บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ในด้านผลิตภัณฑ์การบริการให้เช่า ราคาค่าเช่าต่อกะ ช่องทางการติดต่อเช่ารถ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการเช่ารถ บุคลากรที่ดำเนินงาน และสภาวะทางกายภาพ ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคที่ประสบในการดำเนินงาน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

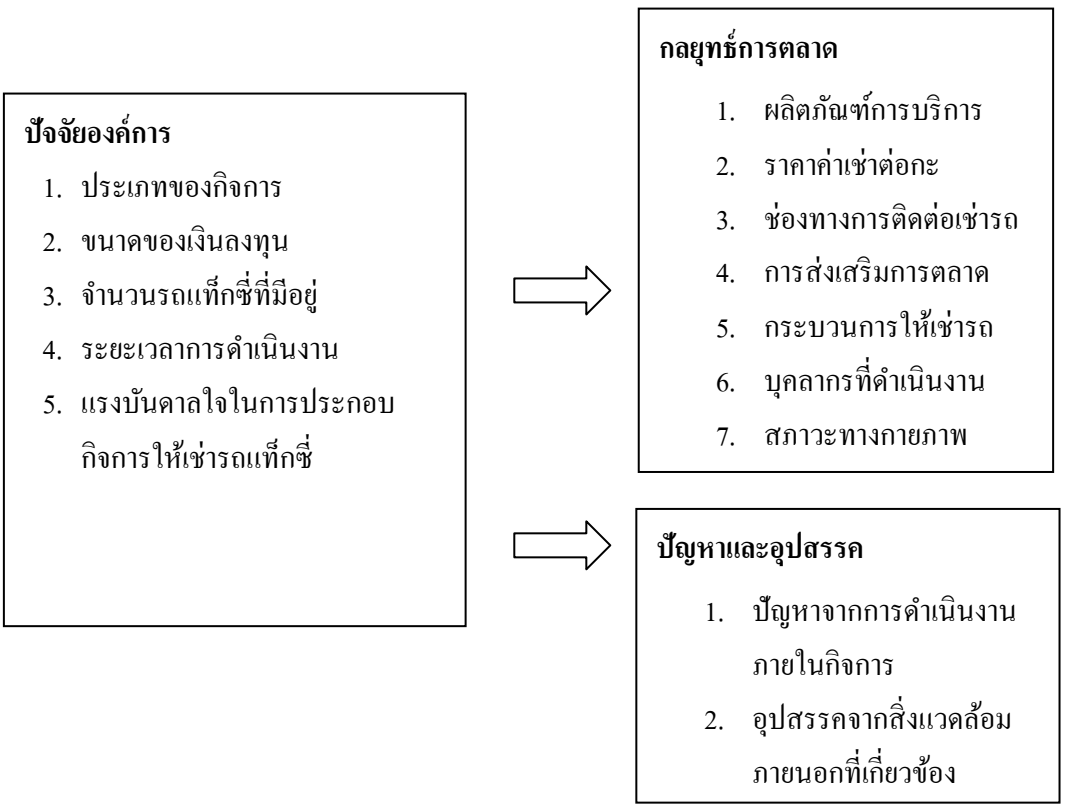
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทุกรูปแบบ ทั้งกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท และสหกรณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่กล่าวถึงข้างต้นจำนวน 100 แห่ง โดยการใช้ตารางขนาดตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความผิดพลาดไม่เกิน 0.10 ใช้จำนวนประชากรที่ระดับอินฟินิตี้ แต่ขนาดตัวอย่างที่เก็บได้จริงคือ 102 ตัวอย่าง เพราะผู้ทำวิจัยป้องกันแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบหรือกรอกแบบสอบถามไม่ถูกต้อง (Missing Value)

3.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของปัจจัยองค์การ ได้แก่

1. ประเภทของกิจการ
2. ขนาดของเงินลงทุน
3. จำนวนรถแท็กซี่ที่มีอยู่
4. ระยะเวลาการดำเนินงาน
5. แรงบันดาลใจในการประกอบกิจการให้เช่ารถแท็กซี่

