

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. วิธีการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการสร้างเครื่องมือ
4. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

จะทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

การศึกษาด้านการตลาด

ระเบียบวิธีการศึกษา :

1. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพของตลาดและแนวโน้มทางการตลาด
2. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย
 - ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
 - ด้านราคา (Price)
 - ด้านการจัดจำหน่าย (Place)
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ประกอบด้วย

- การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength)
- การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness)
- การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity)
- การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat)
- การวิเคราะห์ลูกค้า
- การวิเคราะห์การแข่งขัน

4. ศึกษากิจกรรมการขายจากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นข้อมูลในการประมาณการยอดขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

การศึกษาด้านเทคนิค

ระเบียบวิธีการศึกษา :

จะศึกษาเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การวางแผนผังสถานที่ การจัดผังองค์การ รูปแบบทางธุรกิจ ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประมาณการภาษีเงินได้ และการประมาณการค่าเสื่อมราคา

การศึกษาด้านการเงิน

ระเบียบวิธีการศึกษา :

จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด และการศึกษาข้อมูลด้านเทคนิค ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์ด้านการเงิน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. การคาดคะเนเงินลงทุนในโครงการ ประกอบด้วย

1.1 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ซึ่งเกิดขึ้นในปีที่ลงทุน

1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- ค่าเช่าพื้นที่
- ค่าซื้อสินค้ามาจำหน่าย
- ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ
- ค่าภาษีเงินได้

2. การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
3. การคาดการณ์กระแสเงินสด
4. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยหลักเกณฑ์และวิธีการที่ใช้ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR)

ขอบเขตประชากร

ประชากรเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ที่ตั้งร้านจำหน่ายบริเวณติดถนนพหลโยธิน ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 8 ราย จากการสำรวจ มกราคม 2549

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้า ณ ร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ที่ตั้งร้านจำหน่ายบริเวณติดถนนพหลโยธิน ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ราย

3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แหล่งข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการ

1. ออกแบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก จำนวน 8 ราย ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาวิธีการและเทคนิคในการดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาที่ประสบในการดำเนินงาน
2. ออกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ณ ร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ราย เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนด้านการตลาด และด้านเทคนิค โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience Sampling)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วารสาร แหล่งข้อมูลออนไลน์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการสร้างเครื่องมือ

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้ 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แนวทางสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ที่ตั้งร้านบริเวณติดถนนพหลโยธิน ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 8 ราย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิคการดำเนินงาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการเงิน

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์

ชุดที่ 2 แบบสอบถามลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการบริโภค / ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะเฉพาะของกิจการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมแต่ละด้าน โดยมีตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) น้อยที่สุด (1 คะแนน) คะแนนเฉลี่ยที่ได้จะนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

3.4 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูล ทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิแล้ว จะนำมาประมวลผล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก มาใช้ในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ในเขตตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น	■	■	■	■												
สร้างแนวทางสัมภาษณ์และแบบสอบถาม				■	■	■	■	■								
เก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม					■	■	■	■	■	■	■	■				
วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล									■	■	■	■	■	■	■	■
จัดทำและนำเสนอรายงาน													■	■	■	■