

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อตัวแทน  
จำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในการเลือกบริษัทประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการ  
ตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ตัวแทน  
จำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในการเลือกบริษัทประกันภัย เพื่อทำประกันภัยรถยนต์ในเขต  
กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัทประกันภัยรถยนต์ของตัวแทน  
จำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร

#### ขอบเขตประชากร

ประชากร ได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน  
ทั้งสิ้น 65 ราย

#### จำนวนประชากรและการเก็บข้อมูลจากประชากร

ทำการศึกษาเฉพาะตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมี  
ประชากรทั้งสิ้น 65 ราย แต่สามารถเก็บข้อมูลได้จริง 60 รายเนื่องจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์  
โตโยต้าอีก 5 รายไม่สามารถให้ความร่วมมือได้

## วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ โตโยต้าใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้จัดการฝ่ายขายหรือผู้มีอำนาจในการอนุมัติ ทำประกันภัยรถยนต์ให้กับลูกค้า โดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ.2549 – มิถุนายน พ.ศ. 2549

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความ งานวิจัย นิตยสาร และระบบออนไลน์

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าเฉลี่ยที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ โตโยต้าในการเลือกบริษัทประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัทประกันภัยรถยนต์ของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะอื่นๆ

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในส่วนที่ 2 ลักษณะของคำถาม ประกอบด้วยข้อความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในการเลือกบริษัทประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร และในส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัทประกันภัยรถยนต์ของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ แบบมาตราส่วนประมาณของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) (อภิรักษ์ จันตะนี และคณะ, 2539) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ปัญหา	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 จัดอยู่ในระดับ มาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 จัดอยู่ในระดับ ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 จัดอยู่ในระดับ น้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 จัดอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา 8 เดือน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – กันยายน 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved