

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า” ได้กำหนดวิธีการศึกษาเพื่อให้ได้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ดังต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ประเภท CSI Shop ที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานี ในเดือนมกราคม 2550 ซึ่งจากข้อมูลของบริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด ณ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2550¹ พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 10,067 คน

¹สัมภาษณ์ สวัสดิ์ แก้วพวงงาม, ผู้จัดการแผนกพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด, 9 กุมภาพันธ์ 2550.

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ประเภท CSI Shop ในจังหวัดปทุมธานีตามสูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

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

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนจากการประมาณ

ดังนั้น

$$N = \frac{10,067}{1 + 10,067 (0.05)^2}$$

$$= 384.71$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้เป็นจำนวน 385 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกเขตการปกครองที่มีร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ประเภท CSI Shop เท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย 4 เขต คือ เขตอำเภอเมือง อำเภอคลองหลวง อำเภอธัญบุรี และอำเภอลำลูกกา

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จะได้เขตการปกครองละ 100 ตัวอย่าง ทั้งนี้ แต่ละเขตการปกครองมีร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าจำนวน 2 แห่งเท่ากัน จึงกำหนดให้สุ่มตัวอย่างจากร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าแห่งละ 50 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ใช้บริการร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า โดยเก็บข้อมูล ณ ร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าในจังหวัดปทุมธานีทั้ง 8 แห่งให้ครบตามจำนวนโควตาที่กำหนดไว้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้มีการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าแตกต่างกันมีความรู้ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

ตัวแปรตาม คือ ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

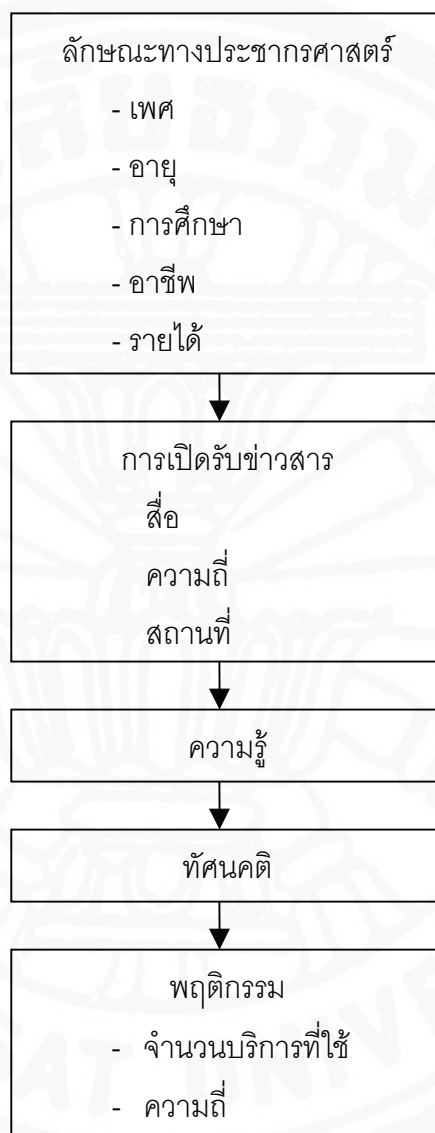
ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

ตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

ภาพที่ 3.1
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มี 5 ข้อ โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะของการเลือกคำตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ได้แก่ สื่อและความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า มี 10 ข้อ โดยให้เลือกถูก-ผิด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบคำถามถูกต้อง ได้ 1 คะแนน

ตอบคำถามผิด ได้ 0 คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า มี 10 ข้อ ใช้การวัดแบบ Rating Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยที่สุด = 5 คะแนน

เห็นด้วย = 4 คะแนน

เฉย ๆ = 3 คะแนน

ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน

ไม่เห็นด้วยที่สุด = 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงห่างของการวัดโดยใช้ค่าทางสถิติการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Arithmetic Mean) ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

คะแนนในระดับ 4.21-5.00 หมายความว่า มีทัศนคติดีมาก

คะแนนในระดับ 3.41-4.20 หมายความว่า มีทัศนคติดี

คะแนนในระดับ 2.61-3.40 หมายความว่า มีทัศนคติปานกลาง

คะแนนในระดับ 1.81-2.60 หมายความว่า มีทัศนคติไม่ดี

คะแนนในระดับ 1.00-1.80 หมายความว่า มีทัศนคติไม่ดีมาก

จากนั้นนำคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนมารวมกันและหาค่าเฉลี่ย เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามท่านนั้นมีทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าในระดับใดจาก 5 ระดับที่ได้กำหนดไว้ ก็จะถือว่ามีทัศนคติในระดับดังกล่าว

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า ได้แก่ จำนวนประเภทของบริการที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้และความถี่ในการใช้บริการ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้การในวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยศึกษาจากหนังสือ เอกสารตำราเชิงวิชาการและทฤษฎีในบทที่ 2 เพื่อศึกษาว่าแบบสอบถามควรถามเนื้อหาอะไรบ้าง เมื่อได้แบบสอบถามแล้วจึงเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบถึงความครอบคลุมของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Contents Validity) รวมถึง โครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ

2. การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (Pre-Test) แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC for Windows

ทั้งนี้ ใช้การทดสอบความเชื่อมั่นของ Kuder Richardson (Kuder Richardson's Method) มาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$r_{tt} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{x(k-\bar{x})}{ks^2} \right)$$

เมื่อ r = ค่าความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อของแบบทดสอบ

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

s^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผลจากการคำนวณหาความเชื่อมั่นในส่วนความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า ได้ค่าออกมาเป็น 0.73038

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 4 ที่สนใจเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของ Cronbach โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k V_i}{V_t} \right)$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่น
 k = จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 V_i = ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

ผลจากการคำนวณหาความเชื่อมั่นในส่วนทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ได้ค่าออกมาเป็น 0.9071 ถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ณ ร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ประเภท CSI Shop ในจังหวัดปทุมธานี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2550 โดยแจกแบบสอบถามให้ผู้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกข้อมูลเอง (Self-Administered Questionnaire) และผู้ศึกษาคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบบสอบถามเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเกิดข้อสงสัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ มี 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายถึง

- ข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของกลุ่มตัวอย่าง
- ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของกลุ่มตัวอย่าง
- ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของกลุ่มตัวอย่าง
- พฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าแตกต่างกันมีความรู้ต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า

สมมติฐานที่ 4.1 ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนประเภทบริการ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

สมมติฐานที่ 4.2 ทัศนคติเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้ามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และแปลงค่ารหัส เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกเข้าคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC for Windows แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และเขียนผลการวิจัยต่อไป