

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2  
ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสาร  
ประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานครของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่  
แห่งที่ 2 โดยอาศัยแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ 7  
ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด  
ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาที่ผู้โดยสาร  
พบในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ที่มีต้นทาง ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2  
ที่เดินทางโดยใช้บริการรถโดยสารประจำทางมาตรฐาน 1 และมาตรฐาน 2 จากสถิติการใช้บริการ  
ของสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2 มีจำนวนผู้โดยสารทั้งหมดโดยเฉลี่ยวันละ  
13,000 คน โดยแบ่งเป็นผู้โดยสารเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานครและเส้นทางกรุงเทพมหานคร-  
เชียงใหม่ จำนวนร้อยละ 50 ของจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด ซึ่งเท่ากับ 6,500 คน (สมนึก  
หาสาตร์ศิลป์, 2549: สัมภาษณ์)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ทำการศึกษาจากผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ที่มีต้นทาง ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2  
จากการใช้ฐานประชากรจำนวน 6,500 คน นำมาคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie  
& Morgan (ยูทรี ไกยวรรณ, 2545:104-105) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 363 คน โดยจำแนก  
กลุ่มตัวอย่างตามมาตรฐานรถและกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนเที่ยวการเดินทางต่อ  
วัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนเที่ยวการเดินทาง ร้อยละและจำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูล จำแนกตามมาตรฐานรถ

มาตรฐานรถ	จำนวนเที่ยวการเดินทาง (เที่ยว/วัน)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง ที่เก็บข้อมูล (คน)
VIP	21	25.60	93
ป.1	45	54.89	199
ป.2	16	19.51	71
รวม	82	100.00	363

หมายเหตุ : VIP ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง รถปรับอากาศพิเศษวีไอพี รถปรับอากาศชั้น1 วีไอพี  
ที่มา: สัมภาษณ์จากพนักงานขายตั๋วของแต่ละบริษัทภายในสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัด  
เชียงใหม่ แห่งที่ 2 (อาเขต)

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จัดเก็บตามสัดส่วนของจำนวนเที่ยวการเดินทางแต่ละ  
มาตรฐานจำแนกตามบริษัท ดังตารางที่ 2 โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience  
Sampling)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนเที่ยวการเดินทางและจำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูลจำแนกตามบริษัทเดินรถ

บริษัทเดินรถ	จำนวนเที่ยวการเดินทาง (เที่ยว/วัน)			จำนวนตัวอย่าง ที่เก็บข้อมูล (คน)			รวมจำนวนตัวอย่าง ที่เก็บข้อมูล (คน)
	VIP	ป.1	ป.2	VIP	ป.1	ป.2	
นิวยอร์กยานยนต์ทัวร์	2	6	-	9	27	-	36
สมบัติทัวร์	-	12	-	-	54	-	54
สหชาญทัวร์	2	-	-	9	-	-	9
อินทราทัวร์	-	3	-	-	13	-	13
ภูมินทร์ทัวร์	-	3	-	-	13	-	13
สยามเฟิสท์ทัวร์	1	1	-	4	4	-	8
นครชัยแอร์	7	-	-	32	-	-	32
พรพิริยะทัวร์	1	1	-	4	4	-	8
บริษัท ขนส่ง จำกัด	4	2	10	18	9	44	71
เชิดชัยทัวร์	-	5	4	-	22	18	40
ยานยนต์นครสวรรค์	-	2	2	-	9	9	18
รุ่งประเสริฐทัวร์	1	-	-	4	-	-	4
เอื้องหลวงล้านนาทัวร์	3	-	-	13	-	-	13
ขยสิทธิ์ทัวร์	-	5	-	-	22	-	22
โชครุ่งทวีทัวร์	-	1	-	-	4	-	4
วิริยะทัวร์	-	2	-	-	9	-	9
แอมบาสเดอร์	-	2	-	-	9	-	9
รวม	21	45	16	93	199	71	363

หมายเหตุ : 1. รายชื่อบริษัทเดินรถเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานครและจำนวนเที่ยวการเดินทาง

2. VIP ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง รถปรับอากาศพิเศษวีไอพี,รถปรับอากาศชั้น1 วีไอพี

ที่มา : สัมภาษณ์พนักงานขายตัวของแต่ละบริษัทภายในสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัด

เชียงใหม่ แห่งที่ 2

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามผู้โดยสารชาวไทยที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ภายในสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 363 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร รายงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ การค้นคว้าข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูล สถิติจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งใช้สอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้โดยสารชาวไทยที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ภายใน สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ 2 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร

สำหรับลักษณะคำถามในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางสายเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ตามวิธีลิเคิร์ต (Likert Scale) (เกรียงศักดิ์ ปัทมเรขา, 2535:201-210) คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะอื่นๆ

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Mean)

เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อยที่สุด
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

สำหรับแบบสอบถามข้อที่ 14 คำถามเรื่อง เหตุผลสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางของแต่ละบริษัท โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความสำคัญ 5 อันดับแรก ใช้สถิติค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Mean) (สุรินทร์ นิยมางกูร, 2548:49) มีวิธีการคำนวณดังนี้

เกณฑ์การกำหนดคะแนนถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

อันดับที่หนึ่ง	ให้น้ำหนักเท่ากับ	5 คะแนน
อันดับที่สอง	ให้น้ำหนักเท่ากับ	4 คะแนน
อันดับที่สาม	ให้น้ำหนักเท่ากับ	3 คะแนน
อันดับที่สี่	ให้น้ำหนักเท่ากับ	2 คะแนน
อันดับที่ห้า	ให้น้ำหนักเท่ากับ	1 คะแนน

คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ  $5+4+3+2+1 = 15$  คะแนน และการคำนวณหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากผลรวมของความถี่ในแต่ละอันดับคูณกับคะแนนถ่วงน้ำหนักของอันดับนั้นๆ แล้วหารด้วยคะแนนถ่วงน้ำหนักรวม แสดงด้วยสูตรได้ดังนี้

$$\text{ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก} = \frac{\text{ผลรวมของ (ค่าความถี่ X น้ำหนักความสำคัญ)}}{\text{ผลรวมของน้ำหนักความสำคัญ}}$$

**ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา**

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2549 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550  
ทั้งนี้ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม  
พ.ศ. 2549



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved