

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยกลยุทธ์การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเพื่อใช้ค้นหาลักษณะและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของกลุ่มประชากรจากกลุ่มตัวอย่างทางด้านรูปแบบโครงสร้างของสถานประกอบการ ที่ตั้ง และเริ่มก่อตั้งกิจการ เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

##### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้ประกอบการ โดยการใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ (Interview form) และประเด็นการสนทนา ณ สถานประกอบการ ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ.2554 จำนวน 11 ราย ได้แก่

- 1.1 ขนมนางสทิพย์ ของกลุ่มผู้ผลิตขนมบ้านไต่ ไท ไท แบรงค์ อำเภอเมือง
- 1.2 ขนมนางเมิงไต่ รสน้ำผึ้ง ชิง ตะไคร้ มะกรูด ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มแม่บ้าน

เกษตรกรม่อนตะแลง

- 1.3 งาโฮ่น้ำผึ้ง ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเมืองสามหมอก
- 1.4 งาดำน้ำผึ้งตะไคร้ ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านไม้เจะ
- 1.5 ขนมนางเพื่อสุขภาพ ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านทุ่งทองมู
- 1.6 ถั่วเหลืองคั่วแม่ฮ่องสอนตราไผ่เงิน ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มถั่วเหลืองคั่ว

แม่ฮ่องสอน ตราไผ่เงิน

- 1.7 ถั่วเหลืองคั่วดำคั่วกรอบ ของกลุ่มผู้ผลิตร้านภาสว่าง
- 1.8 ข้าวคั้หน้างา ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวคั้หน้างา
- 1.9 ถั่วเหลืองคั่วภูมิไทย ของกลุ่มผู้ผลิตนางสุจิตรา วิทยาการยุทธกุล

1.10 ขนมนางคาน้ำผึ้ง ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มบ้านชานเมือง

1.11 กล้วยนางคาน้ำผึ้ง ของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านหมอกจำแป่

2. กลุ่มผู้ซื้อหรือผู้บริโภค (ลูกค้า) ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2554 - กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 โดยการนำจำนวนประชากรจังหวัดแม่ฮ่องสอน ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 244,048 คน เป็นฐานคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน ณ ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Yamane , Taro.1967 อ้างอิงจาก อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2546:267) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย คำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Nc^2}$$

กำหนดให้ n คือ จำนวนหรือขนาดของตัวอย่าง

N คือ จำนวนหรือขนาดของประชากร (244,048 คน)

c คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (ในที่นี้ใช้ 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร } n &= \frac{244,048}{1 + 244,048 (0.05)^2} \\ &= 400 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open – ended question) และคำถามแบบปลายปิด (Closed – ended question) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

1. แบบสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 : ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะ

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อ (ลูกค้า) ผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2554 - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เป็นการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 ราย แยกออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้



2.1 ช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 - 16.00 น

ดำเนินการสำรวจในพื้นที่ตลาดสด สถานีขนส่งผู้โดยสารประทศจังหวัด  
ศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและย่านชุมชน

2.2 วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 17.00 - 21.00 น.

ดำเนินการสำรวจ ถนนคนเดิน ถนนประดิษฐ์ทองคำ และถนนสิงหนาทบำรุง  
ตำบลจองคำ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภท

อาหารขบเคี้ยว

#### การทดสอบเครื่องมือ

1. ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) เพื่อหาความสอดคล้องของ  
เนื้อหาของแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล โดยนำเอาแบบสอบถาม  
ไปเสนอขออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา  
รวมทั้งลักษณะการใช้ภาษาเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องที่สุด โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ  
ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาทบทวนเอกสารทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 จัดสร้างแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำเสนอต่อคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน  
ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ สมพงษ์ บุญเลิศ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย บุญมี และ ผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ่น การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา IOC (Item Objective Conguence Index)  
โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถามประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา ด้านวัตถุประสงค์ประเมิณผล  
หรือด้านวิจัย อาจใช้ด้านภาษาด้วย เพื่อพิจารณารูปแบบของเครื่องมือที่จะให้ตรวจจะต้องถูกต้อง  
ครบถ้วน โดยเฉพาะนิยามหรือวัตถุประสงค์ที่จะให้เปรียบเทียบ การพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ  
เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่แน่ใจ โดยพิจารณาข้อคำถามนั้นๆ วัดได้ตรงหรือสอดคล้องกับนิยาม  
หรือไม่ พร้อมกับมีช่องว่างให้กรอกคำเสนอทั้งในรายชื่อ รายการ และรวมทั้งฉบับ ใช้วิธีการ  
กำหนดเป็นคะแนน

$$\begin{aligned}
 \text{ถ้า เห็นด้วย ให้ค่า} &= 1 \\
 \text{ไม่เห็นด้วย ให้ค่า} &= -1 \quad \text{และ} \\
 \text{ไม่แน่ใจ ให้ค่า} &= 0 \\
 \text{ค่า IOC} &= \frac{\text{ผลรวมของค่าคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}}
 \end{aligned}$$

โดยแบ่งเป็น 2 ชุด คือ

$$\begin{aligned}
 1. \text{แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ} &= \frac{10+8+7}{3} = 8.33 \\
 2. \text{แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคร (ลูกค้า)} &= \frac{15+15+13}{3} = 14.33
 \end{aligned}$$

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อได้ผลจากผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องโดยการหาค่า IOC ตามสูตรการคำนวณ (Alex, K. 2004, อ้างใน สมนึก ภัททิยธนี, 2546)

$$\text{ผลการหาค่าความตรงของเครื่องมือ} = \frac{\text{ผลรวมของค่า IOC ที่ได้}}{\text{จำนวนข้อทั้งหมด}}$$

โดยแบ่งเป็น 2 ชุด คือ

$$\begin{aligned}
 1. \text{แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ} &= \frac{8.33}{10} = 0.83 \\
 2. \text{แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคร (ลูกค้า)} &= \frac{14.33}{15} = 0.96
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ในภาพรวมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ มีค่า IOC เท่ากับ 0.83 และแบบสอบถาม มีค่า IOC เท่ากับ 0.96

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (reliability) คือนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงแล้ว โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ราย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของครอนบาค (Chronbach's method) ซึ่งผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถาม จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริโภค (ลูกค้า) ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.84



### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 11 ราย โดยการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับข้อมูล การดำเนินงาน รูปแบบโครงสร้างของสถานประกอบการ ที่ตั้งสถานประกอบการ รายได้ จากการจำหน่าย แนวทางในการดำเนินงาน ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ แนวทางในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ข้อมูลด้านกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพปัญหา ข้อเสนอแนะ

1.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มผู้ซื้อและผู้บริโภค (ลูกค้า) ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร วารสาร การค้นคว้าอิสระ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ จำนวน 11 ชุด โดยการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม ภายใน เพื่อหาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) และวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายนอก โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ใช้เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและส่วนผสมทางการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อใช้ในการศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการซื้อและการบริโภคของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ใช้การ วิเคราะห์ โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การวัด ของลิเคอร์ท (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับ มาก

3 หมายถึง ระดับ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับ น้อย

1 หมายถึง ระดับ น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับ น้อยที่สุด

1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับ น้อย

2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับ ปานกลาง

3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับ มาก

4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับ มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแตกต่าง การใช้ค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัย

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลแห่งการท่องเที่ยว จึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนและมีการซื้อขายสินค้าต่างๆ เป็นจำนวนมาก