

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการบริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีความสนใจและต้องการที่จะซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman (1976: 87) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ใช้วิธีการกระจายการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อรถยนต์จากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาเลือกทำการเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีความสนใจและต้องการที่จะซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานจำนวน 200 ราย โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาคือ แบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ การใช้รถ ขนาดของครอบครัว และความต้องการใช้รถประหยัดพลังงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ นั้นจะใช้มาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการวัดระดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณพาลี รื่นรัมย์, 2549)

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

- 1) สถานที่ในการดำเนินการศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่โชว์รูมจำหน่ายรถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษารั้งนี้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2554 ถึงเดือนกันยายน 2554



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved