

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง ครั้งนี้ผู้ศึกษามีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดระยอง ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัญหาในการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง ที่เป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่แล้วในช่วงปี 2545-2550

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดตัวอย่างจำนวน 250 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้ได้เก็บข้อมูลครอบคลุมทั้ง 17 บริษัทในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการเก็บแบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารอื่นๆ และการศึกษาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 250 ราย ในแบบสอบถามประกอบด้วย รายละเอียด 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดระยอง
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ได้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ลักษณะของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดระยอง แต่ละด้านจะเป็นการให้ระดับความสำคัญด้วยคะแนน (Rating Scale) แบบ Likert scale (คุณทลี เวชสาร, 2546: 122) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

คะแนน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่สำคัญ

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าใช้เวลาตั้งแต่เดือนเมษายนปี 2549 ถึงเดือน กันยายน ปี 2550

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปี 2550 ถึงเดือนสิงหาคม
ปี 2550



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved