

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการศึกษารั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมส้มเขียวหวานในเขตพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคส้มเขียวหวานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่บริโภคส้มเขียวหวานที่ผลิตในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 22 รายจากประชากรกลุ่มที่ 1

2) กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 100 รายจากประชากรกลุ่มที่ 2

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามซึ่งข้อมูลมีดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลด้านผู้ประกอบการ ประกอบด้วยรายละเอียด 4 ส่วนดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการปฏิบัติงานในมุมมองทั้ง 4 ด้าน
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการให้ความสำคัญของมุมมองทั้ง 4 ด้าน
 - ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการนำมุมมองทั้ง 4 ด้านไปใช้ในการดำเนินงาน
- 2) ข้อมูลด้านผู้บริโภค ประกอบด้วยรายละเอียด 3 ส่วนดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวาน
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานที่ผลิตในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลของหน่วยงานต่างๆทั้งของรัฐและเอกชนที่มีการรวบรวมไว้แล้ว เช่นจาก หนังสือด้านเศรษฐกิจ สิ่งพิมพ์ต่างๆ จากห้องสมุด หน่วยงานราชการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลจากรายงานการศึกษา และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง

3.3 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อทราบระดับของ บาลานซ์ สกอร์การ์ด ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและการนำแนวคิดแบบบาลานซ์ สกอร์การ์ด ไปใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานภายในองค์กร

1) **ข้อมูลที่ใช้** ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 22 ราย

2) **วิธีวิเคราะห์ข้อมูล** ซึ่งแยกการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์การให้ความสำคัญและการนำบาลานซ์ สกอร์การ์ด ไปใช้ในการประเมินการดำเนินงานของอุตสาหกรรมส้มเขียวหวาน ตามวิธีดังนี้

1) กำหนดรายละเอียดของความสำคัญและการนำไปใช้ในแต่ละมุมมองที่ใช้สำหรับประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรตามแบบบาลานซ์ สกอร์การ์ด ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายละเอียดความสำคัญและการนำไปใช้ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในมุมมองในต่างๆตามแบบการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรตามแนวคิดแบบบาลานซ์ สกอร์การ์ด

มุมมอง	ความสำคัญในแต่ละด้าน	รายละเอียด
มุมมองทางการเงิน	การวัดผลการดำเนินงานจากตัวเลขรายได้ในแต่ละปี	การประเมินผลกำไร(ขาดทุน)สุทธิ
	การจัดทำระบบบัญชี	มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย
มุมมองทางด้านลูกค้า	จำนวนลูกค้าใหม่	จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น
	การรักษาลูกค้าเดิม	จำนวนลูกค้าประจำที่มาซื้อสินค้า
	ความพอใจของลูกค้า	ความพอใจของลูกค้าในตัวสินค้า
มุมมองทางด้านการกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร	คุณภาพของสินค้า	ร้อยละของผลผลิตที่แยกตามเกรด
	ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต	ระยะเวลาการผลิตส้มเขียวหวานที่เหมาะสม
	ต้นทุนในการผลิตสินค้า	จำนวนต้นทุนในการผลิตต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตได้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

มุมมองทางด้านชุมชน	ความมีส่วนร่วมขององค์กรในชุมชน	ระดับการมีส่วนร่วมในการจ้างแรงงานในชุมชนและการปฏิบัติตามกฎหมายการจ้างแรงงานต่าง
		ระดับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน
		ระดับการมีกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของชุมชน
		ระดับการตระหนักถึงผลกระทบด้านมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม
		ระดับการมีความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน

ที่มา : ปรับปรุงจาก ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2545:253); พสุ เดชะไพรินทร์ (2544:100)

2) กำหนดให้มีคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนนในการให้คะแนนความสำคัญและการนำไปใช้โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับคะแนน 1	หมายถึง การดำเนินงานข้อนี้ไม่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร
ระดับคะแนน 2	หมายถึง การดำเนินงานข้อนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรเล็กน้อย
ระดับคะแนน 3	หมายถึง การดำเนินงานข้อนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรปานกลาง
ระดับคะแนน 4	หมายถึง การดำเนินงานข้อนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรมาก
ระดับคะแนน 5	หมายถึง การดำเนินงานข้อนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของท่านมากที่สุด

3) นำตัวชี้วัดของแต่ละมุมมองนั้นมาเปรียบเทียบกันแล้วนำมาจัดเป็นลำดับบาลานซ์ สกอร์ การ์ดโดยนำคะแนนที่ได้จากข้อที่ 2) มาเรียงโดยให้ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดได้ลำดับที่ 1 และเรียงคะแนนของตัวชี้วัด ลดระดับไปเรื่อย ๆ จนถึง ลำดับที่ 10 ตัวชี้วัดที่มีคะแนนอยู่ในระหว่างลำดับที่ 1 ถึง 5 นั้น จะเป็นตัวชี้วัดที่ผู้ประกอบการได้สนใจและให้ความสำคัญเป็นอย่าง

มากในการนำตัวชี้วัดนั้น ๆ ไปใช้ สำหรับตัวชี้วัดที่อยู่ลำดับที่ 6 ถึง 10 จะเป็นตัวชี้วัดที่ผู้ประกอบการสนใจและนำตัวชี้วัด ดังกล่าวไปใช้น้อยแต่ สำหรับ ตัวชี้วัดที่ไม่มีคะแนนอยู่ในระหว่าง ลำดับที่ 1 ถึง 10 นั้นแสดงว่าผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญและใช้ตัวชี้วัดนั้นในการวางแผนการดำเนินการขององค์กรเลย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อส้มเขียวหวานที่ผลิตในเขตพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่ใช้ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ราย

2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแยกการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์การให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวาน โดยกำหนดปัจจัยในด้านต่างๆคือ

- 1) ด้านตัวสินค้า ได้แก่ รสชาติ คุณภาพ คุณประโยชน์ของส้มเขียวหวาน หรือตราที่ออกจากผู้ประกอบการต่างๆ
- 2) ด้านราคา ได้แก่ระดับราคาที่จำหน่ายทั่วไป ราคาถูกเมื่อเทียบกับผลไม่ชนิดอื่นๆ

3) ด้านแหล่งจัดจำหน่าย ได้แก่สถานที่จำหน่ายที่หาซื้อได้ง่าย

4) ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดหรือของแถม

5) ด้านข่าวสารข้อมูล ความปลอดภัยในการบริโภคจากสารเคมีต่างๆ

โดยเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อส้มเขียวหวานตั้งแต่ลำดับที่ 1-3 และนำลำดับความสำคัญที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาแปลผลตามลำดับคะแนน ดังนี้

- ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 เท่ากับ 3 คะแนนหมายถึงสำคัญมากที่สุด
- ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 เท่ากับ 2 คะแนนหมายถึงสำคัญปานกลาง
- ให้ความสำคัญเป็นอันดับ เท่ากับ 1 คะแนนหมายถึงสำคัญน้อย
- ไม่ได้เลือก เท่ากับ 0

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานที่ผลิตในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยให้เลือกว่าปัจจัยในด้านต่างๆว่ามีผลหรือไม่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อสัมเป็ยหวานหรือไม่วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูลและนำเสนอในรูปตารางร้อยละ