

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา การรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

3.1.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีสุ่มตัวอย่าง

3.1.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่และจดทะเบียนในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 1,037 รายและปี พ.ศ. 2549 มีจำนวน 1,092 ราย รวมทั้งสิ้น 2,129 ราย (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์)

3.1.2.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างกำหนดขนาดตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยคำนวณได้จากสูตรดังนี้(นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2547)

สูตร	$n = N / 1 + N(e)^2$
เมื่อ	$e =$ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง
	$N =$ ขนาดของประชากร
	$n =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
จากสูตร	$n = 2,129 / 1 + 2,129 (0.05)^2 = 336.73$

ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่และจดทะเบียนในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละร้านจำหน่าย 4 ร้านๆละ 100 คนเท่าๆกัน ได้แก่ร้าน ส.ธุรกิจยานยนต์ ร้านธีรวิทย์พานิช ร้านเป็งมอเตอร์และบริษัท พชรศรียนต์ จำกัด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก(Convenience Sampling)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ได้จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่และจดทะเบียนในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ลำดับที่ซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุดที่ใช้ในครอบครัว ลักษณะการซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุด ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ ขนาดเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ ข้อเสนอพิเศษที่ได้รับในการซื้อรถจักรยานยนต์ แหล่งข้อมูลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย(Mean)
2. ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล(Likert Scale) (กฤษาลี เวชสาร, 2545:123) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรประเมินค่าแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มีผลมากที่สุด มีผลมาก มีผลปานกลาง มีผลน้อย และมีผลน้อยที่สุด ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีการของลิเคิร์ตไว้ดังนี้

มีผลมากที่สุด	หมายถึง	5	คะแนน
มีผลมาก	หมายถึง	4	คะแนน
มีผลปานกลาง	หมายถึง	3	คะแนน
มีผลน้อย	หมายถึง	2	คะแนน
มีผลน้อยที่สุด	หมายถึง	1	คะแนน

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังกล่าวไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.51 - 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	มีผลในระดับมาก
2.51 - 3.50	มีผลในระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	มีผลในระดับน้อย
1.00 - 1.50	มีผลในระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษารวมทั้งสิ้น 4 เดือนตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2550	
เดือนพฤษภาคม	การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
เดือนมิถุนายน	สร้างแบบสอบถาม
เดือนกรกฎาคม	เก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บทุกวันซึ่งจะแบ่งออกเป็นตอนเช้า 10 ราย ตอนบ่าย 10 ราย ใน 1 วันได้ทั้งหมด 20 รายจนครบ 100 ราย ในแต่ละร้านรวมจำนวนวันทั้งสิ้น 20 วัน
เดือนสิงหาคม	วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

3.6 สถานที่ใช้ในการศึกษา

ร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในอำเภอเวียงแหงทั้ง 4 ร้าน ได้แก่ ร้านส.ธุรกิจยานยนต์ ร้านธีรวิทย์พานิช ร้านเบิ่งมอเตอร์และบริษัท พชรศรียนต์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่