

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ได้ทำการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาด 7 ประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งพฤติกรรมเบื้องต้นในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของลูกค้า

ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือ ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ซึ่งได้แก่ ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ อยู่ซ่อมและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ อยู่ซ่อมรถจักรยานยนต์ ร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ทั้งปลีกและส่ง ที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ณ วันที่ 1 มกราคม 2551 ซึ่งมียอดซื้อไม่ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวนทั้งสิ้น 120 ราย (บัญชีรายชื่อลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี, 2551)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ

- 1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** รวบรวมโดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการ ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ อยู่ซ่อมและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ อยู่ซ่อมรถจักรยานยนต์ ร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ทั้งปลีกและส่ง จำนวนทั้งสิ้น 120 รายที่มียอด

ซื้อต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ณ วันที่ 1 มกราคม 2551

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการรวบรวมจากเอกสารบัญชีรายชื่อลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี และค้นคว้าจากบทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประเภทของการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน ที่ตั้งของสถานประกอบการ ประเภทของกิจการ ลักษณะการประกอบกิจการ และพฤติกรรมการซื้ออะไหล่ของลูกค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของลูกค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ที่กิจการพบ ในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของลูกค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของลูกค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ซัยเสรี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ย เพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามดำเนินการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ นิวอะไหล่ ชัยเสรี

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2551 และเก็บข้อมูลในเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2551