

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเพื่อความงามบนใบหน้า กรณีศึกษา กลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การตรวจสอบข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะสอดคล้องตามแนวคิดของ Boddy (2016) ซึ่งระบุว่า การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพที่จะได้ข้อมูลที่อิมตัว ควรมีขนาดตัวอย่าง 12 คน โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการที่เคยเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 24 คน

3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบสโนบอลล์ (Snowball Sampling) โดยจะเลือกผู้ใช้บริการที่เคยเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี แล้วถามตัวอย่างนั้นเพื่อให้ช่วยเสนอรายชื่อตัวอย่างที่มีลักษณะดังกล่าวต่อไปอีก เป็นการเลือกตัวอย่างแบบบอกต่อรวมทั้งหมด 24 คน ประกอบด้วยผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย 12 คน และเพศหญิง 12 คน

3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form)

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interviews) หรือบางครั้งนิยมเรียกว่าการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) โดยเปิดช่องว่างผู้ให้

ข้อมูลหลักตอบได้อย่างอิสระ (ชาย โปธิสิตา, 2554: 239-244) ทำให้ได้คำตอบที่ละเอียดตามประสบการณ์ที่เคยเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าของแต่ละบุคคล

3.3.2 การจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยมีการจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยได้ทำการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลัก (Creswell, 2009: 179-180) เพื่อรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนตามประเด็นหลักในการศึกษาในระหว่างดำเนินการวิจัย

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 วิเคราะห์ปัญหาของงานวิจัย เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.4.2 ศึกษาค้นคว้าความรู้ทางวิชาการ และสร้างแบบสัมภาษณ์ตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสัมภาษณ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps แล้วจึงประมวลผลเป็นข้อคำถาม โดยมีลักษณะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี

3.4.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ตรวจแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้องและเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้เหมาะสมตามคำแนะนำ

3.4.4 การทดลองใช้กับผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับผู้ให้บริการที่เคยเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี ที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 4 คน (Guillemin, Bombardier and Beaton, 1993) เพื่อพิจารณาความเข้าใจของภาษาและประโยคสัมภาษณ์ ความยากง่ายของคำที่ใช้ รูปแบบภาษา แล้วนำไปปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สื่อความหมายของคำถามได้ตรงตามที่ต้องการมากขึ้นโดยนำเสนอและปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.5 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ในขั้นสุดท้าย การเรียบเรียงลำดับคำถาม การใช้ภาษา ตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหาเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่เคยเข้ารับการศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี

3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.5.1 ผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้า โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมกับส่งโครงสร้างคำถามให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีโอกาสเตรียมตัวล่วงหน้า

3.5.2 ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการตามแบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ไม่เกิน 1 ชั่วโมง โดยผู้วิจัยได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการจากประสบการณ์ที่เคยผ่านการเข้ารับการศัลยกรรมความงามบนใบหน้าในจังหวัดอุบลราชธานี พร้อมกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และผู้วิจัยจะคอยซักคำถามในกรณีที่คำตอบหรือสิ่งที่ตอบมาไม่ชัดเจนหรือผู้วิจัยต้องการรายละเอียดมากยิ่งขึ้น และมีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.5.3 ผู้วิจัยได้ถอดเทป พิมพ์รวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์และนำส่งกลับให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง

3.5.4 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ ตีความ สรุปเนื้อหาและจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ส่วนประกอบการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเพื่อความงามบนใบหน้า

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีหัวข้อการสัมภาษณ์ที่ประกอบไปด้วยส่วนประกอบการตลาดบริการ 7 ด้าน (Kotler, 1997) ได้แก่

3.6.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

3.6.1.2 ด้านราคา (Price)

3.6.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.6.1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.6.1.5 ด้านบุคคล (People)

3.6.1.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.6.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)

3.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.7 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

3.7.1 การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการจดบันทึกภาคสนามมาตีความและเรียบเรียงเพื่อถามย้อนกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้งเพื่อยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูล จากนั้นได้กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ทั้งด้านภาษา เนื้อหา โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ การเก็บรักษาข้อมูล รวมถึงการขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และบันทึกเทป

3.7.2 การตรวจสอบด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation) การตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) (สุภางค์ จันทวานิช, 2553: 128-130) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และแม่นยำ ดังนี้

3.7.2.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นั้นถูกต้องหรือไม่ ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลได้แก่ แหล่งเวลา คือ ข้อมูลที่ได้รับต่างเวลากัน

จะได้ข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ คือ ถ้าได้ข้อมูลต่างสถานที่กันจะได้ข้อมูลที่เหมือนเดิมหรือไม่ และแหล่งบุคคล คือ ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

3.7.2.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) ด้วยการใช้ผู้วิจัยหลายคนในการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3.7.2.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความของข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ 3 ขั้นตอน (Miles and Huberman, 1994) ดังนี้

3.8.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ผู้วิจัยดำเนินการจัดระเบียบของข้อมูล เช่น การปรับลด เพิ่ม หาข้อมูลใหม่จนได้ผลหรือข้อสรุป โดยจัดข้อมูลให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับข้อมูลตามกรอบแนวคิดที่ใช้ทำการศึกษารั้งนี้ เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ และสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้งานได้ง่ายขึ้น

3.8.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลดทอนข้อมูลมาจัดระเบียบและนำมาเรียงลำดับตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลังให้เป็นหมวดหมู่ด้วยวิธีการพรรณนาเพื่อง่ายต่อการนำข้อมูลมาสรุปในขั้นตอนต่อไป

3.8.3 การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมที่ได้นำมาทำการลดทอนข้อมูลและแสดงผลข้อมูลแล้ว เพื่อหาข้อสรุปหรือข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา รวมถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างและความสอดคล้องเพื่อให้ได้ประเด็นของการศึกษา