ข้อ การเรียนรู้มี 3 ข้อ และทัศนคติมี 4 ข้อ รวมทั้งหมด 27 ข้อ ลักษณะการตอบจะเป็นการให้น้ำหนักความสำคัญจากมากไปหาน้อย โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ในการใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่านั้น ใช้ตามแบบของ Likert พิจารณาจากหลักเกณฑ์เฉลี่ยดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00	หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50	หมายถึงเห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50	หมายถึงเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50	หมายถึงเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50	หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า มีทั้งหมด 5 ข้อ ลักษณะการตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ

### การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. กำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อคณาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขสำนวนภาษาให้ชัดเจนรัดกุม ครอบคลุมเนื้อหาสาระ ครอบคลุมประเด็นที่จะทำการศึกษา และตรงตามวัตถุประสงค์ก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับประชากรตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธี Cronbach's Alpha ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าระดับความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	$\alpha$
ความต้องการความปลอดภัย	.790
ความต้องการด้านสังคม	.812
ความต้องการได้รับการยกย่อง	.837
การรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้า	.743
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถยนต์นำเข้า	.838
ทัศนคติที่มีต่อรถยนต์นำเข้า	.810

จากตาราง ค่า Cronbach's Alpha ของตัวแปรจากแบบสอบถามอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือ ต่ำสุด = 0.743 และสูงสุด = 0.838 (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546 : 127)

### 3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทำการวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

#### 3.3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกแจกแบบสอบถามภายในสถานที่ของบริษัท เจ ออโต้มอฟอร์ด สาขาอ่อนนุช 46 และสาขาศรีนครินทร์

#### 3.3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมจากตำรา บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลอ้างอิงต่าง ๆ

#### 3.3.5 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำข้อมูลมาลงรหัส (Coding) แล้วทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ซึ่งวิเคราะห์หาค่าทางสถิติดังนี้

โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

##### 3.3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยใช้ค่าสถิติเกี่ยวกับการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปร

##### 3.3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square) ค่าสถิติทีเทสต์ (t-test) และค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีกับตัวแปรตาม