

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อ
กันชนรถยนต์บรรทุกเพื่อการพาณิชย์ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps
ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การ
ส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการบริการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ
(Physical Evidence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกันชนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์
และใช้ 6Ws 1H ในการค้นหาและวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้าในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ขอบเขตประชากร ผู้ที่ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์ในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ ที่ซื้อกันชนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลจากร้านตัวแทนจำหน่ายกันชน ซึ่งไม่ทราบจำนวน
ประชากรที่แท้จริง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษานี้ คำนวณโดยใช้วิธีการกำหนดตัวอย่าง
(Sample Sizes) กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงโดยใช้ Rule of Thumb (ระพินทร์ โพธิ์ศรี
, 2549) สามารถหากกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

จากสูตร

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{E} \right]^2$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

E = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ = 0.1

$$\frac{Z_{\alpha}}{2} = \text{ค่าปกติมาตรฐาน (Standard Normal Value) ที่สอดคล้องกับ}$$

$$\text{ระดับนัยสำคัญ } \alpha \text{ และเมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ } \alpha \text{ ที่ } 0.05$$

$$\text{ค่า } \frac{Z_{\alpha}}{2} \text{ จะเท่ากับ } 1.96$$

$$\sigma = \text{ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ } 1/6 \times 5 = 0.83$$

(แบบสอบถาม scale 1-5)

จากสูตรได้จำนวนตัวอย่าง 265 ราย การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวอย่างจำนวน 270 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์ของลูกค้าในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 270 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่ซื้อกันชนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลจากร้านตัวแทนจำหน่ายกันชน โดยสถานที่เก็บแบบสอบถามจากร้านประดับยนต์ขนาดใหญ่และตลาดสด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ รายงานการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยี่ห้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่ใช้ในปัจจุบัน
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อกันชนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์ของลูกค้า
 - ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกันชนรถยนต์บรรทุกเพื่อการพาณิชย์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการบริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
 - ส่วนที่ 4 ปัญหา ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมมาได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การจัดความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งลักษณะของคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (คุณทลี รื่นรมย์, 2551) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

| ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ | ระดับคะแนน |
|-------------------------------------|------------|
| มากที่สุด | 5 |
| มาก | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| น้อย | 2 |
| น้อยที่สุด | 1 |

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

| ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|-------------|--|
| 4.21 - 5.00 | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด |
| 3.41 - 4.20 | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก |
| 2.61 - 3.40 | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง |
| 1.81 - 2.60 | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย |
| 1.00 - 1.80 | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด |

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการที่ร้านตัวแทนจำหน่ายกันชนตลาดสด และผู้ใช้ที่ซื้อกันชนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์จากร้านตัวแทนจำหน่ายกันชนในอำเภอเมือง เชียงใหม่
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงานจะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – ตุลาคม 2555 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 15 เดือนสิงหาคม - 15 เดือนกันยายน 2555