

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ทางผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบประสานวิธี (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาเอกสาร ประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมแบบ PAIC (Participation Appreciation Influence Control) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) สำหรับกลุ่มผู้บริโภค แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 เพื่อสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบกับการสัมภาษณ์ แล้วจึงนำไปสอบถามกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการชุมชนจำนวน 400 ราย โดยใช้หลักของ Taro Yamane เพื่อศึกษาผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บข้อมูลจาก ผู้ประกอบการและลูกค้าที่ซื้อของฝากจังหวัดจันทบุรี ซึ่งระยะเวลาการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 – ตุลาคม 2566

การนำเสนอผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้ประกอบการ

(2) กลุ่มลูกค้าที่ซื้อของฝากจันทบุรี

การนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรีในช่วงโควิด-19 โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ตอนที่ 3 ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝาก จังหวัดจันทบุรี ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 2 ผลการตัดสินใจซื้อของฝากจากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ของกลุ่มลูกค้าที่ซื้อของฝากจังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ ลูกค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 การตัดสินใจซื้อของฝากจากจังหวัดจันทบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions)

ส่วนที่ 3 แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions)

การวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบท่อ ผู้ประกอบการ ธุรกิจธุรกิจขายของฝาก ที่เกิดขึ้นจะใช้ค่าร้อยละและความถี่ ก่อนจะให้ผู้ช่วยนักวิจัยออกไปสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาวิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และซักซ้อมแนวทางในแบบสอบถามให้ผู้ช่วยนักวิจัยเข้าใจ ซึ่งพอสรุปวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

(1) แนะนำและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ในการใช้เครื่องมือแก่ผู้เก็บรวบรวมข้อมูล

(2) ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลออกเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์และกรอกแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเพื่อศึกษาผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ว่าได้ผลอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 7 ขั้นตอน ดังนี้

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบประสานวิธี (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนี้

(1) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรีในช่วงโควิด-19 และผู้บริโภค

(2) ประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมแบบ PAIC (Participation Appreciation Influence Control) ครั้งที่ 1 ในประเด็นผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจในช่วงโควิด-19 ของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี กับกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภค ไม่น้อยกว่า 30 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) สำหรับกลุ่มผู้บริโภค

(3) ประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ครั้งที่ 2 โดยนำข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ครั้งที่ 1 และสรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

(4) วิเคราะห์ + สังเคราะห์ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 PESTEL (Kaplan & Norton, 2010) + SWOT (Wilson, 2002)

(5) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการและของผู้บริโภค โดยผ่านกระบวนการตรวจสอบจริยธรรมและทดสอบคุณภาพเครื่องมือ แล้วดำเนินการเก็บข้อมูล 400 ราย โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973) เพื่อนำมาสรุปเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การกำหนดโครงสร้างของคำถาม สำหรับนำไปใช้เป็นแบบสอบถาม โดยแยกโครงสร้างของคำถามออกเป็น 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการ

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่ซื้อของฝากจันทบุรี

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการ ได้มีการกำหนดโครงสร้างของคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วง โควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 3 แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions)

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่ซื้อของฝากจันทบุรี ได้มีการกำหนดโครงสร้างของคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อของฝากจากจังหวัดจันทบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions)

(6) ถ่ายทอดเทคโนโลยีผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝาก จังหวัดจันทบุรี ในช่วงโควิด-19

(7) วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ แล้วนำมาสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและ การหาค่าสถิติ ของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ ของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าของความคิดเห็นและความพึงพอใจ ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	/	พึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	/	พึงพอใจมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	/	พึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	/	พึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด	/	พึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความคิดเห็นและความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าคะแนนในแต่ละด้าน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายความว่า	เห็นด้วยมากที่สุด	/	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายความว่า	เห็นด้วยมาก	/	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายความว่า	เห็นด้วยปานกลาง	/	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อย	/	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อยที่สุด	/	พึงพอใจน้อยที่สุด

สรุป รายงาน และนำเสนอผลการวิจัย

การสรุป รายงาน และนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากการทดลอง และการตอบแบบสอบถาม ซึ่งทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยหาค่าสถิติได้แก่ ความถี่

(Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี