

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

#### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งได้แก่

1. ปัจจัยภายใน (Internal Stimulus) หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา

2. ปัจจัยภายนอก (External Stimulus) หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และ ปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นภายนอกอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

รวมทั้งศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

##### 2. ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาจากผู้ใช้บริการรถยนต์เช่าชาวไทยที่ใช้บริการเช่ารถยนต์จากผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

#### วิธีการศึกษา

##### 1. แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการรถยนต์เช่าชาวไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร บทความ และข้อมูลสถิติจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 2 เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

## 2. จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากการสุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) โดยจะทำการสุ่มจากกลุ่มผู้ใช้บริการรถยนต์เช่าชาวไทยที่เช่ารถยนต์จากผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 22 ราย<sup>18</sup> ดังต่อไปนี้

1. เค.เอ็ม. ทราเวล เซอร์วิส
2. จันทร์จิรารถเช่า
3. เจบี รถเช่า
4. เชียงรายเอกชัย
5. ตุงหลวงทัวร์
6. แดงอ่อนรถเช่า
7. บริษัท หอนาฬิกา จำกัด
8. บัดเจ็ทรถเช่า
9. พรศักดิ์ รถเช่า
10. พี.ดี.ทัวร์
11. ฟาร์อีสันอร์ททัวร์เชียงราย
12. ฟ้าหลวง รถเช่า
13. แม่สลอง ทัวร์
14. วีอาร์ รถเช่า
15. ศูนย์ทัวร์
16. หกก.เชียงราย 5 สหายอินเตอร์ทัวร์
17. อาร์ม ทัวร์
18. อีสสระทัวร์
19. อุดมรักย์ รถเช่า
20. เอวิสรถเช่า
21. เอส.เอ็ม.ที.เร็นท์อะคาร์
22. เอสเค รถเช่า

---

<sup>18</sup> สรุปรายจากการสำรวจและเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย, กรกฎาคม 2544.

โดยสุ่มแห่งละ 12 ตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างที่สุ่มทั้งสิ้น 264 ตัวอย่าง<sup>19</sup> ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 26 ของจำนวนประชากรหรือผู้ใช้บริการรถยนต์เช่าขั้นต่ำในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีประมาณ 1,000 คนต่อเดือน<sup>20</sup>

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สำหรับลักษณะคำถามในส่วน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถยนต์เช่า มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ตามวิธี Likert Scale คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุดหรือไม่สำคัญ

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุดหรือไม่สำคัญ	1

<sup>19</sup> นราตรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ* (กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), หน้า 103.

<sup>20</sup> สรุปจากการสำรวจและเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์เช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย, กรกฎาคม 2544.

การกำหนดค่าเฉลี่ยคะแนนและระดับความสำคัญแบ่งเป็น 5 ระดับ<sup>21</sup> โดยมีการกำหนดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อยที่สุดหรือไม่สำคัญ
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมากที่สุด

สำหรับลักษณะคำถามในส่วนปัญหาในการใช้บริการรถยนต์เช่า มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับตามวิธี Likert Scale เช่นกัน คือ พบได้มากที่สุด พบได้มาก พบได้ปานกลาง พบได้น้อย และพบได้น้อยที่สุดหรือไม่พบเลย

ระดับความถี่ของปัญหาที่พบ	คะแนน
พบได้มากที่สุด	5
พบได้มาก	4
พบได้ปานกลาง	3
พบได้น้อย	2
พบได้น้อยที่สุดหรือไม่พบเลย	1

การกำหนดค่าเฉลี่ยคะแนนและระดับความสำคัญแบ่งเป็น 5 ระดับ<sup>22</sup> โดยมีการกำหนดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	พบได้น้อยที่สุดหรือไม่พบเลย
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	พบได้น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	พบได้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	พบได้มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	พบได้มากที่สุด

<sup>21</sup> กุณฑล วีระสาร, การวิจัยการตลาด (กรุงเทพฯ ๙ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 108-109.

<sup>22</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 108-109.

### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การดำเนินการศึกษาคั้งนี้ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2544 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2545 และใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2545

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University