

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรผู้จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 139,632 ราย (กรมการขนส่งทางบก จังหวัดสมุทรสาคร, 2549: ออนไลน์)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

จากข้อมูลกรมการขนส่งทางบกจำนวนผู้จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร มีทั้งสิ้น 139,632 ราย (กรมการขนส่งทางบกจังหวัดสมุทรสาคร, 2549: ออนไลน์)

สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรดังกล่าว ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973: 725) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$n$  = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = Error หรือความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ซึ่งในที่นี้ใช้ 0.05 (5%)

จากจำนวนผู้จดทะเบียนรถจักรยานยนต์ในจังหวัดสมุทรสาครมีจำนวน 139,632 คัน ขนาดของตัวอย่างจึงเท่ากับ

$$n = \frac{139,632}{1 + 139,632(0.05^2)} = 399.97 \text{ หรือ ประมาณ } 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ หรือเจ้าของรถจักรยานยนต์ หรือผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่นำรถเข้าใช้บริการที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงขนาดใหญ่ในจังหวัดสมุทรสาครจำนวน 8 ราย ได้แก่ ร้านเคียมฮวดเจริญยนต์ ร้านปรีชากลการ ร้านส.รวมเจริญยนต์ ร้านเค.พี.เอ็น.พลัส ร้านสกลการวัฒนา ยามาฮ่าสแควร์ บริษัท สี่มิตรมหาชัย จำกัด บริษัท ชลธาร ออโต้ไบค์ และบริษัท ปิยะมิตรมอเตอร์ จำกัด

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้เก็บตัวอย่างแบบสะดวก

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่การเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์และข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับลักษณะของแบบสอบถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับตามความสำคัญของปัจจัย และระดับความรุนแรงของปัญหา คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

การแปลความหมายค่าของคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ และระดับความรุนแรงของปัญหา ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

#### มีความสำคัญ/มีความรุนแรง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	มาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	น้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	น้อยที่สุด

### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ให้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2549-เดือนพฤษภาคม 2550