

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาที่ทำการศึกษารุ่นนี้ได้แก่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ กลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรเป็นจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้นการศึกษารุ่นนี้จึงกำหนดตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง และทำการแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั้ง 5 ร้าน ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ร้านละ 50 ราย ได้แก่ 1) ร้านวิชยนต์ 2) ต.สหมอเตอร์ 3) บริษัทนิคมพานิช สาขาเถิน 4) ร้านนพรัตน์ 5) ร้านวิโรจน์ยนต์ โดยเก็บวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 10.30 – 12.00 น. และช่วงเวลา 14.00 – 16.00 น.

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั้ง 5 ร้าน ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง จำนวน 250ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลที่ได้จากเอกสารหนังสือ ตำราวิชาการ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยข้อมูลที่แสดงระดับความสำคัญ ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) (คุณทธิเวชสาร, 2546:122) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามระดับความสำคัญในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ สามารถแปลความหมายตามเกณฑ์ ได้ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ได้แก่ ร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในอำเภอ จังหวัดลำปาง จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ 1) ร้านธวัชยนต์ 2) ต. สหมอเตอร์ 3) บริษัทนิคมพานิช สาขาเถิน 4) ร้านนพรัตน์ 5.) ร้านวิโรจน์ยนต์ โดยเก็บวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 10.30 – 12.00 น. และช่วงเวลา 14.00 – 16.00 น.

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษานี้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2551 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2552