

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การดำเนินการศึกษาในโครงการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ใช้กรอบในการดำเนินการศึกษาตามแนวความคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ขอบเขต ระยะเวลาและแผนการดำเนินงานของโครงการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาตลอดโครงการวิจัยนี้ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านปางหมูและบ้านสบสอย ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวนประมาณ 50 คน

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้มาจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำมันงา ถั่วแปหล่อ แป้ง ไข่ไก่ ถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหมู และบ้านสบสอย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเน่าแผ่น ถั่วแปหล่อแป้ง และน้ำมันงาบ้านปางหมู และบ้านสบสอย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ โดยใช้ การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Groups) และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสังเกตใน

การศึกษาดูงานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และเพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการจัดการการตลาดในหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 สภาพและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ
- 1.2 การบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ
- 1.3 ความต้องการในการพัฒนาการทำตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ
- 1.4 รูปแบบการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม เช่น ทะเบียนกลุ่ม เอกสารบันทึกการประชุมกลุ่ม บัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่ม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) รายงานผลเป็นการบรรยายประกอบการวิเคราะห์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รายงานผลเป็นการบรรยายประกอบการวิเคราะห์

ขั้นตอนในการทำการวิจัย

การปฏิบัติการและการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับบริบทชุมชน
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
3. ใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม ผู้รู้ในชุมชน ผู้ขายสินค้า ผู้ซื้อสินค้า รวมทั้งการสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน ความรู้ด้านการตลาด ความต้องการสินค้า รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการจำหน่ายสินค้า ใช้การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการตลาด การร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดแผนการตลาด การจัดการบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า รวมทั้งการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
4. หลังจากได้ข้อมูลแล้วจึงนำมาจัดทำเป็นกิจกรรมโดยจัดแบ่งออกเป็นโครงการย่อย ๆ (รายละเอียดตามภาคผนวก) ดังนี้

4.1 การศึกษาดูงานด้านการตลาด

4.2 การให้ความรู้ด้านการตลาดประกอบด้วย

4.2.1 การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจให้ยั่งยืน

4.2.2 วิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางการตลาด

4.2.3 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

4.2.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และแผนป้ายฉลาก

4.2.4 การทำการตลาดทางตรง

4.2.5 การเจรจาต่อรองในภาวะตลาดผู้ขายน้อยราย

4.3 กิจกรรมการตลาดตลาด

5. นำแผนปฏิบัติงานไปปฏิบัติตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ โดยเป็นการผสมผสานความร่วมมือระหว่างนักวิจัย สมาชิกกลุ่มและร้านค้า

6. ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และสรุปผลโครงการวิจัย

7. นำเสนอการสรุปผลการวิจัยให้กับกลุ่มได้รับทราบ ถึงผลการดำเนินงานตลอดโครงการ รวมถึงเชิญชวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดในการวิจัย หรือปรับปรุงงานวิจัยในครั้งต่อไป

8. เผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในรูปแบบของซีดี วีซีดี เอกสารรายงานการวิจัย และทางอินเทอร์เน็ตให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชนที่สนใจในการนำเอาข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม หรือหน่วยงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล และความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการตลาดจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ ใช้เครื่องบันทึกเสียงประกอบการสนทนากลุ่มย่อย

2. การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างสอบถาม และผู้รู้ในชุมชนเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

3. การจัดให้ความรู้ด้านการตลาด เป็นการนำเสนอความรู้ วิชาการด้านการตลาดแก่กลุ่มวิสาหกิจตามสภาพปัญหา และความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจบูรณาการร่วมกับประสบการณ์ทางการตลาดของตน และสามารถใช้ในการกำหนดกิจกรรมการตลาดต่อไป

แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย

แผนการดำเนินงานมีกิจกรรมและระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังตารางที่ 3.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงานมีกิจกรรมและระยะเวลาในการดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา											
	พ.ศ. 2551						พ.ศ. 2552					
	ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.
1. ศึกษาสภาพ ศักยภาพด้านการตลาดของกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม	☒											
2. จัดเวทีชาวบ้านเพื่อระดมความคิดด้านสภาพปัญหาและความต้องการด้านการจัดการด้านตลาดของกลุ่ม		☒										
3. ศึกษาการบริหารจัดการด้านการตลาดของกลุ่ม		☒	☒									
4. พัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มแบบมีส่วนร่วม			☒	☒								
5. จัดเวทีชาวบ้านเพื่อทบทวนเกี่ยวกับทิศทางการทำตลาดในปัจจุบันและในอนาคต					☒							
6. พัฒนารูปแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วลิสง ถั่วเหลือง และน้ำมันงา					☒	☒						

กิจกรรม	ระยะเวลา											
	พ.ศ. 2551			พ.ศ. 2552								
	ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.
7. ติดตามและประเมินผล การดำเนินงานของทุกฝ่าย							☒	☒				
8. สังเคราะห์และถอดบทเรียน การดำเนินโครงการ									☒			
9. เผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จาก งานวิจัยสู่ท้องถิ่น										☒		
10. นำเสนอผลการดำเนินโครงการ											☒	
11. จัดทำรายงาน/บทเรียน ผลการติดตามประเมินผล โครงการฉบับสมบูรณ์												☒

จากตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน กิจกรรม และระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการวิจัยในชุดนี้ จะเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551 ถึง 30 กันยายน 2552 โดยเริ่มจากการศึกษาสภาพและศักยภาพด้านการตลาดของกลุ่มแบบมีส่วนร่วม จากนั้นนำเอาข้อมูลไปจัดเวทีชาวบ้านเพื่อระดมความคิดเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการด้านการตลาดของกลุ่ม ต่อมาจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการตลาดของกลุ่ม และจัดเวทีชาวบ้านเพื่อทบทวนเกี่ยวกับทิศทางการทำตลาดในปัจจุบันและในอนาคต พัฒนารูปแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ จากนั้นติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สังเคราะห์และถอดบทเรียน เผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่ท้องถิ่น นำเสนอผลการดำเนินโครงการ จัดทำรายงาน และการติดตามประเมินผลโครงการ