

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดประชากรจำนวน 609 ราย (บริษัท บีพี-คาสโตรอล, 2554: ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้สูตรอย่างง่ายของยามานะ (Taro Yamane) ในการคำนวณเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (บุญธรรมกิจปริดาบริสุทธิ์, 2553) ดังสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเริ่มต้นคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการด้วยสูตรของยามานะ (Taro Yamane) จากการคำนวณพบว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 242 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** จากการเก็บแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 242 รายใช้วิธี Stratified Systematic Sampling

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ รายงานการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคลและปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมมาได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การจัดความสำคัญของปัจจัยต่างๆ โดยใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งลักษณะของคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับตามลิเคิร์ต สเกล (Likert Scales) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือ ลูกค้าธุรกิจที่เข้ามาซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในเขต จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน-กันยายน 2555