

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

จากการศึกษา กลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยของกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกในกลุ่มอาเซียน+6 ได้จัดลำดับขั้นตอนการศึกษาดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา
- 3.2 ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ย

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัยได้กำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ที่มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิดดังนี้

3.1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) เป็นปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมพลาสติก ได้แก่ ยอดการส่งออก อายุของการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ประเภทสินค้า ประเภทการผลิต ประเทศที่ส่งออก

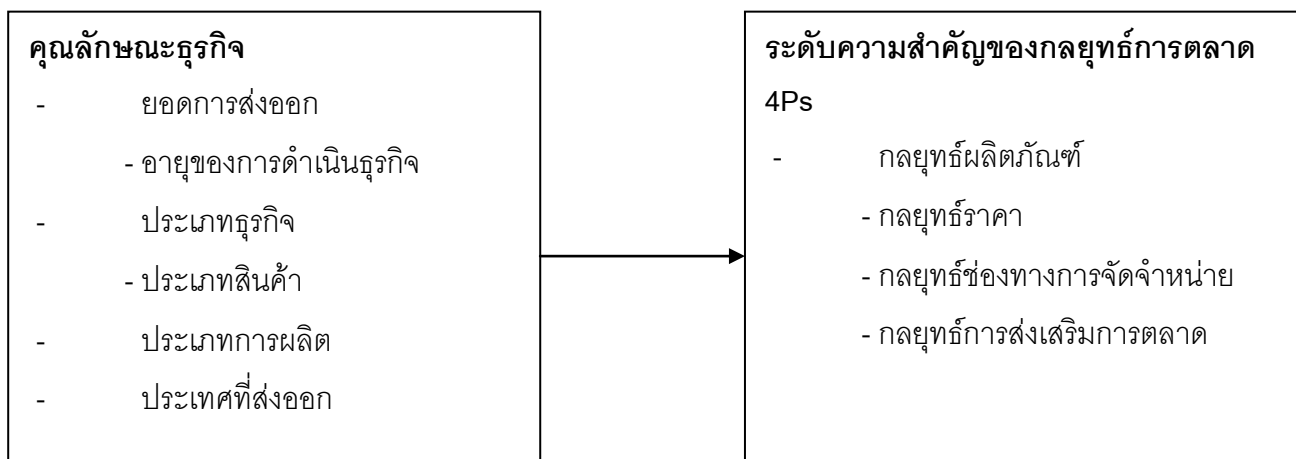
3.1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) เป็นปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด (4P's) คือ

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)
- กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)
- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารธุรกิจส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 4,084 ราย (สำนักงานส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปี 2554) ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample size) จากการคำนวณตามสูตรของ ยามาเน่ (Yamane อ้างถึง ใน อภินันท์ จันทะนี, 2549) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% สามารถคำนวณได้ตามสูตร ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$N = \frac{4,084}{1 + 4,084 (0.05)^2}$$

จึงได้ขนาดตัวอย่าง = 364.32 คน หรือประมาณ 365 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยความเต็มใจและยินดีที่จะให้ข้อมูลเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามครบตามขนาดที่กำหนด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดของคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close End) โดยกำหนดคำตอบไว้เป็นแบบเลือกคำตอบ (Multiple Choices and Check List) และแบบลำดับ (Rating Scale) เพื่อให้ทราบถึงการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก โดยคำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ส่งออกฯ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกฯ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม/ความคิดเห็นเพิ่มเติมในด้านกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกฯ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ส่งออกฯ

เป็นข้อมูลทั่วไปของธุรกิจส่งออกฯ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ยอดการส่งออก อายุ ประเภทธุรกิจ ประเภทสินค้า ประเภทการผลิตและประเทศที่ส่งออก โดยมีลักษณะคำถามเป็นลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณ เช่น จำนวน สัดส่วนหรือร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยในส่วนข้อมูลส่วนที่ 1 ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกฯ

