

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Method) ในการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้อง

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,703 แห่ง

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ คำนวณโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 ซึ่งเมื่อคำนวณแล้วได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง (Yamane, 1973) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เพื่อนำไปเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวน

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ตามศูนย์จำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่เข้าร่วม และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมด แล้วนำประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามพัฒนาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาโดยสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยรูปแบบของแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed - end question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) และผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ต่างๆ ที่วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้า ประกอบด้วย 6 ด้านคือ ด้านการผลิต ด้านการจัดการองค์กร ด้านการตลาดและการขาย ด้านการบัญชี/การเงิน ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านข่าวสาร/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยเลือกตอบการให้ระดับความสำคัญจำนวน 5 ระดับ โดยแต่ละระดับค่ามีความหมายดังนี้คือ

ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน
ให้ความสำคัญในระดับน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ให้ความสำคัญในระดับมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน

เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของการให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	หมายถึง	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	หมายถึง	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	หมายถึง	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	หมายถึง	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการ

3.4 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

3.4.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการกำหนดกรอบแนวคิด กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.4.2 สร้างแบบสอบถามจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชน

3.4.3 นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความถูกต้องความเที่ยงตรง (Validity) หรือค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC : Index of item objective congruence) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าเท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ดังนั้น จึงสามารถนำไปใช้ได้

3.4.4 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องความเที่ยงตรงและปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยจะทดสอบความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง (pre-test) จากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.81 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้นสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บจากกลุ่มตัวอย่างได้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้อง

วิเคราะห์และประมวลผลหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ด้วยความเชื่อมั่นในระดับร้อยละ 95 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับข้อมูล โดยใช้สถิติสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor analysis)