

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1.1 ประเภทของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของ ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ OTOP หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแมริม ทีมนักวิจัย และ นักศึกษาที่ศึกษาด้านคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยเพื่อนำไปปรับปรุงในการเรียนการสอน

3.1.2 การเลือกพื้นที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ OTOP ในอำเภอแมริม จังหวัด เชียงใหม่

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การสำรวจภาคสนาม โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และการจัดกิจกรรมกลุ่มจากผู้ประกอบการ OTOP ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางด้านการตลาด ตลอดจนศึกษา ข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เชียงใหม่ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจังหวัดเชียงใหม่ และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์จาก การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย

เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research, PAR) โดยมีกิจกรรมดังนี้

ตารางที่ 3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย

แผนงาน	วัตถุประสงค์	วิธีการ
1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีทาง การตลาดและ บริบทของชุมชน	- เพื่อสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับการตลาด - เพื่อสร้างความเข้าใจ บริบทชุมชน	- ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง - ศึกษาบริบทชุมชน โดยการ สัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้นำชุมชน

ตารางที่ 3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย (ต่อ)

แผนงาน	วัตถุประสงค์	วิธีการ
2. จัดเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างชุมชนและ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเพื่อหา องค์ความรู้ด้าน การตลาดของ ชุมชนและให้ ความรู้ทิศทาง รูปแบบการตลาด ดิจิทัลในปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อหาองค์ความรู้ด้าน การตลาดของชุมชน - เพื่อหารูปแบบช่อง ทางการจำหน่ายสินค้า ของชุมชน - เพื่อให้ชุมชนมีความ ตระหนักความสำคัญ การทำตลาดดิจิทัลมาก ขึ้น - เพื่อให้ศึกษามีส่วน ร่วมในการวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวข้องกับ การตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย สินค้าของชุมชน - อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทาง รูปแบบตลาดดิจิทัลแก่ชุมชน
3. จัดประชุมระดม ความคิดจากผู้วิจัย ผู้นำชุมชน และ หน่วยงาน มา สังเคราะห์ ศักยภาพชุมชน หา แนวทางการตลาด และรูปแบบระบบ ดิจิทัลคอมเมอร์ชี่ที่ เหมาะสมกับชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อสังเคราะห์ ศักยภาพของชุมชน - เพื่อหารูปแบบระบบ ดิจิทัลคอมเมอร์ชี่ที่ เหมาะสมกับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ระดมความคิดจากผู้วิจัย ผู้นำ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำองค์ความรู้ที่ได้ มา สังเคราะห์ศักยภาพและหารูปแบบ ระบบดิจิทัลคอมเมอร์ชี่ที่เหมาะสม
4. จัดประชุม ทีมงานนักวิจัยเพื่อ วางแผนพัฒนา ระบบดิจิทัลคอม เมอร์ชี่และวางแผน การตลาดดิจิทัล	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อวางแผนการ พัฒนาระบบดิจิทัลคอม เมอร์ชี่ - เพื่อวางแผนการตลาด ดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมระดมความคิด แลกเปลี่ยนแนวทางการวางแผน พัฒนาระบบดิจิทัลคอมเมอร์ชี่ และ วางแผนการตลาดดิจิทัล
5. พัฒนาระบบ ดิจิทัลคอมเมอร์ชี่	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบดิจิทัล คอมเมอร์ชี่เพื่อเป็น ช่องทางจำหน่ายสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบดิจิทัลคอมเมอร์ชี่ โดย ยึดหลักทฤษฎีการพัฒนาาระบบ SDLC
6. สร้างสื่อมีเดียใน การโฆษณาสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างสื่อมีเดียเพื่อใช้ โฆษณาสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาสื่อมีเดีย โดยการใช้สื่อ ประสมต่าง ๆ

ตารางที่ 3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย (ต่อ)

แผนงาน	วัตถุประสงค์	วิธีการ
7. ทดสอบ ติดตั้ง การนำไปใช้งาน ของระบบ	- เพื่อทดสอบ ติดตั้ง และการนำไปใช้งานจริง ของระบบดิจิทัลคอม เมิร์ชและสื่อมีเดีย โฆษณาสินค้า	- ทดสอบ ติดตั้ง และการนำไปใช้งานจริง จากหลักการพัฒนาระบบ - ประเมินจากความพึงพอใจของ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน โดยใช้ เครื่องมือแบบสอบถาม
8.จัดอบรมเชิง ปฏิบัติการ ถ่ายทอดความรู้ ด้านการใช้ระบบ ดิจิทัลคอมเมิร์ซ	= เพื่อสามารถใช้งาน ระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	- จัดอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งาน ระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซ - ประเมินผลจากแบบทดสอบการฝึก ปฏิบัติ
9. จัดอบรมเชิง ปฏิบัติการ ถ่ายทอดความรู้ ด้านการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล	- เพื่อให้ได้ความรู้การใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลไป ประยุกต์การเพิ่ม ช่องทางจัดทำหน่าย สินค้าได้	1. อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอด ความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น - การเรียนรู้ช่องทางการทำตลาดผ่าน สื่อดิจิทัล - Search Marketing ทำเว็บไซต์ให้ ติดอันดับที่ติดบน Search Engine ด้วยการทำ SEO จาก google planner หรือ google Adwords - Social Media Marketing โพรโมท ธุรกิจผ่าน Social Midia - การใช้โปรแกรมการตกแต่งภาพ สินค้าและการบีบอัดไฟล์
		- การโปรโมทร้านค้าออนไลน์ในเว็บ E-commerce อันดับต้น ๆ ทั้งใน ประเทศไทยและต่างประเทศ 2. ประเมินผลผู้เข้ารับการอบรมมีเพิ่ม ช่องทางการจำหน่ายสินค้าทาง Online จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย (ต่อ)

แผนงาน	วัตถุประสงค์	วิธีการ
10.จัดอบรมถ่ายทอดความรู้ทางการตลาด	- เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าใจและนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปใช้ในการจำหน่ายสินค้าได้	จัดอบรมความรู้ทางธุรกิจ เช่น - เทคนิคการเจรจาทางการตลาด - การใช้ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ - การใช้รูปแบบเอกสารธุรกิจ (เช่น ใบเสนอราคา ใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ) - การรู้จักระบบโลจิสติกส์ - รูปแบบการชำระเงิน - การป้องกันกลโกง - ความรู้การส่งออกและภาษีในการส่งสินค้าต่างประเทศ
11.จัดประชุมเพื่อประเมินผลและสรุปผล	- เพื่อสรุปผล และข้อเสนอแนะในการทำวิจัย	- จัดประชุมแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้วิจัยเพื่อสรุปผลและเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

3.2.1 แบบสอบถามศึกษาการดำเนินงานด้านตลาดของชุมชนเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและนำมาวางแผนด้านการตลาดดิจิทัล ด้้องค์ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ของชุมชน

3.2.2 การพัฒนาสื่อการขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางในการโปรโมทธุรกิจสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีเป็นจำนวนมากและหลากหลายผลิตภัณฑ์ ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพัฒนาสื่อการขายสินค้าออนไลน์กรณีศึกษาจากธุรกิจผู้ประกอบการ OTOP 2 ประเภทคือ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลายตองของดีแมริม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่เน้นผลกำไรแต่เป็นการให้ความรู้แก่ผู้สนใจงานศิลปะลายตองและได้สร้างเป็นศูนย์การเรียนรู้ทำให้มีผลผลิตสินค้ามีจำนวนมากแต่การตลาดได้จำหน่ายเฉพาะกลุ่มลูกค้าประจำ ยังไม่มีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่แพร่หลาย และ 2) วิสาหกิจชุมชนผ้าปักชาวมัง ซึ่งเป็นธุรกิจแบบรวมกลุ่มของชุมชนบ้านแม่สาใหม่ของกลุ่มชนเผ่ามัง การจำหน่ายสินค้าได้จากลูกค้าที่มาท่องเที่ยวในชุมชน

เท่านั้น ยังไม่มีการทำตลาดการค้าขายภายนอกชุมชน 3) วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองปลาหมื่น ส่วนใหญ่เป็นการรวมกลุ่มทำการเกษตร จักรสาน และการตัดเย็บผ้า

3.2.3 แบบประเมินความพึงพอใจการอบรม ได้จัดอบรมให้ชุมชนมี 3 ชุด ได้แก่

- อบรมเชิงปฏิบัติ การถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้ระบบดิจิทัลคอมพิวเตอร์
- อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- อบรมถ่ายทอดความรู้ทางการตลาด

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากรคือ ผู้ประกอบการ OTOP ในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากข้อมูลสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการ OTOP มีจำนวน 74 กลุ่ม

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ OTOP ที่ใช้ในการศึกษาการดำเนินงานด้านตลาดของชุมชนเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 70 คน

2) กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ OTOP ที่นำมาพัฒนาสื่อการขายสินค้าออนไลน์ จำนวน 2 ธุรกิจ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสายตองของดีแม่อริม และ วิสาหกิจชุมชนผ้าปักชาวม้ง

3.4 การรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลบริบทชุมชนและศักยภาพทางการตลาดของชุมชน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากการจัดกิจกรรมกลุ่มการประชุม ผู้ประกอบการ OTOP ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP ตลอดจนศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์จากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลพื้นฐานของสถิติประชากร ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อจัดเป็นหมวดหมู่ จะได้ทราบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่

1.1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการรายงานผลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และใช้พรรณนาในการศึกษา

1.2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้รายงานผลค่าเฉลี่ยและจัดอันดับความพึงพอใจโดยการรับรู้

2) การหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ได้แก่ แบบฟอร์มป้อนข้อมูลนำเข้ามีความสะดวกและง่ายต่อการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลนำเข้า การออกแบบหน้าจอเพื่อป้อนข้อมูลนำเข้าแต่ละแบบมีรูปแบบและลักษณะเหมาะสมกับการใช้งาน ในการทำงานมีการออกแบบการใช้ปุ่มเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการนำเข้าข้อมูลได้อย่างสะดวก และลดปัญหาในการทำงาน เอกสารคู่มือช่วยให้ผู้ใช้ แก้ปัญหาในการทำงานของระบบได้ด้วยตนเอง เอกสารคู่มือทำให้เข้าใจถึงภาพรวมของระบบและนำไปประกอบการใช้งาน

3) เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการตัดสินใจความพึงพอใจในการใช้งานของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ พิจารณาจากค่าคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 5 ระดับ ดังนั้นแต่ละระดับจะมีคะแนนแตกต่างกัน (Class Interval) โดยคำนวณค่าอัตราภาคชั้นดังนี้

$$\text{อัตราภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

แทนค่า

$$\text{อัตราภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

- เกณฑ์เปรียบเทียบความพึงพอใจ

ระดับคุณภาพ	ช่วงคะแนน
มากที่สุด	4.51-5.00
มาก	3.51-4.50
ปานกลาง	2.51-3.50
น้อย	1.51-2.50
น้อยที่สุด	1.00-1.50

