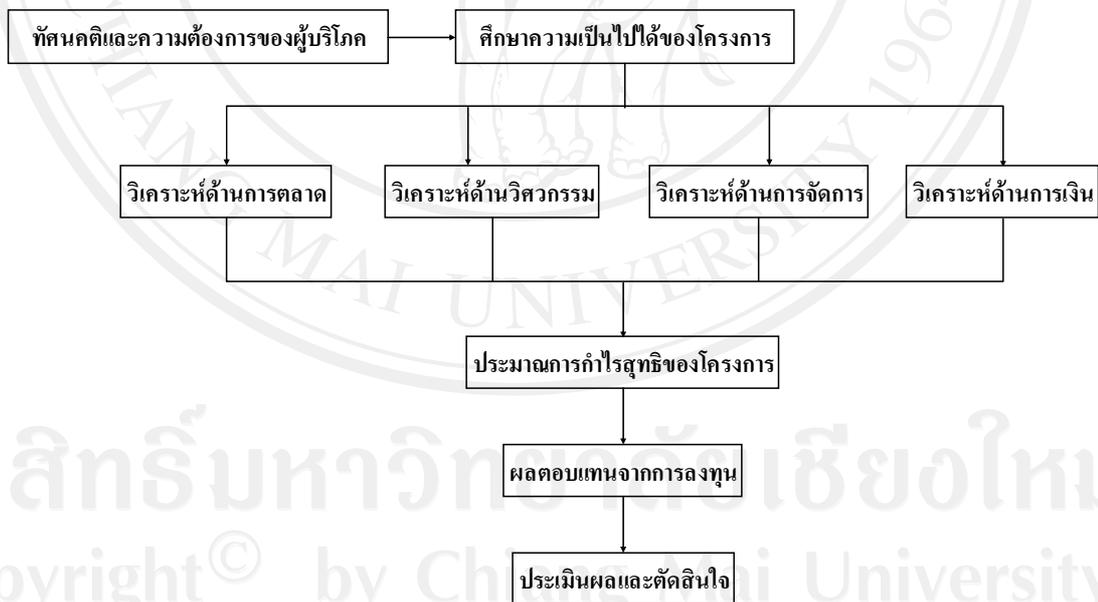


บทที่ 3 วิธีการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษา

3.1 แนวความคิดการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ของโครงการนี้ จะทำการสำรวจทัศนคติและความต้องการรถเช่าที่ติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียม(GPS) ของผู้บริโภครถเช่า ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการรถเช่า แล้วนำมาวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านของกิจกรรมหลัก คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ซึ่งผลของกิจกรรมดังกล่าว จะสรุปหรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของการประมาณการกำไรสุทธิของโครงการ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการนำมาประเมินผล และตัดสินใจในการลงทุนหรือไม่ โดยพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุนว่าคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่



ภาพที่ 3.1 แสดงแนวความคิดการศึกษาคือความเป็นไปได้ของโครงการ

โดยการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาจากกลุ่มลูกค้าของ บริษัทเวียงพิงค์รูปรถเช่า จำกัด โดยทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ด้านการตลาด
- 2) การวิเคราะห์ด้านวิศวกรรม
- 3) การวิเคราะห์ด้านการจัดการ
- 4) การวิเคราะห์ด้านการเงิน

3.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

3.2.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทางสถิติ

มีสูตรทางสถิติที่ใช้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้หลายสูตร แต่ที่นิยมที่สุดได้แก่สูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2548) ซึ่งมีสมการ ดังนี้

$$n = N / (1 + Ne^2) \quad \dots\dots\dots (3.1)$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการรถเช่าของ บริษัทเวียงพิงค์กรุ๊ป รถเช่า จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2550 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2550 เป็นระยะเวลา 1 ปี มีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด 288 ราย ซึ่งมีการใช้บริการทั้งหมด 1,152 รายการ (มนัส หม่องตะ , สัมภาษณ์) ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยวิธีการของ Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นจำนวน 168 ราย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ บริษัทเวียงพิงค์กรุ๊ปรถเช่า จำกัด และจัดส่งแบบสอบถามไปยังที่อยู่ของลูกค้า

3.2.2 วิธีการศึกษาและเก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัท เวียงพิงค์กรุ๊ป จำนวน 168 ราย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของแนวความคิด และทฤษฎี ซึ่งรวบรวมได้จากการศึกษาหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด(Close-Ended Question) แบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการรถเช่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบพฤติกรรมการเช่ารถ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และความต้องการใช้รถเช่าที่ติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความต้องการใช้รถเช่าที่ติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียมในปัจจุบัน ทำให้ทราบโอกาสในการความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ และแบบมาตรวัดส่วนประเมินค่า (Rating Scale Question) สำหรับวัดทัศนคติและความต้องการ
4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อทราบความคิดเห็นที่มีต่อรถเช่าที่ติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียม

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการรถเช่า เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ทัศนคติ และความต้องการใช้รถเช่าที่ติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียมเป็นคำถามแบบเลือกตอบ และคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับทัศนคติ/ความต้องการ ระดับมากที่สุด	ให้คะแนน	5
ระดับทัศนคติ/ความต้องการ ระดับมาก	ให้คะแนน	4
ระดับทัศนคติ/ความต้องการ ระดับปานกลาง	ให้คะแนน	3
ระดับทัศนคติ/ความต้องการ ระดับน้อย	ให้คะแนน	2
ระดับทัศนคติ/ความต้องการ ระดับน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้
ช่วงของคะแนน

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติ/ความต้องการ ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีทัศนคติ/ความต้องการ ระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีทัศนคติ/ความต้องการ ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีทัศนคติ/ความต้องการ ระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีทัศนคติ/ความต้องการ ระดับน้อยที่สุด

3.3 ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีวิจัย

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

- 1.1 ศึกษาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการประเมินทัศนคติและความต้องการระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียม (GPS) ในกิจการรถเช่าของลูกค้า บริษัทเวียงพิงค์กรุ๊ปรถเช่า
- 1.2 ออกแบบสอบถามใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด และแบบมาตรวัดส่วนประเมินค่า (Rating Scale Question) สำหรับวัดทัศนคติ และความต้องการ
- 1.3 ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) นำวัตถุประสงค์มา แจกแจงเป็นข้อคำถาม แล้วนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา แล้วจึงนำไปใช้เพื่อเก็บข้อมูลจริง
- 1.4 การรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่าง และนัดวันรับแบบสอบถามคืน
- 1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อการ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการบรรยายข้อมูล โดยวิธีการ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด

2. การวิเคราะห์ด้านวิศวกรรม

2.1 ศึกษาข้อมูลเชิงเทคนิคในการนำระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียม ติดตั้งเข้ากับรถเช่า

2.2 ตรวจสอบความพร้อมขององค์กร และเทคโนโลยีที่จำเป็น

2.3 ศึกษาเพื่อเลือกระบบ และวิธีการติดตั้งที่เหมาะสมที่สุด

3. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

ศึกษาค่าใช้จ่ายในการจัดการ พิจารณาการจัดการบุคลากร รูปแบบการดำเนินงานก่อน และหลังการดำเนินงาน ตลอดจนการประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆ

4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

4.1 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ

4.2 อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน

4.3 อัตราส่วนรายได้ต่อต้นทุน

4.4 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

4.5 การวิเคราะห์ความไว

5. ประเมินผลและตัดสินใจความเป็นไปได้ของโครงการจากผลการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้าน

6. สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้

3.4 ระยะเวลาที่คาดว่าจะใช้ในการศึกษา

แผนการดำเนินงานศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินงานศึกษาประมาณ 18 เดือน คือ ระหว่างเดือนมกราคม 2551 ถึง กรกฎาคม 2552 โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551

3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่การดำเนินงานศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริษัทเวียงพิงค์กรุ๊ปรถเช่า ตั้งอยู่ที่เลขที่ 12 ถนนเจริญประเทศ ซอย 6 (บริเวณไนท์บาร์ซ่า) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่