

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยดังกล่าวเป็นลักษณะการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ซึ่ง
จะแสดงระเบียบวิธีวิจัย ประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) ที่ทำการเก็บข้อมูล
เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยจากผู้ประกอบการและกายภาพในพื้นที่จริงเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งเป็น
ส่วนหลัก และการวิเคราะห์ประเมินจากปัจจัยผู้ใช้บริการของแต่ละสถานีเป็นข้อมูลเชิงปริมาณซึ่ง
เป็นส่วนเสริม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาด เพื่อการพัฒนาด้านกายภาพบริการเสริม
ภายในสถานีบริการน้ำมันท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการภายในพื้นที่” ได้กำหนดเป้าหมายในการวิจัย
เพื่อแก้ปัญหาให้แก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันค้าปลีก โดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่ เป็น
ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคนในพื้นที่ประเภทที่มีสิทธิ์ในการถือครองที่ดินและทรัพย์สินรวมไปถึงมีสิทธิ์
ในการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่โดยตรง (land-entrepreneurs) ในการกำหนดพื้นที่และกลุ่มประชากร
เพื่อเก็บข้อมูลและวิเคราะห์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

หน่วยการวิเคราะห์ที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ เป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นประเภทที่มีสิทธิ์ในการถือครองที่ดินและทรัพย์สินรวมไปถึงมีสิทธิ์ในการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่โดยตรง (land-entrepreneurs)

กรอบการวิจัยที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ เป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่ตั้งอยู่บนถนนทางหลวงทางหลวงหมายเลข 2 (เส้นทางสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มต้นจากถนนมิตรภาพ จ.สระบุรี ไปจนถึง จ.หนองคาย) แต่ในการศึกษาโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น ผู้วิจัยได้เจาะจงศึกษาเฉพาะช่วงอ.วังน้อย จ. พระนครศรีอยุธยา ถึง อ. เมือง จ. นครราชสีมา โดยมีกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 65 สถานี และเป็นกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้ประกอบการที่ถือสิทธิ์ครอบครองทรัพย์สินจำนวน 13 สถานี

ในการเลือกและกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified sampling) จำนวนทั้งสิ้น 13 สถานี โดยการแบ่งชั้นย่อยกลุ่มประชากรจากลักษณะเฉพาะในแต่ละชั้นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1

การแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling)

ชั้น	Strata	k (ปัจจัยเฉพาะ)
1	สถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย	เฉพาะสถานีที่บริการเชื้อเพลิงประเภทน้ำมันเท่านั้น
2	สถานีบริการน้ำมันประเภท ก : ทำเลที่ตั้งติดถนนทางหลวง และมีถังเก็บน้ำมันฝังใต้พื้นดิน	แบ่งประเภทสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทยตามลักษณะทำเลที่ตั้งและลักษณะการจัดเก็บน้ำมันเชื้อเพลิง : ก, ข,ค,ง,จ,ฉ
3	สถานีบริการน้ำมันบนเส้นทางหลวงหมายเลข 2 : เส้นทางสายตะวันออกเฉียงเหนือจาก จ.สระบุรี - จ.หนองคาย	แบ่งตามภูมิภาคของเส้นทางหลวงสายหลัก : ทางหลวงหมายเลข 1,2,3,4
4	สถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าบนช่วงถนน อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา - อ.เมือง จ.นครราชสีมา (65)	จำกัดเฉพาะช่วงถนนที่มีปัญหาอุบัติเหตุการจราจรติดขัด และมีอัตราเกิดอุบัติเหตุทางถนนมากที่สุด (ภาคผนวก ข.)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ชั้น	Strata	k (ปัจจัยเฉพาะ)
5	ผู้ประกอบการสถานีที่เป็นคนในพื้นที่และมีสิทธิ์ถือครองที่ดินของสถานีบริการน้ำมัน (E3/E4:13)	แบ่งประเภทสถานีบริการน้ำมันโดยลักษณะผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ตามลักษณะสิทธิ์ถือครองที่ดินและสิทธิ์ในการบริหารสถานี : E1,E2,E3,E4

หมายเหตุ: สรุปโดยผู้วิจัย.

กลุ่มประชากรตามตาราง strata ชั้นที่ 5 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการสถานีที่เป็นคนในพื้นที่และมีสิทธิ์ถือครองที่ดินของสถานีบริการน้ำมันประเภท E3 และ E4 จำนวนทั้งสิ้น 13 สถานี เป็นกลุ่มที่ควรมีการศึกษาเชิงลึกด้านศักยภาพในการพัฒนาบริการเสริมด้านการออกแบบดำเนินการบริหาร และลงทุนก่อสร้าง เป็นต้น

ในขั้นตอนการประเมินการดำเนินกลยุทธ์นั้นจะทำการเจาะจงเลือกผู้ประกอบการในพื้นที่จาก 13 สถานี เหลือเพียง 1 สถานี เป็นกรณีศึกษาที่มีปัญหาด้านผลประกอบการของสถานีที่ตกต่ำชัดเจน (Decline) และมีปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยด้านกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเพื่อนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาด้วยการดำเนินกลยุทธ์ในเชิงปฏิบัติ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้เครื่องมือ 3 กลุ่มในการเก็บข้อมูล ได้แก่

3.3.1. แบบสัมภาษณ์

การใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยเครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในพื้นที่ที่เป็นผู้บริหารสถานีโดยตรง เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อสถานะทางการตลาดของสถานีในพื้นที่ การวางเป้าหมาย (visions) และแผนการดำเนินการสร้างกลยุทธ์การตลาดเชิงปฏิบัติ (missions) เพื่อสร้างความแตกต่างด้านกายภาพของ

บริการเสริมในสถานบริการน้ำมัน ที่เหมาะสมกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร โดยรูปแบบ checklist คำถามเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่เกี่ยวข้อง (ภาคผนวก ค.)

3.3.2. แบบสำรวจกายภาพพื้นที่

ด้วยเครื่องมือแบบสำรวจกายภาพในพื้นที่ ด้วยการบันทึกรูปแบบการพัฒนากายภาพบริการเสริมในแต่ละพื้นที่ ทั้งสัดส่วนการใช้ประโยชน์พื้นที่ รูปแบบอาคารและรูปแบบการวางผังการใช้งาน โดยใช้ กล้องถ่ายรูป ผังเบื้องต้น เครื่องมือ checklist (ภาคผนวก ค.: ภาพที่ ค. 1) และการจดบันทึกแบบผังด้วยการวาดภาพอย่างง่าย (sketch drawing)

3.3.3. แบบสังเกตพฤติกรรมลูกค้าในพื้นที่

ด้วยเครื่องมือแบบสังเกตพฤติกรรมผู้ใช้บริการ โดยบันทึกความนิยมของผู้ใช้บริการต่อบริการเสริมที่มีในแต่ละสถานี ด้วยการนับความถี่และความต่อเนื่องของการใช้งานโดยผู้วิจัยเป็นผู้เฝ้าสังเกต พร้อมทั้งเครื่องมือ checklist (ภาคผนวก ค.: ภาพที่ ค. 2)

3.4 ลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากศึกษาทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน ประวัติความเป็นมา และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานบริการน้ำมัน โดยแบ่งเนื้อหาในการค้นคว้าได้ดังนี้

- 1) กายภาพบริการเสริมของสถานบริการน้ำมันท้องถิ่น
- 2) กรณีศึกษาสถานบริการน้ำมันบนเส้นทางหลวง
- 3) ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่
- 4) พฤติกรรมที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า
- 5) กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างด้านกายภาพ (differentiation strategy)

3.4.2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากการเก็บข้อมูลโดยตรงของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่

การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในพื้นที่จริงเป็นหลัก ส่วนของผู้เช่าช่วงพื้นที่และผู้ให้บริการเป็นส่วนวิเคราะห์ร่วมกัน และเครื่องมือหลัก ๆ ที่ใช้เก็บข้อมูล มีดังนี้

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยเครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในพื้นที่ เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อศักยภาพความคล่องตัวของผู้ประกอบการในพื้นที่ และกระบวนการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างด้านกายภาพ บริการเสริมของสถานีสถานีน้ำมันในท้องถิ่น โดยรูปแบบ checklist คำถามจะเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหาร เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพของสถานีในพื้นที่ ในการสร้างความแตกต่าง

