

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ทีมนักวิจัย ผู้นำชุมชนท้องถิ่น และนักศึกษาที่เรียนด้านคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยเพื่อนำไปปรับปรุงในการเรียนการสอน วิธีการดำเนินการวิจัยคือ

3.1.1 ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการของ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการของ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

3.1.2 พื้นที่ในการศึกษาคือ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ 3) องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

- แบบสัมภาษณ์ เพื่อหาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ของชุมชน และด้านการตลาดและการท่องเที่ยว
- แบบสอบถาม ประเมินประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล จากผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ และผู้ใช้ระบบ
- ประเมินความสำเร็จด้านการตลาดดิจิทัลชุมชน
- แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น

3.1.5 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด การพัฒนาระบบ 3 ส่วนคือ

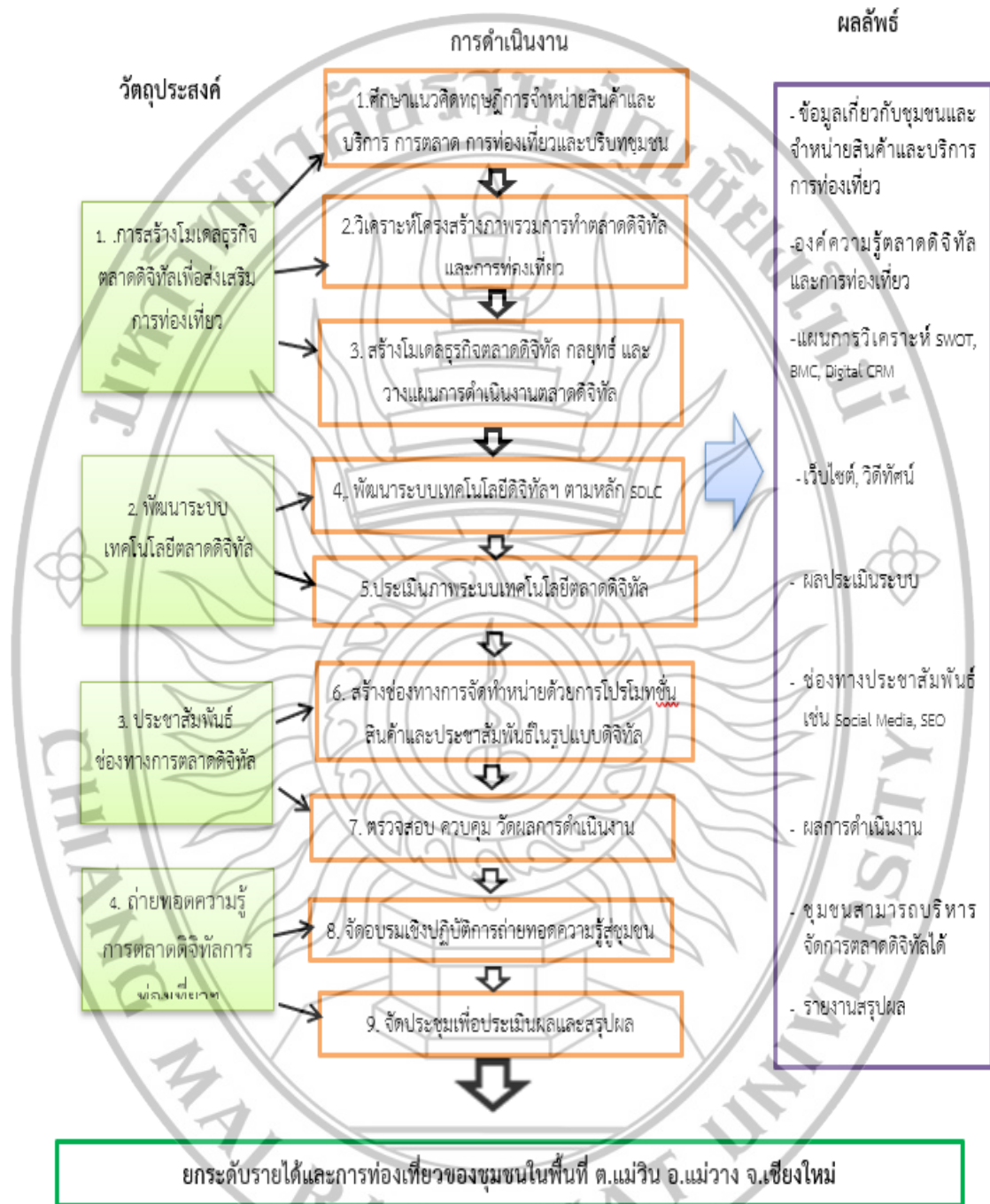
- การสร้างเว็บไซต์เพื่อเปิดร้านบนโลกออนไลน์ ในการพัฒนาระบบ ประกอบด้วย
 - 1) การออกแบบระบบ
 - 2) การออกแบบฐานข้อมูล
 - 3) การเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด
- สร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อนำองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์มาเผยแพร่ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
- การเชื่อมโยงร้านค้าออนไลน์เข้ากับโซเชียลมีเดีย

3.2 แผนการดำเนินงานวิจัย

เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research, PAR) โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาบริบทชุมชนศึกษาแนวคิดทฤษฎี โดยการสำรวจ สังเกต และสัมภาษณ์ชุมชน
2. ศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน ประชุมกลุ่มโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สัมภาษณ์ จัดกลุ่มกิจกรรมโฟกัส เป็นต้น
3. สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผน สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลกลยุทธ์ วางแผนการดำเนินงานตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมกับชุมชน
4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด การพัฒนาระบบ เช่น
 1. การสร้างเว็บไซต์เพื่อเปิดร้านบนโลกออนไลน์
 2. สร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อนำองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์มาเผยแพร่ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
 3. การเชื่อมโยงร้านค้าออนไลน์เข้ากับโซเชียลมีเดีย
 4. สร้างกิจกรรมเรื่องราวให้ลูกค้าติดตาม และประเมินประสิทธิภาพของระบบ
5. ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดดิจิทัล การโปรโมทระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลด้วย สื่อโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และอื่น ๆ ตรวจสอบ และ ควบคุม ประเมินความสำเร็จด้านการตลาดดิจิทัลชุมชน มีผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้จำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดดิจิทัลและทำการโปรโมทอย่างน้อย 3 ผลิตภัณฑ์
6. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด และการนำหลักของศาสตร์พระราชามาใช้ในการดำเนินชีวิต ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน ไม่น้อยกว่าระดับ 3.50

ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



3.3 การรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลบริบทชุมชนและศักยภาพทางการตลาดของชุมชน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากการจัดกิจกรรมกลุ่มการประชุม ผู้ประกอบการ OTOP ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP ตลอดจนศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารอิเล็กทรอนิกส์จากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.4 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