

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3.1.2 ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เดินทางมาเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ในอำเภอเมืองลำพูน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการที่แน่นอน โดยขอบเขตประชากรนี้รวมทั้งกลุ่มผู้ที่ตัดสินใจซื้อและยังไม่ตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

3.1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ (Ken Black, 2007) ดังนี้

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \hat{\sigma}^2}{E^2}$$

โดยที่ $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ ที่ความเชื่อมั่น 95% = 1.96

$\hat{\sigma}$ เป็นค่าประมาณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร = (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)/4

เมื่อ scale ที่ใช้เป็นช่วงคะแนน 1 - 5

$$\hat{\sigma} = \frac{5-1}{4} = 1$$

E เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ (Maximum allowable error) กำหนดให้เท่ากับ 0.10 จาก scale 1 - 5

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (1)^2}{(0.1)^2} = 384.16$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามร้านจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในอำเภอเมืองลำพูนจำนวน 4 แห่ง แล้วเก็บโดยตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสามารถแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามร้านจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในอำเภอเมืองลำพูน ได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการร้านจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในอำเภอเมืองลำพูน

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง	จำนวน (ราย)
1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ลำพูนยูสคาร์	100
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมานชัยมอเตอร์	100
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัดคนพดลธุรกิจยนต์	100
4. บริษัท อินทร ลิขซึ่ง กรุ๊ป (1995) จำกัด	100
รวม	400

หมายเหตุ: ร้านจำหน่ายรถยนต์มือสอง ที่นำมาเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 แห่งนี้ เป็นร้านที่มีชื่อเสียง ในอำเภอเมืองลำพูน และมีจำนวนรถยนต์มือสอง มากกว่า 50 คันขึ้นไป

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การกำหนดแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามผู้ที่เดินทางมาเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง จากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในอำเภอเมืองลำพูน จำนวน 400 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.21 – 5.00	ระดับที่มีผลมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับที่มีผลมาก
2.61 – 3.40	ระดับที่มีผลปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับที่มีผลน้อย
1.00 – 1.80	ระดับที่มีผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการจากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายรถยนต์ ในอำเภอเมืองลำพูน จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ลำพูนยูสคาร์ 2) ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมานชัยมอเตอร์ 3) ห้างหุ้นส่วนจำกัดคนพลธุรกิจยนต์ และ 4) บริษัท อินทร ลิสซิ่งกรุ๊ป (1995) จำกัด

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 11 เดือน โดยทำการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2557



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved