

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัว ปัญหา อุปสรรคและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในการประกอบอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็กเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมกับศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้น (Primary data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากประชากรโดยตรงจากการใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
2. ข้อมูลขั้นที่สอง (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสารต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็กและผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ได้แก่

1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่เสียภาษีโรงเรือนและที่ดิน โดยสอบถามจากเทศบาลตำบล จำนวน 12 ตำบลในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจะทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดคุณสมบัติ คือ ประกอบอาชีพมาไม่น้อยกว่า 5 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่เป็นผู้จัดการและขายสินค้าเอง ตำบลละ 2 ราย เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 24 ราย

2. ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 120 คน ได้จากการสุ่มโดยใช้วิธีการกำหนดช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. จำนวน 24 ร้าน ร้านละ 5 คน โดยเก็บพร้อมกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ได้แก่ วุฒิกการศึกษา ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เวลาเปิด-ปิดร้าน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ได้แก่ จุดแข็งจุดอ่อนของร้าน ผลกระทบในด้านต่างๆ กลุ่มเป้าหมาย อำนาจการต่อรองผู้บริโภคและผู้จำหน่าย เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ได้แก่ คำถามที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของธุรกิจ ได้แก่ ด้านการตลาด การเงิน การจัดซื้อ การจัดการ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในอนาคตของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก เช่น แนวคิดการกำหนดเป้าหมาย แนวโน้มของธุรกิจในอนาคต การปรับตัวเพื่อความอยู่รอด เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการประกอบอาชีพร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

2. แบบสอบถาม สำหรับผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ได้แก่ การซื้อสินค้าบ่อยเพียงใด ซื้อสินค้าประเภทไหน ซื้อช่วงเวลาใด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดเล็กของผู้บริโภค ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอเกี่ยวกับลักษณะของร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคต้องการ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม รวมถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์ รวมถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสร้างสัมภาษณ์และแบบสอบถามตามแนวทางที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้า ให้ครอบคลุมความคิดเห็นในด้านต่างๆ ที่ต้องการศึกษา
2. เสนอแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของข้อคำถาม
3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
4. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการธุรกิจร้านค้าปลีก
5. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
6. ลงมือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอความร่วมมือผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือ โดยอธิบายและชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการวิจัย วิธีการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งกำหนดวันและเวลาเก็บข้อมูลแก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ
3. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบอาชีพ จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา โดยแยกประเด็นออกเป็นส่วนต่างๆ บรรยายตามประเด็นที่ศึกษา

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลผลค่าเฉลี่ยที่ได้ ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
มาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2548, หน้า 77)

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	น้อยที่สุด

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

- | | |
|---|--|
| 1.รองศาสตราจารย์ ดร. เกียรติสุดา ศรีสุข | อาจารย์ประจำสาขาวิชาประเมินผลและ
วิจัยทางการศึกษา |
| 2.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรี รูปวิเชียร | อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ |