

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาต้านเคียวิน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อเสนอยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาต้านเคียวิน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
6. ขั้นตอนการดำเนินงานสร้างแผนยุทธศาสตร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 5 ร้าน ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน และลูกจ้างร้านละ 2 คน จำนวน 10 คน รวมทั้งหมด 15 คน อีกกลุ่มหนึ่ง คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ มีจำนวนเฉลี่ยเดือนละ 1,000 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 5 ร้าน ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน และลูกจ้างร้านละ 2 คน จำนวน 10 คน รวมทั้งหมด 15 คน อีกกลุ่มหนึ่ง คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 100 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2553 และช่วงเวลาในการศึกษา วันธรรมดา และวันเสาร์-อาทิตย์ รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยกำหนดเป็น 2 แบบ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

1. แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านการจัดการ ได้แก่ เวลาในการประกอบอาชีพ ประเภทของผู้จำหน่าย แนวทางด้านการจัดการแต่ละด้าน แหล่งการรับสินค้า สินค้าที่นิยมซื้อ มากที่สุดประเภทของลูกค้า การประสานงานกับหน่วยงานอื่น ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

2. แบบสอบถาม

แบบสอบถามในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เป็นการถามถึงปัญหา และข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดโครงสร้าง เนื้อหา ภายใต้คำปรึกษาของอาจารย์ควบคุมการค้นคว้าอิสระ

2. นำข้อมูลจากการศึกษาในข้อ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในการวิจัย แล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม

3. นำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการ ความสอดคล้องกันของข้อความ ตลอดจนภาษาที่ใช้ อันเป็นการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4. นำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นอีกครั้งหนึ่ง

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ซื้อสินค้าที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

6. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) (ภฤติยา วงศ์ก้อม. 2544 : 126) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7490

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วมาปรับปรุงแก้ไขร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์จากโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน เพื่อใช้อธิบายลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

2. ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน เพื่อใช้อธิบายลักษณะเครื่องปั้นดินเผาแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา สามารถแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ มาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ น้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การแปลผล พิจารณาระดับความพึงพอใจที่ได้จากค่าเฉลี่ย สามารถแบ่งออกเป็น 5 ช่วงระดับ คือ (สุรเชษฐ์ ทรัพย์สินเสริม. 2538 : 36)

ช่วงคะแนนระหว่าง 4.51 – 5.00 คะแนน ถือว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 ช่วงคะแนนระหว่าง 3.51 – 4.50 คะแนน ถือว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 ช่วงคะแนนระหว่าง 2.51 – 3.50 คะแนน ถือว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
 ช่วงคะแนนระหว่าง 1.51 – 2.50 คะแนน ถือว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 ช่วงคะแนนระหว่าง 1.00 – 1.50 คะแนน ถือว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและลูกค้า ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยการพรรณนาข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลในครั้งนี้มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานที่พักอาศัย จำนวนครั้งของการมาซื้อผลิตภัณฑ์ ช่วงเวลาในการมาซื้อผลิตภัณฑ์นิยมมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และประเภทสินค้าหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่นิยมซื้อมากที่สุด ใช้สถิติเชิงพรรณนาข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ
2. ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ใช้สถิติเชิงพรรณนาข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ใช้สถิติเชิงพรรณนาข้อมูล คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ขั้นตอนการดำเนินงานสร้างแผนยุทธศาสตร์

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการศึกษาข้อมูลความรู้พื้นฐานในการวิจัย เพื่อนำมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์สร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการเครื่องปั้นดินเผา อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำแผนยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนาการจัดการเครื่องปั้นดินเผา อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

การจัดทำแผนกลยุทธ์ (Strategy formulation) และการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ขององค์กรจากข้อมูลที่ได้ผลการวิจัยนำมารวบรวมเป็นยุทธศาสตร์ในด้านต่าง ๆ เป็นแนวทางในการพัฒนา
2. กำหนดยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ
3. กำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง
4. กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบกิจกรรม เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลกิจกรรมนั้น ๆ อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนารายการต่อไป