

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การจัดการสินค้าชุมชนรายย่อยในตลาด
รถจักรยานยนต์: กรณีศึกษาเปรียบเทียบกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับภาคกลาง
เฉพาะตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของสินค้าฮอนด้า และยามาฮ่า” ผู้วิจัยได้กำหนด
ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดรูปแบบวิธีวิจัย
2. การกำหนดประชากร
3. การกำหนดขนาดตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดรูปแบบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) แบบวัดครั้งเดียว
เครื่องมือที่ใช้วัดในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อให้ทราบข้อมูล
ทางสถิติของธุรกิจรถจักรยานยนต์ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)
โดยใช้การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก

วิธีการการศึกษา

ส่วนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ระบบสินค้าหรือเงินผ่อนในตลาดรถจักรยานยนต์
ในครั้งนี้ จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ทั้งจากเอกสาร เว็บไซต์
ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน นอกจากนั้น ยังเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ภายใน

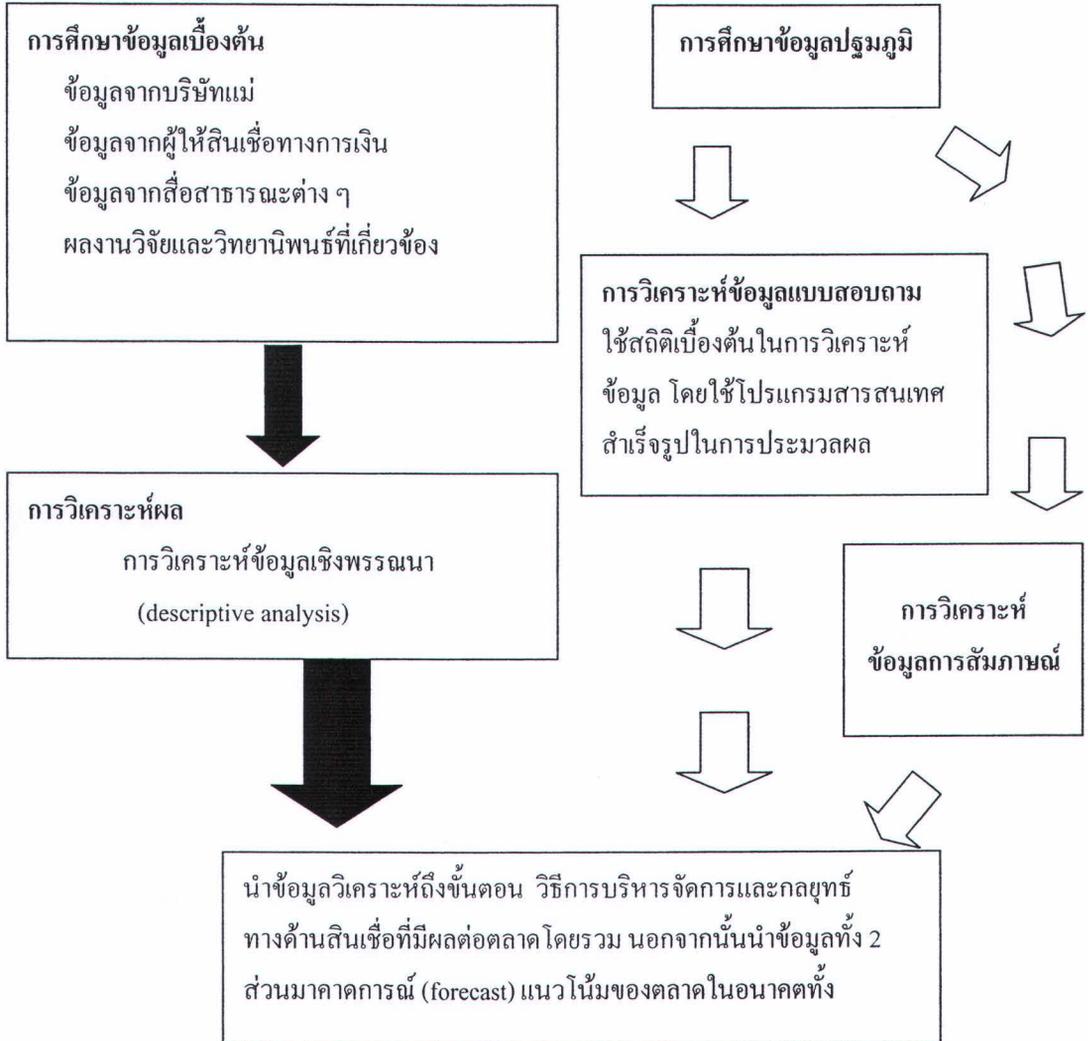
บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ข้อมูลจากการประชุม การแถลงนโยบายประจำปี ข้อมูลจากบริษัทสถาบันการเงินที่เข้ามาแข่งขันในตลาดรถจักรยานยนต์ภาคกลางนอกจากนั้น ยังมุ่งศึกษาถึงผลกระทบและวิธีการให้สินเชื่อของสถาบันทางการเงินจากวิธีการเดียวกัน โดยสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้วิเคราะห์สินเชื่อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data from questionnaire) จากแบบสอบถาม สำหรับสอบถามข้อมูลการขาย และปริมาณการขายในแบบต่าง ๆ โดยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าและยามาฮ่า เพราะเป็นตราสินค้าที่สถาบันการเงินต่าง ๆ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกและอันดับสองประกอบกับผู้จำหน่ายมีความมั่นคง และมีอัตราการย้ายตราสินค้าหรือเปลี่ยนธุรกิจไม่สูงนัก นอกจากนั้น ในผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ของตราสินค้าอื่นมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนค่อนข้างสูงและสถาบันการเงินไม่ให้ความสนใจมากนัก ทำให้ผู้วิจัยเลือกเฉพาะตราสินค้าที่ได้กล่าวในขั้นต้น โดยแบ่งเป็น ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทางการให้สินเชื่อทั้งที่ผู้จำหน่ายเป็นผู้ให้สินเชื่อ และการขายผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ ปริมาณร้อยละของสัดส่วนการขายเงินสดและเงินผ่อน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data from interview) จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าและยามาฮ่า โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มผู้แทนจำหน่ายกลุ่มกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับภาคกลาง เพื่อให้ทราบข้อมูลในเชิงลึก

ขั้นตอนการศึกษา



ภาพ 6 ขั้นตอนการศึกษา

แหล่งข้อมูลในการศึกษาเบื้องต้น

บริษัทเจ้าของตราสินค้ารถจักรยานยนต์ อันได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ คาวาซากิ และไทเกอร์ ทั้งจากเอกสารของหน่วยงานที่ได้กล่าวมาในขั้นต้น ข้อมูลและสื่อสารสนเทศของบริษัทนั้น

ข้อมูลจากร้านค้าทั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรงทั้งจากฮอนด้าและยามาฮ่า ในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภาคกลางทั้งจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ เจ้าหน้าที่หรือข้อมูลทางระบบสารสนเทศและข่าวต่าง ๆ

ข้อมูลจากสถาบันการเงินผู้ให้สินเชื่อรถจักรยานยนต์ในปัจจุบัน อันได้แก่ บริษัทอยุธยา แคปปิตอล ออโต้ลีส จำกัด (มหาชน) (บริษัท จีอี แคปปิตอล ออโต้ลีส จำกัด เดิม), บริษัท กรู๊ปลีส จำกัด (มหาชน), บริษัท ชัมมิต แคปปิตอล ลีสซิ่ง จำกัด, บริษัท จูดีกร จำกัด (มหาชน), บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และบริษัท เคทีบี ลีสซิ่ง จำกัด และอื่น ๆ ทั้งจากการสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่หรือข้อมูลทางระบบสารสนเทศและข่าวต่าง ๆ

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ประชากร (population) ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์อย่างเป็นทางการของสินค้าฮอนด้าและยามาฮ่า กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับภาคกลาง เนื่องด้วยเป็นผู้จำหน่ายตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 และ 2 และบริษัททางการเงินให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมทำธุรกิจด้วยเป็นอันดับต้น ๆ โดยมีจำนวนประชากรทั้งหมดดังนี้

1. ตัวแทนจำหน่ายยามาฮ่าอย่างเป็นทางการในภาคกลางทั้งหมด 77 ราย
2. ตัวแทนจำหน่ายยามาฮ่าอย่างเป็นทางการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 62 ราย (ไทยยามาฮ่ามอเตอร์, 2552)
3. ตัวแทนจำหน่ายฮอนด้าอย่างเป็นทางการในภาคกลางทั้งหมด 200 ราย
4. ตัวแทนจำหน่ายฮอนด้าอย่างเป็นทางการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 121 ราย (เอ.พี. ฮอนด้า, 2552)

ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ขนาดตัวอย่าง เนื่องจากปริมาณผู้แทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของรถจักรยานยนต์ สอนคำ และยามาฮ่า ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับภาคกลางที่มีทั้งหมด 460 ราย โดยสามารถแยกเก็บเพื่อทราบถึงความแตกต่างของตลาดในแต่ละเขตพื้นที่ได้จึงได้ ทำการศึกษาโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ ทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 183 ราย และทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตภาคกลาง 277 ราย จากตาราง ของ Krejic and Morgan ทำให้สามารถกำหนดขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

1. ทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 183 ราย
ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 127 ราย ที่ขนาดความคลาดเคลื่อน 0.05

2. ทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตภาคกลาง 277 รายขนาดตัวอย่างจะเท่ากับ 162 ราย ที่ขนาดความคลาดเคลื่อน 0.05

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวดังต่อไปนี้

1. เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 127 ราย ที่ขนาด ความคลาดเคลื่อน 0.05 เนื่องด้วยถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ ความเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่ก็ยังมีความแตกต่างระหว่างพื้นที่อยู่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเรื่องของการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) แบบมีระบบ (systematic sampling) ทำให้แบ่งกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรการคำนวณได้ดังต่อไปนี้

$$I = \frac{N}{n}$$

I คือ หน่วยตัวอย่างที่ตกอยู่ในช่วงการสุ่ม

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ทำให้สามารถคำนวณหน่วยตัวอย่างที่อยู่ในช่วงของการสุ่มได้ดังนี้

$$I = \frac{127}{2}$$

$$= 64$$

ดังนั้นทำให้แบ่งขนาดตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 64 ตัวอย่าง และ กลุ่มปริมณฑล จำนวน 63 ตัวอย่าง

2. กลุ่มภาคกลางใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงช่วงชั้นแบบง่าย (stratified simple random sampling) ซึ่งมีวิธีดำเนินการจัดสรรตามความสะดวกหรือตามดุลพินิจ (judgement allocation) เนื่องด้วยตัวอย่างทุกตัวอย่างมีลักษณะร่วมในการทำธุรกิจ รถจักรยานยนต์เหมือนกัน โดยไม่คำนึงถึงยอดขายต่อปี จำนวนสาขาที่มี และขนาด ความใหญ่ของร้านค้า

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ขนาดตัวอย่าง ในการสัมภาษณ์เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามดุลพินิจของผู้วิจัยเอง โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง ในการสัมภาษณ์กลุ่มละ 10 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1. ผู้จำหน่ายของทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 10 ตัวอย่าง

2. ผู้จำหน่ายของทั้งสองตราสินค้ารวมกันในเขตภาคกลางจำนวน 10 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงช่วงชั้นแบบง่าย (stratified simple random sampling) ซึ่งมีวิธีดำเนินการจัดสรรตามความสะดวกหรือตามดุลพินิจ (judgement allocation) โดยผู้วิจัยโดยไม่กำหนดสถานที่ และเวลาในการสัมภาษณ์ เบื้องต้น ผู้วิจัย ได้ถามคำถามในเชิงลึกเกี่ยวกับการธุรกิจให้บริการสินเชื่รถจักรยานยนต์ให้ตรงตาม วัตถุประสงค์การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ใช้เก็บข้อมูลจากผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์อย่างเป็นทางการของตราสินค้าฮอนด้า และยามาฮ่า โดยแบ่งการสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม
 2. ข้อมูลทางด้านการให้สินเชื่อทั้งที่ผู้จำหน่ายเป็นผู้ให้สินเชื่อ และการขายผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ
 3. ปริมาณร้อยละของสัดส่วนการขายเงินสดและเงินผ่อน
- นอกจากนั้น ยังใช้ชุดคำถามเชิงลึกในการสัมภาษณ์เรื่องของการบริการ โครงสร้างขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อรถจักรยานยนต์ ปัญหาจากการดำเนินงาน เหตุผลและความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อในรูปแบบต่าง ๆ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาจากตำรา เอกสาร เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ บทความ รายงานการประชุม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ ระบบสินเชื่อเงินผ่อนในประเทศไทย และแนวคิดทฤษฎีเรื่องการเงินจุลภาค (microfinance)
2. ร่างแบบสอบถามและชุดคำถามในการสัมภาษณ์จากประเด็นในเรื่องการจัดการสินเชื่อชุมชนรายย่อยในตลาดรถจักรยานยนต์ให้ครอบคลุม โดยพิจารณาจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. นำแบบสอบถามและชุดคำถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อพิจารณาว่าในแต่ละส่วนของคำถามมีความสอดคล้อง และครอบคลุมกับความต้องการหรือไม่ โดยในส่วนของแบบสอบถามเนื้อหาต้องมีความเที่ยงตรง จึงจะสามารถนำไปใช้วัดได้ตามความมุ่งหมายของการวิจัย และส่วนเนื้อหาคำถามในการสัมภาษณ์ต้องตรงประเด็นกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยจะต้องผ่านความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
4. นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามและชุดคำถามในการสัมภาษณ์

5. ได้ทำการทดสอบแบบวัด (pre-test) กับประชากรที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่าง และนำแบบวัดไปหาค่าความเที่ยงตรง (validity) และค่าความเชื่อมั่น (reliability) เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในคำถามของผู้ตอบ และความสอดคล้องของ เนื้อหาคำตอบกับวัตถุประสงค์ของคำถามก่อนจะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (item analysis) โดยหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา ด้วยวิธีการของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน

6. พิจารณาผลการทดลอง ถ้าพบข้อบกพร่องก็ทำการปรับปรุงแบบสอบถาม อีกครั้ง และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์ แล้วนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม

1. จัดเตรียมแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้พร้อม กลุ่มภาคกลาง จำนวน 162 ชุด กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 127 ชุด ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง

2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดจนครบถ้วน แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์

1. จัดเตรียมชุดคำถามและอุปกรณ์การบันทึกการสัมภาษณ์ให้ นักหมายกลุ่มตัวอย่าง ในการสัมภาษณ์กลุ่มภาคกลางจำนวน 10 ตัวอย่าง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 10 ตัวอย่าง

2. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดจนครบถ้วน แล้ววิเคราะห์เพื่อสรุปผลต่อไป

การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์
2. นำข้อมูลที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วประมวลผลข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไป ข้อมูลสถาบันทางการเงินผู้ให้สินเชื่อทางการเงินรถจักรยานยนต์ ข้อมูลบริษัทเจ้าของสินค้า

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative analysis) จากแบบสอบถามที่ได้จากผู้แทนจำหน่ายกรุงเทพมหานครและภาคกลาง โดยวิธีดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป รวมทั้งสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (level of significance)

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากคำตอบและการสังเกตที่ได้บันทึกเอาไว้ แนวทางการตอบคำถามเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่มตัวอย่างที่เลือก เพื่อศึกษาและประมวลผลด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (regression analysis) และอนุกรมเวลา (time series method)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากรวบรวมข้อมูลที่เสร็จเรียบร้อยแล้วตามจำนวนที่กำหนด ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม และประมวลผลทางสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

t test ใช้กรณีวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดแบบนามบัญญัติมาตร (nominal scale) กับมาตรวัดแบบอันดับมาตร (ordinal scale)

อนุกรมเวลา (time series method) โดยใช้พยากรณ์จำนวนของผู้จำหน่ายที่เปลี่ยนมาเป็นจุดบริการของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในธุรกิจรถจักรยานยนต์เพื่อหาแนวโน้มการเติบโตภายใต้เงื่อนไข อิทธิพลจากแนวโน้ม (trend) ฤดูกาล (seasonal) วัฏจักร (cycle) และเหตุการณ์ผิดปกติ (irregular variation) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูล 4 ตัว ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย (average) จากข้อมูลในอดีตและปัจจุบันในเรื่องของจุดบริการของสถาบันการเงินที่เข้าไปบริการผู้จำหน่าย
2. แนวโน้ม (trend) เป็นลักษณะการเป็นไปของจำนวนสถาบันการเงินที่เข้าสู่ร้านผู้จำหน่ายในอนาคต
3. วัฏจักร (cycle) เป็นวงจรชีวิตที่มองไปที่กลุ่มสถาบันการเงิน ผลกระทบจากการแข่งขัน กฎหมายและการเมือง ระบบเศรษฐกิจ อันเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้
4. เหตุการณ์ผิดปกติ (irregular variation) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเหนือความคาดหมายซึ่งมีผลกระทบต่อยอดขายและอัตราหนี้ในธุรกิจของกลุ่มสถาบันการเงินที่เข้าสู่ตลาดรถจักรยานยนต์

โดยมีวัตถุประสงค์ในการประมาณการเติบโตของสถาบันการเงินในระบบว่าในอนาคตจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร ซึ่งทำให้สามารถคาดการณ์ความเป็นไปของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในอนาคตของผู้จำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับภาคกลาง โดยนำโปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูปบนระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการประมวลผล