

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดวิธีการดำเนินการศึกษา มีการเลือกประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการอยู่ซ่อมรถยนต์ที่ขึ้นทะเบียนกับเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 65 ร้าน และผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยศึกษาทั้งเพศหญิง และเพศชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เพราะสามารถสอบใบอนุญาตขับขี่ได้ตามกฎหมาย

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วย

1. ผู้ประกอบการอยู่ซ่อมรถยนต์ 65 ร้าน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เฉพาะอยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีขนาดตั้งแต่ 3 คูหาขึ้นไป เนื่องจากอยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีขนาดเล็กส่วนใหญ่ไม่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการทำวิจัยและจากการสำรวจพบว่า มีเพียง 13 ร้าน ที่มีขนาดตั้งแต่ 3 คูหาขึ้นไป จากทั้งหมด 65 ร้าน

2. ผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ใช้ประชากรตัวอย่างจำนวน 280 คน โดยสุ่มมาแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างเมื่อไม่ทราบขนาดประชากร

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{d} \right)^2 p(1-p) \text{ (อโนทัย ตริวานิช, 2547:73)}$$

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่างเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากร

$Z_{\alpha/2}$ คือ ค่า Z ที่เปิดจากตารางปกติมาตรฐานที่ระดับนัยสำคัญ α โดยในงานครั้งนี้กำหนดให้ α เท่ากับ 0.05 ดังนั้น $Z_{\alpha/2}$ เท่ากับ 1.96

d คือ ขนาดความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าสัดส่วนจริงกับค่าที่ประมาณได้จากตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้ในที่นี้กำหนดให้มีขนาดเท่ากับ 0.05

p คือ สัดส่วนผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ จากการทำ PILOT STUDY จำนวน 30 คน มีประชากรที่เคยใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ 23 คน ได้ค่า $p = 0.77$

$$n = \left(\frac{1.96}{0.05} \right)^2 0.77(1 - 0.77) = 272.14$$

ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 272.14 ตัวอย่าง แต่เพื่อเป็นการป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลจึงได้กำหนดตัวอย่างเท่ากับ 280 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด แบ่งเป็น 2 ชุด คือ

1. แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของอยู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย ชื่ออยู่ซ่อมรถยนต์, ระยะเวลาตั้งแต่เปิดกิจการถึงปัจจุบัน, จำนวนพนักงานทั้งหมด

1.2 กลยุทธ์การจัดการด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบริการ, ด้านพนักงาน, ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการประชาสัมพันธ์

1.3 สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่ออยู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ราคาน้ำมัน, อัตราดอกเบี้ย), การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาพัฒนาประสิทธิภาพของรถยนต์ของค่ายรถยนต์ต่าง ๆ, สภาพการเมืองและกฎหมายต่าง ๆ, การเปิดอยู่ซ่อมรถยนต์ขึ้นมาใหม่เป็นจำนวนมาก, การขึ้นราคาค่าอะไหล่ของตัวแทนจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาดของศูนย์บริการ, และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้รถยนต์ของผู้ใช้บริการ

1.4 ปัญหาและอุปสรรค ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา/การเงิน, ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์, ด้านบริการ, ด้านพนักงาน

1.5 การจัดการด้านพนักงาน โดยเฉพาะช่าง ประกอบด้วย คุณสมบัติของพนักงาน(ช่าง) ที่เจ้าของกิจการต้องการ, วิธีการคัดเลือก, การพัฒนา/อบรมพนักงาน (ช่าง) รวมถึง ทักษะที่ต้องการพัฒนา/อบรม

1.6 แนวทางแก้ไขปัญหา

2. แบบสอบถามสำหรับผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย

2.1 พฤติกรรมการใช้อยู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย ชื่ออยู่ซ่อมรถยนต์ที่ท่านใช้ซ่อม

รถยนต์และช่วงล่าง, อายุการใช้งานรถยนต์ที่ท่านใช้เป็นประจำ, ความถี่ในการใช้บริการซ่อมรถยนต์, ลี้อที่ทำให้ท่านรู้จักซ่อมรถยนต์, สาเหตุที่ทำให้ท่านไม่ใช่ศูนย์บริการ, สาเหตุที่เลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์แทนศูนย์บริการ, ในอนาคตท่านจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่, สาเหตุที่ทำให้ท่านจะไม่มาใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์, และหากอู่ซ่อมรถยนต์มีข้อเสนอพิเศษให้แก่ผู้มาใช้บริการ ท่านสนใจข้อเสนอใดบ้าง

2.2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านพนักงาน, ด้านสภาพแวดล้อม และด้านประชาสัมพันธ์

การทดสอบแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์คอนบราทอัลฟา (Conbanch's alpha Coefficient) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 0.8 ขึ้นไป ถือว่ามีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์คอนบราทอัลฟา เป็นวิธีการหาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ไม่ได้ตรวจนับคะแนนเป็น 1 กับ 0 หรือใช้กับแบบสอบถามที่ให้คะแนนแต่ละข้อตามมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) แบบ Likert ใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma^2(Y_i)}{\sigma_x^2} \right]$$

โดยที่ α = สัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือได้

N = จำนวนข้อคำถาม

$\sum \sigma^2(Y_i)$ = ผลรวมของค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถาม

σ_x^2 = ค่าความแปรปรวนของข้อคำถามทั้งหมด

เนื่องจากการคำนวณค่อนข้างใช้เวลามากเมื่อแบบสอบถามมีจำนวนข้อคำถามมากขึ้น จึง

ใช้โปรแกรม SPSS for Window

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ทาง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากบทความ หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ตและยังได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากสำนักงานเทศบาลนครขอนแก่น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ มาทำการวิเคราะห์โดย
 - ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ใช้ค่าความถี่ และร้อยละ
 - ข้อมูลปัจจัยที่ผู้บริโภคลือเลือกใช้อยู่ซ่อมรถยนต์, กลยุทธ์การจัดการด้านต่าง ๆ, สภาพแวดล้อม ภายนอก, ปัญหาและอุปสรรค, และ ทักษะที่ต้องการพัฒนา/อบรมให้แก่พนักงาน ในการวิเคราะห์ใช้แบบสอบถามแบบ Likert Scale มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตอบแบบสอบถามจะมีข้อความให้ผู้ตอบเลือกประมาณค่า 5 อันดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน โดย

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

วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอยู่ซ่อมรถยนต์ทั้งภายในและภายนอก โดยใช้เทคนิค SWOT analysis และผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนเชิงกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