แบบสอบถามที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-Choice Questions) เป็นคำถามที่ประกอบด้วยข้อความและมีคำตอบหลาย ๆคำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ เป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และ ข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดบริการที่ใช้ดำเนินการ

กลยุทธ์การตลาดบริการที่ใช้ดำเนินการ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อใหญ่คือ

1. ผลิตภัณฑ์การบริการ
2. ราคาค่าเช่าต่อกะ
3. ช่องทางการติดต่อเช่ารถ
4. การส่งเสริมการตลาด
5. กระบวนการให้เช่ารถ
6. บุคลากรที่ดำเนินงาน
7. สภาวะทางกายภาพ

ระดับคะแนนที่ให้เป็นดังนี้

ระดับการดำเนินการ(กลยุทธ์)	**คะแนน**
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละชั้น ใช้สูตรความกว้างของชั้นดังนี้

$$\text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}}$$

$$= \frac{(5-1)}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์การแปรผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	**การแปลผล**
4.21- 5.00	ระดับการดำเนินการมากที่สุด

3.41- 4.20	ระดับการดำเนินการมาก
2.61- 3.40	ระดับการดำเนินการปานกลาง
1.81- 2.60	ระดับการดำเนินการน้อย
1.00 -1.80	ระดับการดำเนินการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาและอุปสรรคเป็นแบบสอบถามปลายเปิดแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อคือ

1. ปัญหาจากการดำเนินงานภายในกิจการ
2. อุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิผล และนำใช้ในการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น แบบสอบถามที่สร้างขึ้น จึงต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการหาค่าความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability)

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง(Validity)

1.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ ในเรื่องที่ทำวิจัย 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถาม ตลอดจนขอคำแนะนำและความคิดเห็นในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการแนะนำมาแก้ไขและดำเนินการต่อไป

1.2 การวัดความตรงเชิงเนื้อหา ใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือนิยาม (IOC: Item Objective Congruence Index) การหาค่าความสอดคล้องแบบ IOC เพื่อพิจารณาด้านภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมี 3 ประเด็นคือเหมาะสม ไม่เหมาะสมและไม่แน่ใจโดยพิจารณาข้อคำถามนั้นๆวัดได้ตรงหรือสอดคล้องหรือไม่ถ้าเห็นด้วยให้ค่า = 1 ไม่เห็นด้วยให้ค่า = -1 และไม่แน่ใจให้ค่า = 0 ผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาตามความเป็นไปได้ของรายละเอียดของคำถามคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนั้นดีใช้ได้ตามเนื้อหาที่ระบุไว้ในรายละเอียด และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย งานวิจัยฉบับนี้ได้ค่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเท่ากับ 0.91 แปลผลว่าใช้ได้

2. การหาค่าความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability)

งานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 30ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า(Alpha Coefficient)ด้วยวิธีของ Cronbach Method และนำข้อบกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นก่อนที่จะดำเนินเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่ม

ตัวอย่าง ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.87 แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามฉบับนี้ มีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว เก็บรวบรวมข้อมูลโดยทีมงานที่ผ่านการฝึกอบรมเลือกสัมภาษณ์ธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครด้วยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก 100 แห่ง กระจายตามเขตต่างๆที่มีธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ ระหว่างเดือน มกราคม - มีนาคม พ.ศ.2556

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม อธิบายกลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจวัตถุประสงค์ และวิธีการตอบแบบสอบถาม จากนั้นรอเก็บแบบสอบถามทันที

ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ทำการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่ค้นคว้ามาก่อนจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 102 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) นำ แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการสำรวจ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล

2. การลงรหัสข้อมูล(Coding) นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ตัวเลขแทนค่าตัวแปรต่าง ๆ ทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. การบันทึกข้อมูล นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าทางสถิติและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา (Descriptive statistic) โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One way ANOVA และการวิเคราะห์แบบ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการดำเนินการหรือการดำเนินกลยุทธ์จำแนกตามปัจจัยองค์การ เมื่อพบความแตกต่างก็จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป