

บทที่ ๓
ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาผลกระทบการตลาดของธุรกิจรถเช่า และปัญหาของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาวิจัยได้ดำเนินการดังนี้

แผนดำเนินการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการสร้างแบบสอบถาม สัมภาษณ์เจ้าของกิจการธุรกิจรถเช่า
2. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสถิติจากหน่วยราชการต่าง ๆ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาจากสถานที่ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2536

วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มแบบอย่างง่าย (SIMPLE RANDOM SAMPLING) โดยใช้วิธีการจับฉลากเลือกธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย จากประชากร ทั้งหมดจำนวน 42 รายโดยเปิดตาราง TABLE ดังมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. ATM TOUR & CAR RENTEL SERVICE
2. จงเจริญทัวร์
3. จูน คาเรนเพ่น เซ็นเตอร์
4. THE INDUSTRIAL SERVICE
5. MAY TRAVEL

6. CHIANGMAI M.K. TRAVEL SERVICE
7. สารานุกรม เซอร์วิส
8. QUEEN BGG CAR RENTAL & TRAVEL SERVICE
9. LILLY TOURS & CAR RENTALS
10. LOTUS CARRENT & TRAVEL SERVICE
11. P.C. SERVICE
12. SILVER STAR TRAVELS
13. เปรมประชาชนส่ง จำกัด
14. พัฒนาท่องเที่ยว จำกัด
15. วนิดา ทัวร์
16. คนเมืองท่องเที่ยว
17. M.K.CAR RENT
18. V & S CARRENTAL
19. ถนนพัฒนาเขต
20. THE EXPERT & DRAGON TOUR
21. CARRENT
22. M.A. TRAVEL
23. COLONY CAR RENTAL
24. ฮีลด์ รถเช่า
25. DARET CAR RENT & RESTAURANT
26. BELL CARRENT
27. FRIEND'S CARRENT
28. U.P. SERVICE
29. NORTH WHELLS RENT-A-CAR
30. ตะวันทัวร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่

โดยวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้อัตราร้อยละ ฐานนิยม

ส่วนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์การตลาด ในการดำเนินธุรกิจรถเช่าในด้านรถเช่า ราคา ท่าเลที่ตั้ง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่ง

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ลักษณะข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญ

ปานกลาง สำคัญน้อย ไม่ให้ความสำคัญเลย โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ในแต่ละ

ระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ

คะแนน

สำคัญมากที่สุด

5

สำคัญมาก

4

สำคัญปานกลาง

3

สำคัญน้อย

2

ไม่ให้ความสำคัญ

1

การกำหนดคะแนนความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจรถเช่าแบ่ง

ออกเป็น 5 ระดับ โดยการกำหนดคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 จัดอยู่ในระดับ สำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 0.00 - 1.49 จัดอยู่ในระดับ ไม่ให้ความสำคัญเลย

ส่วนที่ 3 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านการตลาดภายใน ได้แก่ การออกแบบรูปแบบการให้บริการแก่ผู้เช่ารถ การฝึกอบรม การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากร และด้านคุณภาพการให้บริการของธุรกิจรถเช่า ซึ่งลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย ไม่ให้ความสำคัญเลย โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดคะแนนความสำคัญในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยการกำหนดคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 จัดอยู่ในระดับ สำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 จัดอยู่ในระดับ สำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 0.00 - 1.49 จัดอยู่ในระดับ ไม่ให้ความสำคัญเลย

ส่วนที่ 4 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับปัญหาในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่าในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านคู่แข่ง ปัญหาบุคลากร ปัญหาด้านผู้เช่ารถ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ

ปัญหามากที่สุด ปัญหามาก ปัญหาปานกลาง ปัญหาน้อย ไม่เป็นปัญหาเลย

โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนน
ปัญหามากที่สุด	5
ปัญหามาก	4
ปัญหาปานกลาง	3
ปัญหาเล็กน้อย	2
ไม่เป็นปัญหาเลย	1

การกำหนดคะแนนปัญหาในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหามากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหามาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหาปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหาเล็กน้อย
ค่าเฉลี่ย	0.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่เป็นปัญหาเลย

การรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินงานเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอสัมภาษณ์เจ้าของกิจการหรือผู้บริหาร ธุรกิจรถเช่า โดยชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยการขอสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้จำนวน 30 ฉบับ โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 30 วัน
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของเจ้าของกิจการ และ/หรือผู้บริหารธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยใช้สถิติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความถี่ (FREQUENCY)
2. ร้อยละ (PERCENTAGE)
3. ค่าเฉลี่ย (MEAN)
4. ฐานนิยม (MODE)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (STANDARD DEVIATION)
5. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ (ANALYSIS OF VARIANCE)
6. การทดสอบค่าที (t-TEST)

ข้อมูลสรุปที่ได้จะนำไปสู่การนำเสนอรายงานผลการวิจัย ในรูปแบบของการบรรยายความจริง การพรรณนาวิเคราะห์

รายงานผลการวิจัย

รายงานผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 บทคือ

- บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
- บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี สมมติฐานในการวิจัย นิยามศัพท์ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ และข้อจำกัดในการวิจัย
- บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย ขอบเขตการวิจัย กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา การเก็บและรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย การรายงานผลการวิจัย และระยะเวลาที่ทำการวิจัย
- บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบข้อสมมติฐาน
- บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย สรุปผลข้อสมมติฐาน อภิปรายผลในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับผู้ทำวิจัยต่อไป

ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาหัวข้อดังกล่าวนี้จะใช้ระยะเวลาประมาณ 10 เดือน

ระหว่างเดือน กันยายน 2535 - เดือน มิถุนายน 2536