

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

##### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ใช้รถยนต์ทะเบียนจังหวัดสมุทรสาคร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีจำนวน 5,861 คัน จากรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จำนวน 4,230 คัน และจากรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน จำนวน 1,631 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร 1 มี.ค.2547)

ในการศึกษาคั้งนี้ เลือกตัวอย่างจากผู้ใช้รถยนต์จำนวน 100 ราย ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง (บุญธรรม, 2535: 68 อ้างจาก Taro Yamane, 1973: 725) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{5,861}{1 + (5,861)(0.1)^2} = 98.32$$

n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยจะขอใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 100 ราย ตามวิธีแบบโควต้า (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของผู้ใช้รถยนต์ และจะใช้การเก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน

ประเภท	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	4,230	72
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	1,631	28
รวม	5,861	100

ตารางที่ 2 แสดงสัดส่วนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่

สถานที่	กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน	กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ นั่งส่วนบุคคล เกิน 7 คน	ขนาด ตัวอย่าง
1. บริเวณลานจอดรถห้าง LOTUS มหาชัย	18	7	25
2. บริเวณตลาดหน้าห้างนำพู่ พลาซ่า	18	7	25
3. บริเวณที่จอดรถศาลหลักเมือง อำเภอเมือง จ.สมุทรสาคร	18	7	25
4. บริเวณสถานีน้ำมัน อำเภอเมือง จ.สมุทรสาคร	18	7	25
รวม	72	28	100

**หมายเหตุ** เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์

## 2. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ประกอบด้วย ผลึกภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

## วิธีการศึกษา

### 1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้รถยนต์ทะเบียนสมุทรสาคร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 2. การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการของร้านล้างอัดฉีดรถยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อปรับปรุงการบริการร้านล้าง  
อัดฉีดรถยนต์

### 3. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามในส่วนที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ และปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ การให้ความสำคัญเรียงลำดับความสำคัญ คำถามแบบมาตรา ประมวลค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้ค่าคะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับหลักเกณฑ์ในการแปลความหมาย ได้กำหนดไว้โดยใช้มาตราวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์ มาแบ่งเป็นช่วงเท่า ๆ กัน ตั้งแต่ 1- 5 คะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายดังนี้

## ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหา

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.49 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.49 – 4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.49 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.49 – 2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

## ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 5 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่  
พฤษภาคม - กันยายน 2547

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved