

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ปัจจัยด้านราคา (Price)
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วย

#### ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการออกแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ที่จดทะเบียนกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ทั้งหมด 90 แห่ง

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ที่จดทะเบียนกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 90ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความ วารสาร ตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการผู้ซ่อมรถยนต์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม购车ซื้ออะไหล่รถยนต์

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics) คือ การอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) (สุปัญญา ไชยชาญ, 2542 : 74) ซึ่งลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีคะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ (อุเทน ปัญญา, 2539 : 236) จากช่วงคะแนนต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

เดือนมีนาคม 2545 ถึง กุมภาพันธ์ 2546

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University