

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีในการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนแบบเดิม หรืออะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนเพื่อการตกแต่ง หรือเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ พบว่า มีผู้มาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เฉลี่ยวันละ 400 ราย ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป 90% และเจ้าของหรือพนักงานร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ 10% (พิเชษฐ ชาญชัย, 2553: สัมภาษณ์)

ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ผู้ที่ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนแบบเดิม อะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนเพื่อการตกแต่ง และเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์ของร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ เนื่องจากผู้ที่มาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์อาจมาซื้อด้วยความถี่มากกว่า 1 ครั้ง ใน 1 เดือน ดังนั้นประชากรในที่นี้จึงไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman (กฤษทลี รื่นรมย์, 2551:187) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) (กฤษทลี รื่นรมย์, 2551:144) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากผู้ที่มาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 ราย แบ่งเป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 180 ราย และเจ้าของหรือพนักงานร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำนวน 20 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างจากผู้ที่ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนแบบเดิม อะไหล่รถจักรยานยนต์ทดแทนเพื่อการตกแต่ง และเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ แบ่งเป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 180 ราย และเจ้าของหรือพนักงานร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำนวน 20 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น หนังสือ ตำรา วารสาร บทความ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้ ขนาดของรถจักรยานยนต์ที่ใช้ ระยะเวลาการใช้งานของรถจักรยานยนต์ที่ใช้ เหตุผลที่มาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์มากที่สุด ความถี่ในการมาร้าน

จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ใน 1 เดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ และผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ ในด้านส่วนประสม การตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านแม่ข่ายพานิช เชียงใหม่ เป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่ก่อให้เกิดความไม่ พึงพอใจในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่วัดความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ การให้คะแนนคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2551) โดยมีเกณฑ์ การให้คะแนนดังนี้

ความพึงพอใจ/ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ร้านแม่ป่าพานิช เชียงใหม่ เลขที่ 131-133 ถนนช้างม่วย ตำบลช้างม่วย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาดังแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554