

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้กำหนดระเบียบวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลางอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.2 หน่วยประชากร (Population Unit)

หน่วยประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลางอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่แต่ละรายในช่วงระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.3 วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สามารถหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{ซึ่งการคำนวณและค่าต่างๆ แสดงได้ดังนี้}$$

ให้ N = จำนวนประชากรที่ต้องการศึกษาทั้งหมดในที่นี้หมายถึง
จำนวนผู้ประกอบการ = 2,311 คน

กำหนด e^2 = ระดับนัยสำคัญ = 0.05
(ทำให้มีระดับความเชื่อมั่น 95%)

n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด 340 คน

$$n = \frac{2311}{1 + 2311(0.05)^2}$$

$$= 340.98$$

≈ 341 คน

3.1.4 การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำบัญชีรายชื่อของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดกลางทั้งหมดจำนวน 1,777 ร้านค้า (ที่มา: ข้อมูลของตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ทำการศึกษา) ตามพื้นที่ๆ เก็บข้อมูล คือ บริเวณ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มเลือกตัวอย่าง (Purposive Sampling) ตามบัญชีรายชื่อของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดกลางทั้งหมดจำนวน 1,777 ร้านค้า (ที่มา: ข้อมูลของตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ทำการศึกษา) โดยใช้หลักการคำนวณจำนวนตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูล ตามสูตรของ **Taro Yamane (1967)** โดยทำการเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นจำนวน 341 ชุด

3.2 ข้อมูลที่ใช้ศึกษา

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลางอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลางที่เป็นกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ เอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้นจากการศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 341 ชุด

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended) และแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลาง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพนอกเหนือจากอาชีพค้าขาย ลักษณะการประกอบอาชีพที่นอกเหนือจากอาชีพค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการสั่งซื้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended) และแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นการรวบรวมข้อมูลการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลาง โดยจำแนกตามลักษณะการปรับตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ ด้านกระบวนการด้านการเมืองการปกครอง ด้านทัศนคติของร้านค้า และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลาง

3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวัดลำดับการแปลค่าความสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลาง การวิเคราะห์และสรุปผลการสำรวจ ให้ใช้ระดับคะแนนลักษณะความสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 5.00 จากนั้นนำผลคะแนนลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าเลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทแห่งหนึ่งของแต่ละด้านมาทำการแบ่ง 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การปรับตัว	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5 ระดับ	1	2	3	4	5

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลคะแนนลักษณะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแต่ละข้อคำถาม แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และจัดเรียงลำดับมาก/น้อย (Rating Scale) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดกลางของในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และทำการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ลำดับการแปลค่าปัจจัยด้านเศรษฐศาสตร์
4.21 – 5.00	มากที่สุด	เป็นการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก	เป็นการตัดสินใจซื้อ
2.61 – 3.40	ปานกลาง	เป็นการตัดสินใจซื้อปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย	เป็นการตัดสินใจซื้อน้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด	เป็นการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการจัดเรียงลำดับความมาก/น้อย (Rating Scale) เพื่อทำการแปลผลข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1, 2 และ 3 พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์การเมืองแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนจำหน่ายสินค้าโดยมีค่า Chi-Square เป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับสมมุติฐานทางสถิติที่กำหนดไว้