

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ระเบียบวิธีการศึกษามีดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเรื่องนี้คือเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ภาครัฐ ภาคองค์กรและภาคเอกชน ต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยขอบเขตเนื้อหาที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix) ประกอบด้วย 6Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และการนำเสนอบริการ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ แบ่งเป็น 3 กลุ่มประกอบด้วยกลุ่มหน่วยงาน ภาครัฐ กลุ่มหน่วยงานภาคองค์กร และ กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ทั้งหมดในจังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ คือ หน่วยงานภาครัฐในแต่ละหน่วยงานในจังหวัดสมุทรสาครทั้งสิ้น ประกอบด้วย พัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร พาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร เกษตรจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร สหกรณ์จังหวัดสมุทรสาคร อุตสาหกรรมจังหวัด การค้าภายในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 8 ราย
2. กลุ่มหน่วยงานภาคองค์กร คือ องค์การบริหารสภาหอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร และองค์การบริหารสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2 ราย
3. กลุ่มภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยอำเภอเมือง จำนวน 31 ราย อำเภอกระทุ่มแบน จำนวน 34 ราย อำเภอบ้านแพ้ว จำนวน 8 ราย รวมทั้งสิ้น 73 ราย (ไทยตำบล ดอท คอม, 2553 : ออนไลน์)

### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่างจากประชากรโดยแบ่งได้เป็น ดังนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จะมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยเลือกเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวข้องกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ราย คือ พัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร พาณิชยจังหวัดสมุทรสาคร สหกรณ์จังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร
2. กลุ่มหน่วยงานภาคองค์กร คือ องค์การบริหารสภาหอการค้าจังหวัดสมุทรสาครและองค์การบริหารสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2 ราย โดยไม่มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. กลุ่มภาคเอกชนในการศึกษาครั้งนี้รวมทั้งสิ้นจำนวน 73 ราย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้

$$n = \frac{NZ^2pq}{[e^2(N-1) + Z^2pq]}$$

- เมื่อ
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
  - N = จำนวนประชากร
  - p = สัดส่วนของปัญหา มีค่าเท่ากับ 0.5 (โดยกำหนดให้มีค่าสูงสุด)
  - q = 1-p มีค่าเท่ากับ 0.5
  - Z = ระดับความเชื่อถือได้ มีค่า 1.96
  - e = ค่าความคลาดเคลื่อน มีค่าเท่ากับ 0.1

จากการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 42 ราย จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แล้วเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากร รวมทั้งสิ้น 42 ราย ดังนี้ อำเภอเมือง จำนวน 18 ราย อำเภอกระทุ่มแบน จำนวน 20 ราย อำเภอบ้านแพ้ว จำนวน 4 ราย

จากนั้นผู้ศึกษาจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างประชากรตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปจัดเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

#### 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้

แบบสอบถามจากกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มหน่วยงานภาคองค์กรและกลุ่มภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสมุทรสาคร

#### 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์

เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดย

ออกแบบสอบถามเป็น 2 ชุด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

**ชุดที่ 1** แบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มหน่วยงานราชการและภาคองค์กร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ชื่อ-สกุล สถานที่ทำงาน เพศ อายุ สถานะ/บทบาทของท่านในหน่วยงาน/องค์กร ประสบการณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก ประกอบด้วย 6Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และการนำเสนอบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

**ชุดที่ 2** แบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษารายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ ประเภทธุรกิจ สินค้าที่จำหน่ายมี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ขนาดพื้นที่ ราคาพื้นที่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก ประกอบด้วย 6Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และการนำเสนอบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงปริมาณ จัดหมวดหมู่ และทำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพ แนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผล การศึกษานำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
  2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก 6Ps โดยแบ่งระดับวัดความคาดหวังออกเป็น 5 ระดับ โดย คาดหวังมากที่สุด หมายถึง ความต้องการมากที่สุด (5 คะแนน) คาดหวังมาก หมายถึง ความต้องการมาก (4คะแนน) คาดหวังปานกลาง หมายถึง ความต้องการปานกลาง (3 คะแนน) คาดหวังน้อย หมายถึง ความต้องการน้อย (2 คะแนน) และ คาดหวังน้อยที่สุด หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด (1 คะแนน)
  3. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
  4. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก 6Ps โดยแบ่งระดับวัดความต้องการออกเป็น 5 ระดับ คือ ต้องการมากที่สุด (5 คะแนน) ต้องการมาก (4คะแนน) ต้องการปานกลาง (3 คะแนน) ต้องการน้อย (2 คะแนน) และต้องการน้อยที่สุด (1 คะแนน)
- ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76-77)

ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
น้อย	1.50 – 2.49
น้อยที่สุด	1.00 – 1.49

**สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มหน่วยงานภาคองค์กรและกลุ่มภาคเอกชน จะดำเนินการที่สำนักงานหน่วยงานภาครัฐ ภาคองค์กร และแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชน

**ระยะเวลาในการศึกษา**

การศึกษานี้เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – ตุลาคม ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือนสิงหาคม 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved