

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในจังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

1. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการธุรกิจรถยนต์มือสอง ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่
 - 1.1 ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน 27 ราย ที่จดทะเบียนนิติบุคคล (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดจันทบุรี, 2556 : ไม่ปรากฏเลขหน้า)
 - 1.2 ผู้ทำงานในวงการไฟแนนซ์ โดยเป็นบริษัทไฟแนนซ์ที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน 15 ราย
 - 1.3 ผู้ซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อและใช้รถยนต์มือสอง จำนวน 373 ราย (สำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี, ออนไลน์, 2556)
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี คือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในแต่ละด้าน ประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะให้ข้อมูล จำนวน 26 คน ประกอบด้วย
 - 2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) จำนวน 21 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน ดังนี้
 - 2.1.1 ตัวแทนจาก หจก. ทรัพย์บูรพาlixซึ่ง จำกัด
 - 2.1.2 ตัวแทนจาก PTM Group เต็นท์รถเนินสูง จันทบุรี
 - 2.1.3 ตัวแทนจากร้านบอลแหล่งรถ

- 2.1.4 ตัวแทนจากร้านรถบ้านมือสองจันทบุรี
- 2.1.5 ตัวแทนจากเต็นท์รถเล็กสาขลา
- 2.1.6 ตัวแทนจากเต็นท์รถสมบัติ เขาไร่ยา
- 2.1.7 ตัวแทนจากเต็นท์รถปลั้ปลา
- 2.2 ผู้ทำงานในวงการไฟแนนซ์ จำนวน 7 คน ดังนี้
 - 2.2.1 ตัวแทนจากบริษัท ช.ทีเอ็ม ลิซซิ่ง จำกัด
 - 2.2.2 ตัวแทนจากบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์
 - 2.2.3 ตัวแทนจากบริษัท ศรีสวัสดิ์เงินติดล้อ
 - 2.2.4 ตัวแทนจากบริษัท กรุงไทยอโต้ลิซ จำกัด
 - 2.2.5 ตัวแทนจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา (กรุงศรี Car for cash)
 - 2.2.6 ตัวแทนจากธนาคารชนชาติ (Cash your car)
 - 2.2.7 ตัวแทนจากธนาคารไทยพาณิชย์ (My car my cash)
- 2.3 ผู้ซื้อรถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน (ไม่ประสงค์ออกนาม)
3. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จำนวน 5 คน ดังนี้
 - 3.1 ตัวแทนจาก หจก. ทรัพย์บูรพาลิซซิ่ง จำกัด
 - 3.2 ตัวแทนจาก PTM Group เต็นท์รถเนินสูง จันทบุรี
 - 3.3 ตัวแทนจากร้านบอลแหล่งรถ
 - 3.4 ตัวแทนจากเต็นท์รถเล็กสาขลา
 - 3.5 ตัวแทนจากเต็นท์รถปลั้ปลา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

1. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกถึงเรื่องผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลต่อตลาดรถยนต์มือสองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อ้างอิงจากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของสชิฟแมน และ คาร์ นัค (Schiffman and Kanuk, 2010 : 36 - 37) ที่ แสดงให้เห็น ถึงปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงมีการเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมของผู้บริโภค ในรูปแบบกระบวนการ 3 ชั้น ได้แก่ ชั้นปัจจัยนำเข้า (Input) ชั้นกระบวนการ (Process) และชั้นผลลัพธ์ (Output) และแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยแนวประเด็นการสัมภาษณ์มีความครอบคลุมเนื้อหา

ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและใช้แนวการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เหมือนกันทั้งหมด สามารถแยกประเด็นได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. ภูมิลำเนา
6. อาชีพ
 - 6.1 ตำแหน่ง
 - 6.2 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ
7. รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายรถคันแรก

1. ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขต่าง ๆ ของนโยบายรถคันแรกอย่างไรบ้าง
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับระยะเวลาในการดำเนินนโยบายรถคันแรก
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับกระบวนการในการยื่นเอกสารเพื่อเข้าร่วมโครงการนโยบายรถคันแรก
4. ท่านมีมุมมองเกี่ยวกับการคืนภาษีของนโยบายรถคันแรกอย่างไร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสอง

1. ท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร
2. ท่านคิดว่าเพื่อนและกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่าครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านคิดว่าสถานภาพทางสังคม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

5. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และบทบาท มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

6. ท่านคิดว่าการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของรถยนต์มือสอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

7. ท่านคิดว่าการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายรถคันแรก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

8. ท่านคิดว่าค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

9. ท่านคิดว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสอง มีแรงจูงใจที่นำไปสู่เป้าหมายที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 4 ผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจรถยนต์มือสอง

1. ท่านคิดว่าการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากนโยบายรถคันแรกหรือไม่ อย่างไร

2. ท่านคิดว่านโยบายรถคันแรกส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงราคารถยนต์มือสองหรือไม่ และมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลง อย่างไรบ้าง)

3. ท่านคิดว่านโยบายรถคันแรกส่งผลกระทบต่อการเติบโตหรือหดตัวของธุรกิจรถยนต์มือสองหรือไม่ อย่างไร

3.1 จำนวนรถที่ขายออก เพิ่มขึ้นหรือลดลง อย่างไรบ้าง

3.2 รายได้ต่อคัน และรายได้ต่อเดือน เพิ่มขึ้นหรือลดลง อย่างไรบ้าง

4. ท่านคิดว่านโยบายรถคันแรกส่งผลกระทบต่อการจัดไฟแนนซ์หรือไม่ อย่างไร

4.1 ความแตกต่างของดอกเบี้ยระหว่างรถยนต์ใหม่และรถยนต์มือสอง

4.2 ลูกค้ำที่มาจัดไฟแนนซ์มีรายได้ต่อเดือนที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร

4.3 ลักษณะลูกค้ำที่แตกต่างกัน (ลูกค้ำที่ซื้อรถยนต์ใหม่และลูกค้ำที่ซื้อรถยนต์มือสอง)

ส่งผลกระทบต่อประเมินการยื่นเรื่องจัดไฟแนนซ์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 5 แนวทางการแก้ปัญหา / รับมือ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์มือสอง ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็นเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interview) ใช้แนวคำถามที่สร้างขึ้นเองเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลเป็นรายบุคคล และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมการก่อนดำเนินการวิจัย

1.1 ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการวิจัย โดยการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทางด้านวิชาการต่าง ๆ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เอกสารทางวิชาการ บทความต่าง ๆ วารสาร ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และบทความงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 สร้างแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interview) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยแล้วนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม

2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน ผู้ทำงานในวงการไฟแนนซ์ จำนวน 7 คน และผู้ซื้อรถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี รวมทั้งสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และกระบวนการวิจัย

2.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ คือ

2.2.1 ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะขออนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์เรื่องยินยอมให้บันทึกเสียงการสนทนา และเผยแพร่ข้อมูลในงานวิจัย

2.2.2 ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interview) คือ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน ผู้ทำงานในวงการไฟแนนซ์ จำนวน 7 คน และผู้ซื้อรถยนต์มือสอง จำนวน 7 คน รวมเป็นจำนวน 21 คน (ไม่ได้ดำเนินการภายในวันเดียวครบ จำนวน 21 คน เพราะข้อจำกัดด้านเวลา จะนัดพบเพื่อสัมภาษณ์ตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก) โดยการวิจัยในครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลให้เป็นไปตามเทคนิคสามเส้า (Triangulation) คือ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการรถยนต์มือสองทั้งสามด้าน อันได้แก่ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง ผู้ทำงานในวงการไฟแนนซ์ และผู้ซื้อรถยนต์มือสอง ทำให้ข้อมูลที่ได้รับมาจากสามทาง ซึ่งตัวข้อมูลนั้นก็ยืนยันกันไปตามเนื้อหา

2.2.3 บันทึกการสนทนาในกระดาษและเครื่องบันทึกเสียง

2.2.4 ก่อนจบการสัมภาษณ์ (In - depth Interview) ผู้วิจัยจะมีการกล่าวสรุปสิ่งที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสนทนาคำว่า ๆ เมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์ ก็จะกล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูลที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้วิจัย

2.2.5 หลังการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำ ออกเป็นบทสนทนาที่เป็นตัวอักษร

2.2.6 จัดเนื้อหาที่ถอดความได้เป็นหมวดหมู่ พร้อมตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

2.3 ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง จำนวน 5 คน เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลต่อตลาดรถยนต์มือสอง ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็น เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้องจากการถอดเทป
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ดังนี้
 - 2.1 หลังการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจัดบันทึกข้อมูลไว้เป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเทปการบันทึกเสียงมาถอดเทปแบบคำต่อคำ ผู้วิจัยได้อ่านบทสัมภาษณ์หลาย ๆ รอบ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น และความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลต่อตลาดรถยนต์มือสอง
 - 2.2 หลังจากอ่านบทสนทนาแบบบรรทัดต่อบรรทัดแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ โดยนำข้อมูลที่มีความหมายเหมือนกันหรือคล้ายกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน
 - 2.3 ผู้วิจัยจัดประเด็นย่อยมารวบรวมเป็นกลุ่มเรื่องเดียวกัน เรียกว่าการสรุปประเด็นหลัก (Theme) เขียนอธิบายประเด็นเป็นความเรียงให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนที่ได้จากการสัมภาษณ์
 - 2.4 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 3 ราย
 - 2.5 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลต่อตลาดรถยนต์มือสอง ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ ไปทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ
 - 2.6 เขียนสรุปรายงานวิจัย อธิบาย เชื่อมโยง ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้กับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ออกมาเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากนโยบายรถคันแรกที่ส่งผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสอง