

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

#### ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นรถที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 238,139 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2545: ออนไลน์) โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามเป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ศึกษาประชากรด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์คือ 321 ตัวอย่าง (นราศรี ไววานิชกุลและคณะ, 2543) ในการรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากร้านจำหน่ายยางในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอยู่จำนวน 36 แห่ง และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแห่งละ 9 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 324 ราย ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1. บจก.ศูนย์ยางนพรัตน์ (สาขาจารย์ฟู)
2. บจก.ศูนย์ยางนพรัตน์ (สาขาแอร์พอร์ต)
3. บจก.พงศ์โชตนาการยาง
4. หจก.เอเชียการยางเชียงใหม่
5. หจก.เชียงใหม่ศรีสุนทร
6. บจก.ยางทองอะไหล่ยนต์
7. หจก.นพรัตน์ยางยนต์
8. COCK PIT นพรัตน์ยางยนต์(ซูเปอร์ๆ)
9. COCK PIT นพรัตน์ยางยนต์(โชตนา)
10. COCK PIT นพรัตน์ยางยนต์(ช้างเผือก)
11. เซ่งใช้
12. หจก.เชียงใหม่ ส.ศิริ
13. หจก.พิพิธการยาง
14. หจก.ยางเวียงพิงค์
15. บจก.เฮงสวัสดิ์ยานยนต์
16. บจก.ทวีการยาง 1
17. บจก.ทวีการยาง
18. วัชการยาง
19. หจก.เชียงใหม่เวียงการยาง
20. หจก.เฮงสวัสดิ์ยางยนต์
21. หจก.เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ (สาขานนโชตนา)
22. หจก.เฮงสวัสดิ์รวมยาง
23. หจก.ป.เฮงสวัสดิ์
24. Shell auto serve(Max auto)
25. ขัดติยะการยาง
26. แอร์พอทการยาง
27. ยาวการยาง
28. เชียงใหม่หล่อยาง
29. นิตการยาง
30. ยนต์ชัยการยาง
31. อาร์มเม็ก
32. ไถ่เส็ง
33. Auto Boy สายเหนือการยาง
34. Auto Boy เรืองชัยยนต์
35. สายเหนือการยางช้างเผือก
36. สายเหนือการยางช้างเผือก สาขา

ที่มา : บริษัท สยามมิชลินมาร์เก็ตติ้งแอนด์เซลส์ จำกัด, 2547

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มี 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่

เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมซื้อยางรถยนต์ของผู้ใช้ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ของผู้ใช้ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย

การวัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อยางรถยนต์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ใช้มาตรวัดของ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale ) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

นำผลมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย และแปลผล จากช่วงค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญ มาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 จัดอยู่ในระดับความสำคัญ มากที่สุด

### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 9 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2547 ถึงเดือนพฤษภาคม 2548

โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนเมษายน 2548