

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตของการศึกษา

##### ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ รวมถึงปัญหาในการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร

##### ขอบเขตของประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่ใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีการให้บริการ 50 ที่นั่งขึ้นไป และได้สมัครเป็นสมาชิกชมรมร้านอาหารสมุทรสาคร

#### กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงกำหนดตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling)



## การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ราย จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

ในการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัย ได้นำค่าเฉลี่ยมาแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในอันดับ
4.50 – 5.00	ให้ความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	ให้ความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	ให้ความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	ให้ความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม - 1 กันยายน 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved