

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ประเภทผู้ประกอบการทั่วไปที่ไม่ใช่เฟรนไชน์ ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยเสนอวิธีการและการออกแบบงานวิจัยสำหรับการศึกษารื่องดังกล่าวตามลำดับดังต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ มุ่งศึกษาถึงปัจจัยส่วนผสมทางการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์สำหรับผู้ใช้งานต้นนั่งส่วนบุคคลประเภทรถเก๋งและรถกระบะบรรทุกส่วนบุคคลในเขตอำเภอ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดรูปแบบการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และวิธีการเลือกตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่สนใจศึกษา

คือกลุ่ม ผู้ใช้งานต้นนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งประเภทรถเก๋งและรถกระบะส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยจำกัดเฉพาะกลุ่มที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ในสถานบริการคาร์แคร์ทั่วไปที่ไม่ใช่ เฟรนไชน์ ในช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2551

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกรอบประชากร (Population Frame) ที่ผู้ใช้งานต้นนั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ไม่ได้มีการระบุไว้ในข้อมูลของฝ่ายสถิติของสำนักจัดระบบการขนส่งทางบก แต่ระบุเฉพาะในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจึงใช้วิธีทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณเพื่อหาจำนวนประชากรของผู้ใช้งานต้นนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งประเภทรถเก๋งและรถกระบะส่วนบุคคลที่ได้ทำการจดทะเบียนในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ผลรวมของจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งประเภทรถเก๋งและรถกระบะส่วนบุคคลที่ได้จดทะเบียนในจังหวัดชลบุรีมีจำนวนทั้งสิ้น 194,953 คัน ในจังหวัดชลบุรีมี 11 อำเภอ

สูตรในการคำนวณ = นำผลรวมของจำนวนรถของรถยนต์ประเภทส่วนบุคคล/ 11

วิธีการคำนวณ = $194,953 / 11$

ค่าเฉลี่ยของรถที่จดทะเบียนในเขตอำเภอศรีราชา = 17,723 คัน

กำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จำนวนตัวอย่างจากตารางสัดส่วนคือ 392 คน ดำรงเพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ไว้จึงทำการเก็บตัวอย่างให้ได้ครบ 400 ตัวอย่าง หรือ 400 คน จากประชากรของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนจากกรมขนส่ง ในเขตอำเภอศรีราชา เพื่อใช้เป็นตัวแทนให้ตอบแบบสอบถามในฐานะหน่วยศึกษา (Unit of Study) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเลือกตัวอย่าง สำหรับผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นร้านบริการคาร์แคร์ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี การศึกษานี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่างที่ศึกษาตามสัดส่วนของประชากรแต่ละพื้นที่และเพื่อให้การศึกษามีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลางบประมาณและการจัดการ ซึ่งมุ่งศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sample) คือวิธีการเลือกตัวอย่างความสะดวก ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี การเลือกตัวอย่าง และเลือกตัวอย่างกระจายไปตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ร้านบริการธุรกิจคาร์แคร์ที่กระจายอยู่โดยรอบเขตอำเภอศรีราชา เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถาม (Structured Questionnaire) สำหรับการสร้างแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับหลักการของส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการและ ข้อมูลที่เป็นเอกสารบทความจากหนังสือ ผลงานวิจัย สถิติ หนังสือ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ จากห้องสมุดของสถาบันการศึกษา แหล่งข้อมูลสาธารณะ เช่น ห้องสมุดประชาชน ตลอดจนแหล่งข้อมูลของเอกชน ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อมูลสำคัญ ๆ ที่รวบรวมมาได้นั้นนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาระบุตัวแปรและตั้งคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษาและประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยคำถาม

ปลายปิดมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบหรือสองคำตอบ (Multiple Choice Questions and Dichotomous Question) ทั้งนี้ ส่วนคำถามแบบปลายเปิดจะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระซึ่งเป็นการให้ข้อเสนอแนะ แบบสอบถาม แบบสอบถามในส่วนของลูกค้าแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะที่พักอาศัย จำนวนรถที่มีในครอบครอง และความถี่ในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการบริการในธุรกิจคาร์แคร์ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านการให้บริการทั้ง 7 ด้าน ว่าแต่ละปัจจัยในแต่ละข้อย่อยมีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์มากน้อยเพียงใด ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการคาร์แคร์มีรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 7 ด้านมีดังนี้คือ

1. ด้านการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มาตรฐานการให้บริการ คุณภาพ ความสะอาด ความซื่อสัตย์รับผิดชอบ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้าน
2. ด้านราคา ได้แก่ การตั้งราคาที่มีความเหมาะสมของราคา การตั้งราคาจากคุณภาพของงานที่ให้บริการ และการตั้งราคาที่ต่ำกว่ามาตรฐาน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สถานที่ที่มีความปลอดภัย และมีที่พักรับรองในระหว่างการรอรับบริการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนลดราคา และการแจกของสมนาคุณในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ
5. ด้านบุคลากรในการให้บริการ ได้แก่ การการรู้จักคุ้นเคยกับเจ้าของร้าน พนักงาน แสดงความใส่ใจ และตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า และการให้บริการของพนักงานแบบมืออาชีพปราศจากความเสียหายรวมทั้งปัญหาต่าง ๆ
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อลดระยะเวลาในการรอคอย เพิ่มขีดความสามารถของการบริการ และจุดปฏิบัติงานมีพนักงานเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่รอรับบริการ
7. ด้านการนำเสนอลักษณะกายภาพ ได้แก่ ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เปิดบริการมานาน สถานที่สะอาด มีความเป็นระเบียบ และชื่อร้านมีสัญลักษณ์ที่จดจำได้ง่าย

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย ไม่ให้ความสำคัญ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ในแต่ละระดับดังนี้

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

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้รับการทดสอบทางด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาพร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

สำหรับค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้คำนวณจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้เท่ากับ .76

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและทีมงานจำนวน 3 คน ทีมงานนี้จะเข้ารับคำอธิบายถึงข้อคำถามและจุดประสงค์ของแต่ละข้อเพื่อให้เข้าใจอย่างชัดเจนเพื่อสามารถที่จะอธิบายถึงข้อคำถามแต่ละข้อเพื่อชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ ดำเนินงานเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยและทีมงานแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ร้านคาร์แคร์ โดยชี้แจงเพื่อขออนุญาตจากเจ้าของกิจการถึงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยการขอให้ผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์กรอกแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้จำนวน 400 ฉบับ และแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้จำนวน 400 ฉบับ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 30 วัน
2. เก็บแบบสอบถามคืนจากร้านคาร์แคร์จนได้แบบสอบถามครบ 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนที่จะกล่าวถึงวิธีวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด ขอกล่าวถึงขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว ได้มีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ก่อนแล้ว จากนั้นจึงนำไปบันทึกลงจากแม่เหล็ก (Diskette) แล้วใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อประมวลผลต่อไป

โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาประมวลผลและรายงานในรูปแบบเชิงพรรณนาโดยแบ่งการรายงานออกเป็น

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์โดยความถี่และค่าร้อยละ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 โดยสถิติที่ใช้คือ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05