

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษาและวิธีวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้เฉพาะในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนตลาดทั้งสิ้น 22 แห่ง โดยเลือกศึกษาตลาดสดลำดับศักดิ์ที่ 2 และ 3 (วิไลรัตน์ เสียมภักดี, 2544) และเนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดสดมีหลายรูปแบบทั้งผู้ขายที่มีแผงประจำ หาบเร่ แผงลอย ในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นไปที่ผู้ประกอบการที่มีแผงประจำเท่านั้น เพราะหากเกิดความไม่สมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการจะได้กลับไปซักถามเพิ่มได้อีกในภายหลัง และเนื่องจากต้องการศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์การศึกษาจึงยกเว้นที่จะไม่ศึกษาตลาดวโรรส เนื่องจากเป็นตลาดสดที่มีผู้ซื้อเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยคือ พ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดที่ดำเนินกิจการภายในตลาด โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ด้านคือ

- 1) ด้านประชากรศาสตร์ ศึกษาถึงลักษณะพื้นฐานโดยทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องอายุ เพศ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส
- 2) ด้านเศรษฐกิจ ศึกษาถึงสภาพเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในเรื่องของต้นทุนสินค้า ปริมาณการขายในแต่ละวัน ค่าเช่าแผง รายได้โดยเฉลี่ยจากการขายสินค้าในแต่ละวัน กำไรประเภทของสินค้าที่ขาย
- 3) ด้านผลกระทบจากการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ
 - ผลกระทบทางด้านกายภาพ ได้แก่ การปรับปรุงรูปแบบของแผงหรือร้านให้ทันสมัย สะอาด และมีความสะดวกในการเลือกสินค้า
 - ผลกระทบทางด้านสังคม ได้แก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพ่อค้าแม่ค้า การเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพใหม่ ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน
 - ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ต้นทุนของสินค้า ปริมาณการขาย ขบวนการซื้อมาและขายไป สภาวะการแข่งขัน รายได้ กำไร

3.2 วิธีการวิจัย

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลขั้นปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จาก 2 แหล่งคือ
 - ก. ข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจภาคสนามเพื่อสังเกตสภาพพื้นที่จริง และกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่
 - ข. ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการภายในตลาดสุเทพถึงสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ รวมถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปแบบสินค้า บริการ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่าย โดยจะเป็นข้อมูลหลักสำหรับนำไปวิเคราะห์ถึงผลกระทบและการปรับตัวของผู้ประกอบการ
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม การค้นคว้าจากเอกสาร โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัย งานสัมมนา วารสาร รายงาน เอกสารการแถลงข่าว จากสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ จากสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดคณะสังคมศาสตร์ ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจ ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ รวมไปถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1) ประชากร ประชากรของการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในตลาดสด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 ตลาด คือ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดหนองหอย ตลาดศิริวัฒนา ตลาดสุเทพ ตลาดสันป่าข่อย ตลาดบ้านท่อ ตลาดมิ่งเมือง และตลาดบริบูรณ์ (ตาราง 3.1)

- 2) กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการที่มีแผงประจำในตลาดสด โดยใช้ประชากรเป้าหมายร้อยละ 95 จำนวน ซึ่งได้จากการคำนวณโดยสูตรที่ใช้คือ

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

E = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งโดยทั่วไปกำหนดไว้ 0.05

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดของตลาดสด

ชื่อตลาด	ปี พ.ศ. ที่ก่อตั้ง	ที่ตั้ง	จำนวนแผง	ขนาดตลาด
ประตูเชียงใหม่	2500	ถนนพระปกเกล้า	387	ขนาดใหญ่
หนองหอย	2503	455 ลำพูน ต.วัดเกต	174	ขนาดใหญ่
ศิริวัฒนา	2520	193 โชตนา ต.ช้างเผือก	169	ขนาดใหญ่
สุเทพ	2525	99/99 สุเทพ ต.สุเทพ	212	ขนาดใหญ่
สันป่าข่อย	2510	149 ท่าสะท้อน ต.วัดเกต	251	ขนาดกลาง
มิ่งเมือง	2513	163 มุลเมือง ต.ช้างม่วย	39	ขนาดกลาง
บ้านท่อ	2525	ถนนป่าตัน ต.ป่าตัน	38	ขนาดกลาง
บริบูรณ์	2531	24/13 โชตนา ต.ช้างเผือก	34	ขนาดกลาง

