

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารั้งนี้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผลกระทบต่อราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ภายนอก ภาวะบริวารบริการ

#### ขอบเขตประชากร

การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องอาศัยการพิจารณาปัจจัยประกอบอื่นๆและตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างที่คิดว่าเหมาะสม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม 200 ราย โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการหรือเคยใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้กลุ่มตัวอย่างกระจายตามที่ตั้งของร้านล้าง-อัดฉีด และเก็บข้อมูลทุกช่วงเวลาของวันทั้งใน

วันธรรมดา วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ โดยจะทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการร้าน  
ล้าง-อัดฉีด ดังรายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อร้านค้าให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์และกลุ่มตัวอย่าง

บริการล้าง-ฉีดรถยนต์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)	บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
1. โมโตคลีน	10	11. หจก. ปัญญามอเตอร์	10
2. มิสเตอร์คาร์	10	12. เซลล์มอเตอร์เซิร์ฟ	10
3. จูจิ การ์แคร์	10	13. R.B. เซอร์วิส 84	10
4. 3M เซอร์วิส	10	14. บ. สมจิตรเชียงใหม่ 1995	10
5. ฝ้ายคำคาร์แคร์	10	15. 20 กลการ	10
6. หลิงมอคาร์แคร์	10	16. ยางเวียงพิงค์	10
7. มิสเตอร์คลีน	10	17. หจก. ออยเซอร์วิส	10
8. กฤษณาคาร์แคร์	10	18. หจก. ทิพนครออยล์	10
9. สุขสวัสดิ์คาร์แคร์	10	19. บ. ไทย-ซีเซนต์เตอร์	10
10. สมบูรณ์ธุรกิจยนต์	10	20. เชียงใหม่ปัญญามอเตอร์	10
<b>รวม</b>			<b>200</b>

(ที่มา : จากการสำรวจสถานที่ล้าง-อัดฉีดรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่  
24 ธันวาคม พ.ศ. 2547)

#### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์  
นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้า  
ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสอบถาม ณ บริเวณ  
สถานที่ให้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวน 200 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ผู้ศึกษา ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ารับบริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ ตามสถานที่บริการทั้งหมด 20 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการล้าง-อัดฉีด

โดยมีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยเลือกผู้ช่วย จำนวน 5 คน ที่รู้จักสถานที่ที่ให้บริการ ล้าง-อัดฉีดรถยนต์ทั้ง 20 แห่ง ที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการวิจัย วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเก็บข้อมูล
2. ผู้ช่วยทั้ง 5 คน และผู้วิจัยกระจายกันออกไปแจกแบบสอบถาม ตามแต่ละสถานที่ที่กำหนด โดยชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงวัตถุประสงค์ และวิธีการตอบแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย(Mean) โดยให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต ( Likert's Scale ) คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด (กฤษณะ เทวี เวชสาร, 2545)

โดยแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

และในส่วนของปัญหาในการใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับของปัญหา	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

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ในการศึกษานี้ใช้เวลาศึกษาทั้งสิ้น 9 เดือน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2546 ถึงเดือน เมษายน 2547

All rights reserved