เป็นข้อมูลในส่วนของการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ส่งออกฯ ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณ เช่น จำนวน สัดส่วนหรือร้อยละ ค่าเฉลี่ย แยกเป็นคำถามจำนวน 4 หัวข้อ แต่ละหัวข้อแบ่งเป็นคำถามย่อย 5-8 หัวข้อ รวมทั้งสิ้น 20-32 ข้อ โดยใช้หลักสากลตามมาตรฐาน คือ การวัดความสำคัญแบบ Rating Scale ซึ่งจะมีการวัดระดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมพลาสติกไทย โดยแบ่งระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับได้แก่

ระดับคะแนน	ความหมาย
5 คะแนน	ให้ความสำคัญมากที่สุด
4 คะแนน	ให้ความสำคัญมาก
3 คะแนน	ให้ความสำคัญปานกลาง
2 คะแนน	ให้ความสำคัญน้อย
1 คะแนน	ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม/ความคิดเห็นเพิ่มเติมในด้านกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกฯ

เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกฯ

3.4 การวัดคุณภาพเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.4.1 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ โดยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์

3.4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาทำทดสอบ เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC Windows Version 11.5 ในการหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามที่ Jum, 1978 ได้เสนอแนะเป็นเกณฑ์การยอมรับไว้ดังนี้ (Jump, N. 1978. Psychometric Theory. 2nd. Ed., New York: McGraw Hill.)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important research)

จึงจะสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง

ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด	Cronbach's alpha
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.8409
2. ด้านราคา	0.7648
3. ด้านช่องทางการจัดหน่าย	0.7150
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.7471

N of cases = 30

จากค่าความเชื่อมั่นในตารางข้างต้นสรุปได้ว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลการวิจัยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมุ่งศึกษา “การให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก” ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลตัวอย่าง จำนวนธุรกิจส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก 365 ราย โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.5.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อขอความร่วมมือกลุ่มธุรกิจส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติกในการเก็บข้อมูล

3.5.2 ผู้วิจัยประสานงานโดยตรงกับธุรกิจส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.3 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถามแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.6.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3.6.3 การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วมาลงบันทึกในคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับประมวลผลทางด้านสถิติ

3.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยการอธิบายและตีความข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามตามวิธีการทางสถิติและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Statistics for Diagnosis)

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้บรรยายลักษณะข้อมูลที่เก็บมาได้ โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) มาวิเคราะห์ปัจจัยความแตกต่างของการให้ความสำคัญของผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมพลาสติก โดยใช้ Analysis of Variances หรือ ANOVA ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ประเภท คือ ตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระว่าในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันนั้นจะทำให้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามแตกต่างกันหรือไม่ โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางทดสอบสมมติฐาน

3.7.3 การนำเสนอข้อมูลหลังจากการประมวลผลเสร็จแล้ว นำเสนอในรูปแบบของข้อความตาราง และเปรียบเทียบระดับให้ความสำคัญของตัวแปรต่าง ๆ ที่ทำการศึกษา

3.8 การกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ย

วิธีการแปลผลได้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบน (SD) เป็นดัชนีในการแบ่งระดับการประเมินซึ่งกำหนดเป็น 5 ระดับและในแต่ละระดับมีค่าพิสัยที่ได้จากการคำนวณจากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

นำช่วงคะแนนที่ได้นี้ไปบวกเพิ่มจากค่าต่ำสุดซึ่งจะได้แต่ละช่วงคะแนนดังนี้

สำคัญระดับมากที่สุด	คือ	ค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่	4.21-5.00
สำคัญระดับมาก	คือ	ค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่	3.41-4.20
สำคัญระดับปานกลาง	คือ	ค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่	2.61-3.40
สำคัญระดับน้อย	คือ	ค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่	1.81-2.60
สำคัญระดับน้อยที่สุด	คือ	ค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่	1.00-1.80