ที่มา: งานสุขาภิบาลและอนามัย เทศบาลนครเชียงใหม่ (2548)

หมายเหตุ: จากการศึกษาขนาดของตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ของวิไลรัตน์ เสียมภักดี (2544) (พิจารณาจากตัวแปรทางด้านพื้นที่ พื้นที่อาคาร จำนวนผู้ประกอบการต่อการครอบครองแผงขายสินค้าในตลาดสด ประเภทของสินค้า และระยะเวลาในการบริการ)

3.2.3 สมมุติฐานการวิจัย

การขยายตัวและการแข่งขันอย่างรวดเร็วของธุรกิจการค้าปลีกข้ามชาติ ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการในตลาดสดทั้งในด้านกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ได้แก่ การปิดกิจการ การเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพใหม่ต้นทุนสินค้า ปริมาณขายในแต่ละวัน ขบวนการซื้อมาแล้วขายไป สภาพของการแข่งขัน รายได้ในแต่ละวัน และกำไร ทำให้ผู้ประกอบการในตลาดสดต้องมีการปรับตัวในด้านการปรับปรุงรูปแบบร้านค้า ลักษณะภายในร้าน ด้านการโฆษณา ด้านบุคลิกภาพของตนเอง ด้านลักษณะของสินค้า ด้านการจัดการบุคคล และด้านการขายสินค้า เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายในตลาดสด

3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เขตที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 ศึกษาด้านเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ต้นทุนสินค้า ปริมาณขายในแต่ละวัน ขบวนการในการซื้อสินค้ามาแล้วขายไป ค่าเช่าแผง รายได้โดยเฉลี่ยจากการขายสินค้าต่อวัน ประเภทของสินค้าที่ขาย และความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของตลาด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่เข้ามาเปิดกิจการในจังหวัดเชียงใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อตลาดสด โดยนำค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนความคิดเห็น โดยข้อความความคิดเห็นมีระดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แบ่งระดับปัญหาเป็น 5 ระดับ

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ช่วยในการประมวลผลข้อมูลที่เก็บได้จากการแจกแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้ออกมาคิดสัดส่วนเป็นร้อยละและหาค่าเฉลี่ย เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเข้ามาเปิดกิจการของธุรกิจการค้าปลีกข้ามชาติ รวมทั้งสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น ตลอดจนแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกต่างชาติได้ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) อธิบายลักษณะของข้อมูลที่ได้นำเสนอเป็นตาราง

- การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative method) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปที่เก็บรวบรวมได้ เช่น ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย โดยมีการให้คะแนนดังนี้

(1) ความคิดเห็นการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่มีผลต่อตลาดสด มีระดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ระดับของความคิดเห็น</u>
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ช่วงคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็น</u>
4.51 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.51 – 4.50	เห็นด้วย
2.51 – 3.50	ไม่แน่ใจ
1.51 – 2.50	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.50	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

(2) ปัญหา อุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แบ่งระดับปัญหาเป็น 5 ระดับ โดยอาศัยเครื่องมือการวัดระดับคุณสมบัติต่างๆ จะใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้

<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ระดับของปัญหา</u>
5	ประสบปัญหามากที่สุด
4	ประสบปัญหามาก
3	ประสบปัญหาปานกลาง
2	ประสบปัญหาน้อย
1	ไม่ประสบปัญหา

เกณฑ์การแปลความหมาย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย

4.51 – 5.00

3.51 – 4.50

2.51 – 3.50

1.51 – 2.50

1.00 – 1.50

ระดับของปัญหา

ประสบปัญหามากที่สุด

ประสบปัญหามาก

ประสบปัญหาปานกลาง

ประสบปัญหาน้อย

ไม่มีปัญหา

- การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ กับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติโดยใช้ Chi-Square Test และ t-Test

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved