

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการร้านอาหารคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

#### ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษานี้ จะศึกษาที่ลูกค้าคาดหวังต่อการใช้บริการร้านอาหารคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของร้านอาหารคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้รถยนต์ที่ใช้บริการร้านอาหารคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ใช้บริการที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบ

จำนวนประชากร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545:26) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้} \\ N = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $Z$  แทน ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น  
 $E$  แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

แทนค่าจากสูตรจะได้

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ = 385$$

โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้รถยนต์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ทำการแบ่งขนาดตัวอย่างตามวิธีแบบโควต้า (Quota Sampling) ตามสัดส่วนขนาดของรถยนต์ ดังนี้

ขนาดรถยนต์	ขนาดตัวอย่าง
รถยนต์ขนาดเล็ก (S) เช่น Mini, Jazz, City, Vios, Yaris	100
รถยนต์ขนาดกลาง (M) เช่น C-Class, Serie-3, Civic, Avanza	100
รถยนต์ขนาดใหญ่ (L) เช่น กระบะ 2 ประตู, E-Class, Serie-5, Accord, Camry, Wish	100
รถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เช่น กระบะ 4 ประตู, S-Class, Serie-7, Fortuner	100
รวม	400

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานต์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าต่อศูนย์บริการคาร์แคร์ ประกอบด้วย ข้อมูลความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด (กฤษณี เวชสาร, 2545)

โดยแบบสอบถาม ความคาดหวังของผู้ใช้งานต์ต่อการใช้บริการร้านคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มากที่สุด	5	4.50 – 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
มาก	4	3.50 – 4.49	มีความสำคัญมาก
ปานกลาง	3	2.50 – 3.49	มีความสำคัญปานกลาง
น้อย	2	1.50 – 2.49	มีความสำคัญน้อย
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ในส่วนของปัญหาที่พบในการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัญหา	คะแนน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มากที่สุด	5	4.50 – 5.00	เป็นปัญหามากที่สุด
มาก	4	3.50 – 4.49	เป็นปัญหามาก
ปานกลาง	3	2.50 – 3.49	เป็นปัญหাপานกลาง
น้อย	2	1.50 – 2.49	เป็นปัญหาน้อย
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49	เป็นปัญหาน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาของการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินการศึกษาทั้งสิ้น 6 เดือน โดยทำการศึกษาในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 ถึงเดือนมิถุนายนปี 2555 โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือน มีนาคม 2555 ถึง เมษายน 2555