

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม กระบวนการจัดการระเบียบวิธีการวิจัย มีดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรในการศึกษา
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ในครั้งนี้เป็นการทำวิจัยประเภท การวิจัยเชิงประยุกต์ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการอธิบายคุณลักษณะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

3.2 ประชากรในการศึกษา

1. กลุ่มผู้ประกอบการคือสมาชิกกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 53 คน (บทสัมภาษณ์: คุณนิตยา พลไธสง, วันที่ 29 สิงหาคม 2554)

2. กลุ่มผู้บริโภคคือผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่อยู่ในเขตจังหวัดมหาสารคามซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยศึกษาจากพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดใกล้เคียง

กลุ่มตัวอย่างที่เราใช้ในการแจกแบบสอบถาม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการคือกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 53 คน (บทสัมภาษณ์: คุณนิตยา พลไธสง ฝ่ายการตลาดกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 53 คน

2. กลุ่มผู้บริโภคคือผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคามที่อยู่ในเขตจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้สูตรของ W.G.cochran ในกรณีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากร ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)(z)^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม มีค่าเท่ากับ 50% หรือ 0.5

z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น เท่ากับ 5% หรือ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \sim n = 385$$

จากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างออกมาได้ 385 ชุด

ตารางที่ 1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่ม	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่ม
1.กลุ่มผู้ประกอบการ	53	53	แบบเจาะจง
2.กลุ่มผู้บริโภค	ไม่ทราบขนาดของประชากร	385	แบบบังเอิญ
รวม	53	438	

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ โดยแบบสอบถามที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็น 2 ชุด ซึ่งแต่ละชุดมีส่วนประกอบของคำถาม ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบทดสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป

หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามปลาย

ปิดแบบประเมินค่า

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบตัวเลือก 5 ตัวเลือก ให้คะแนนโดยใช้
มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับศักยภาพ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป
หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการแสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดต่อสื่อสารทาง
การตลาดแบบบูรณาการกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานการศึกษา

ด้านผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการที่มี เพศ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้าย และแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการที่มี อายุ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้าย และแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบการที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบการที่มี สถานภาพ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน
5. ผู้ประกอบการที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ด้านผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่าง
2. ผู้บริโภคที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

4. ผู้บริโภคที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดต่อสื่อสาร
ทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข
อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

5. ผู้บริโภคที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การ
ติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา
ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ด้านผู้ประกอบการ

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้

ตัวแปรตาม คือ ศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13
บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

ด้านผู้บริโภค

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้

ตัวแปรตาม คือ กลยุทธ์การตลาดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้า
ฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

3.5 ข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา จำแนกออกเป็น 2 ประเภท

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการสำรวจและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ ศึกษาโดย
ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือ เอกสาร วารสาร บทความทางวิชาการ งานวิจัย
ต่าง ๆ และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มหอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จากเอกสาร วารสาร บทความทางวิชาการ งานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง อธิบายวัตถุประสงค์และวิธีการทำแบบสอบถามให้ชัดเจน เพื่อความสมบูรณ์ของคำตอบ

การสังเกตแบบมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับกลุ่มหอผ้าฝ้ายและแปรรูป เพื่อนำข้อมูลในส่วนนี้มาประกอบกับข้อมูลจากการสอบถามและนำมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกแล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบทดสอบตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มหอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการแปลผลค่าเฉลี่ย ใช้ทฤษฎีของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535:100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50

หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

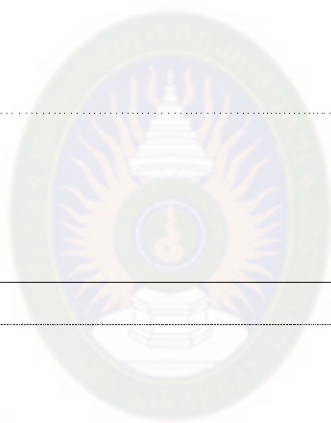
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50

หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50

หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open List) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY