

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ  
ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด  
นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ  
(Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนประสม 7 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัด  
จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ รวมถึงปัญหาที่  
พบในการให้บริการล้าง อัด นีด

##### ขอบเขตประชากร

ในการศึกษารั้งนี้ ขอบเขตประชากร คือ ผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้บริการล้าง อัด นีด ใน  
อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารั้งนี้ จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้บริการล้าง  
อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการศึกษารั้งนี้ไม่ทราบขนาดประชากรที่  
แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง จากตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่  
ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman (คุณทลี รื่นรมย์, 2551: 187) โดยใช้  
เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง  
ตามสะดวก (Convenience Sampling) (คุณทลี รื่นรมย์, 2551: 144) โดยการใช้แบบสอบถาม เก็บ  
ข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้บริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บ  
ข้อมูลจากสถานบริการน้ำมัน ธนาคาร สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ร้านค้าต่างๆ และหน่วยงาน  
ราชการในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 ราย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้บริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ 1) ผลិតภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคลากร 6) กระบวนการ 7) หลักฐานทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปใช้ในการกลยุทธ์ทางการตลาด ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการล้าง อัด นีด 5 ระดับ (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551) ได้แก่

ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

**ผลคะแนนที่ได้นำมาแปลความหมาย ดังนี้**

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีผลในระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีผลในระดับน้อยที่สุด