แบบสำรวจ ด้วยเครื่องมือแบบสำรวจกายภาพในพื้นที่ ด้วยการบันทึกรูปแบบการพัฒนากายภาพบริการเสริมในแต่ละพื้นที่ ทั้งสัดส่วนการใช้ประโยชน์พื้นที่ รูปแบบอาคารและรูปแบบการวางผังการใช้งาน โดยใช้ กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง การจดบันทึกแบบผังด้วยการวาดภาพอย่างง่าย (sketch drawing) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนากายภาพของบริการเสริมที่สัมพันธ์กับผู้ให้บริการ

แบบสังเกตการณ์ ด้วยเครื่องมือแบบสังเกตพฤติกรรมผู้ใช้บริการ โดยบันทึกความนิยมของผู้ใช้บริการต่อบริการเสริมที่มีในแต่ละสถานี ด้วยความถี่และความต่อเนื่องของการใช้งานจากบริการเสริมประเภทหนึ่งสู่อีกประเภทหนึ่ง โดยทั้งหมด 13 สถานี จะทำการบันทึกผู้ใช้บริการสถานีละ 60 คน ระยะเวลาตั้งแต่ 8.00 น. - 19.00 น. แบ่งเป็นพฤติกรรมช่วงเช้า ช่วงสาย ช่วงบ่าย และช่วงเย็น ช่วงละ 15 คนเฉลี่ยชั่วโมงละ 5 คน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการสร้างความแตกต่างของบริการเสริมที่จะตอบสนองต่อความนิยมของผู้ใช้บริการจริง

โดยช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการเปรียบเทียบผลการดำเนินการของสถานีสถานีน้ำมัน โดยเฉพาะการเก็บข้อมูลความนิยมของพฤติกรรมลูกค้า จะหลีกเลี่ยงช่วงเวลาที่มีอัตราการเข้าใช้บริการสถานีหนาแน่นกว่าปกติ (peak period) อาทิเช่น ช่วงเทศกาลวันหยุด

ติดต่อกันมากกว่า 4 วันขึ้นไป ทำให้เกิดปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับภูมิลำเนาเป็นจำนวนมาก ช่วงเทศกาลดังกล่าวมักเกิดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม มกราคม และเมษายน เป็นต้น ในช่วงเดือนปกติจะแจ่มแจ้งเป็นวันธรรมดาได้แก่ วันจันทร์-วันศุกร์ เป็นช่วงที่มีปริมาณการจราจรคงที่ จากกลุ่มลูกค้าผู้ใช้เส้นทางประจำในพื้นที่เพื่อการสัญจรทั่วไป โดยวันหยุดสุดสัปดาห์ที่ได้แก่ วันเสาร์ - วันอาทิตย์ เป็นช่วงที่มีปริมาณการจราจรเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากกลุ่มลูกค้าที่เดินทางท่องเที่ยวหรือกลับภูมิลำเนาใกล้เคียงจากเมืองกรุงเทพฯ ฯ สู่อำเภอต่างจังหวัด และทยอยเดินทางกลับเข้าเมืองในเย็นวันอาทิตย์หรือเช้ามีวันจันทร์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552) ช่วงเวลาที่มีอัตราการเข้าใช้บริการสถานีในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จึงมีความเหมาะสมในการเก็บข้อมูล เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจากปริมาณลูกค้าผู้ใช้บริการสถานีอื่นจะแจ่มแจ้งเป็นลูกค้าชาว และชาวประจำที่มีพฤติกรรมการใช้เส้นทางที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเดินทางเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสถานีเบื้องต้นตลอดเส้นทางในช่วงเดือนสิงหาคม ในวันอังคาร วันพุธและวันศุกร์ เมื่อจำแนกกลุ่มกรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่จำนวน 13 สถานี จึงเดินทางเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกอีกครั้งในช่วงเดือนมีนาคม ในทุกวันอังคาร วันพุธและวันศุกร์ ช่วงเวลา 8:00 - 19:00 น.

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในพื้นที่จริงเป็นหลัก ส่วนของผู้เช่าช่วงพื้นที่และผู้ใช้บริการเป็นส่วนสนับสนุน และเครื่องมือหลัก ๆ ที่ใช้วิเคราะห์ มีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยเครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ ในการสร้างความแตกต่าง

โดยเรียบเรียงข้อมูลเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ (visions) กับปัจจัยทรัพยากรการบริหารแล้ววิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมด้วย วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (product life cycle) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์กับกลยุทธ์การดำเนินงานโดยผู้บริหาร

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 2 แบบสำรวจกายภาพในพื้นที่และแบบสังเกตพฤติกรรม ผู้ใช้บริการ โดยบันทึกความนิยมของผู้ใช้บริการต่อบริการเสริมที่มีในแต่ละสถานี เพื่อนำไปสู่ การวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาด้านกายภาพของบริการเสริมที่สัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

โดยเรียบเรียงปัจจัยทางกายภาพและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบริการเสริมที่ ก่อให้เกิดรายได้ กับบริการเสริมที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้งาน องค์รวมและรูปแบบของการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการในพื้นที่ที่สุด ด้วยการทำ mapping, diagram, ร้อยละสัดส่วนพื้นที่ และสถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 3 จากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 1 และ 2 นำผล การวิเคราะห์ทั้งสองส่วนระหว่างกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ และความต้องการในพื้นที่จริง มาหารูปแบบการพัฒนากายภาพบริการเสริมเพื่อสร้างความแตกต่างที่เหมาะสมที่สุดในการ ตอบสนองผู้ใช้บริการ และการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งมีการตรวจสอบข้อมูล โดยใช้ เทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสา (triangulation technique) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) วิธีการตรวจสอบดังกล่าวมักจะนิยมใช้กับข้อมูลเชิงคุณภาพ แบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

1) data triangulation คือการตรวจสอบว่าข้อมูลที่หามา สรุปรวมเชื่อถือได้หรือไม่ จากการศึกษาข้อมูลมาจากหลาย ๆ แหล่งที่มา นำมาเปรียบเทียบและเรียงเรียงกันว่าตรงกันหรือไม่ มีข้อขัดแย้งอะไรกันหรือไม่ ซึ่งวิธีนี้เหมาะสมกับการนำไปใช้ใน case study

2) theory triangulation หมายถึง การใช้มุมมองของทฤษฎีต่าง ๆ มาพิจารณาข้อมูล ชุดเดียวกัน

3) methodological triangulation หมายถึงการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากการ เก็บข้อมูลหลายวิธีการ

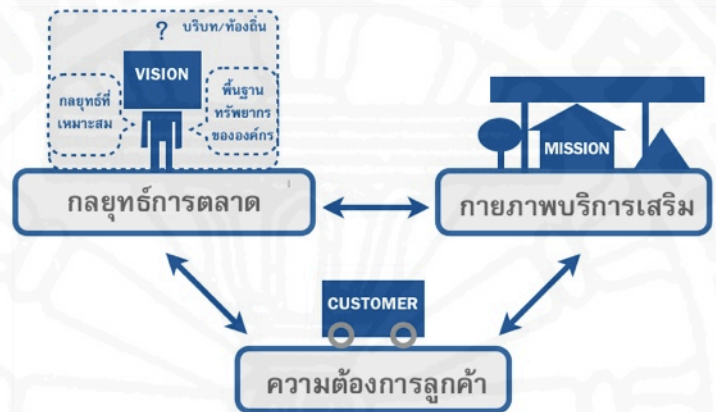
4) Investigator triangulation เป็นการตรวจสอบตัวนักวิจัยด้วยกันเองโดยการให้ ผู้วิจัยหลายคนออกไปหาข้อมูล ภายใต้สภาวะเดียวกัน แล้วเอามารวบรวมดูว่าแต่ละคนได้ข้อมูล เหมือนและต่างกันอย่างไร

ซึ่งในงานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการตามประเภทที่ 3 (methodological triangulation) คือ เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บหลายวิธีการ เชื่อมโยงหาความเที่ยงตรง และเหมาะสม ระหว่างข้อมูลสัมภาษณ์ ข้อมูลสังเกตพฤติกรรม และข้อมูลผังกายภาพพื้นที่ดังภาพที่ 3.1 ซึ่ง

ถ้าหากข้อมูลจากปัจจัยทั้ง 3 ส่วนไม่สอดคล้องกันสถานะนั้นจะมีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาในการพัฒนาบริการเสริมและการบริหารจัดการที่มีปัญหาเชิงผลประกอบการ

ภาพที่ 3.1

ปัจจัยที่มีการวิเคราะห์เชื่อมโยงด้วยเทคนิค 3 เสา



หมายเหตุ: จัดทำโดยผู้วิจัย.

สำนักหอสมุด