

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

- 2.1 ค้นหาข้อมูลทุติยภูมิ จากกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ศึกษาข้อมูลจากเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- 2.2 สํารวจการตลาด และความต้อการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มร้านค้า และกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์ในตำบล แหล่งท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม
ทำการสำรวจข้อมูลของประชาชนในท้องถิ่นใน อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี
โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อ
เป็นสินค้าท้องถิ่นและพัฒนาไปเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป โดย
ประชากรที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มร้านค้าทั่วไป และกลุ่มร้านจำหน่ายสินค้าในแหล่ง
ท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม
- 2.3 สํารวจศักยภาพของตลาดของกลุ่มเป้าหมายและอำนาจในการซื้อ และการยอมรับ
บรรจุภัณฑ์ของโคลนดินเกลือสปาและเกลือสปาโดยแบบสอบถามและสัมภาษณ์
ทำการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปาของร้าน
กัญฉภัทรสปาและศึกษาแนวทางการวางแผนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและ
เกลือสปาของร้านกัญฉภัทรสปา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนที่มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี อาศัยอยู่ในเขต
เทศบาลบ้านดุง เขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี และเขตเทศบาลนครขอนแก่นจังหวัด
ขอนแก่น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้าง
ขึ้นตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ โดยแบ่งเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 สอบถามประชาชนในเขตเทศบาลบ้านดุง เทศบาลนครอุดรธานี เทศบาลนครขอนแก่น
แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย พื้นที่ที่อยู่อาศัย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปา จำนวน 7 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปาของประชาชนในเขตเทศบาลบ้านดุง อำเภอเมืองอุดรธานี และเทศบาลนครขอนแก่น ออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับคือ น้อยที่สุด น้อยปานกลาง มาก มากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 :100)

- 1 คะแนน หมายถึง ปัจจัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง ปัจจัยอยู่ในระดับน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง ปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง ปัจจัยอยู่ในระดับมาก
- 5 คะแนน หมายถึง ปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด

ชุดที่ 2 สอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปาของกลุ่ม ผู้ทดลองใช้ จำนวน 20 คน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถาม
2. นำผลจากการศึกษาตามขั้นตอนข้างต้น มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ตามเนื้อหา เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมาย และสมมติฐานในการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะและเสนอแนะอาจารย์ที่ปรึกษารตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นทำฉบับจริงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและนัดหมายวันเวลาที่ จะเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้ศึกษาไปพบกับประชากรเป้าหมาย เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยตนเอง อธิบายชี้แจงวิธีการตอบแบบสอบถามจนเป็นที่เข้าใจตรงกัน แล้วขอความร่วมมือให้ตอบ แบบสอบถามตามความเป็นจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจะกระทำด้วยวิธีการดังกล่าวข้างต้น ไปจนครบแล้วนำ แบบสอบถามที่ตอบแล้วมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

5.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปา โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โคลน ดินเกลือและเกลือสปาของประชาชน ทั้ง 4 ด้าน โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การแปลผล โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับของปัจจัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับของปัจจัยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับของปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับของปัจจัยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด

5.4 การเปรียบเทียบ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โคลนดินเกลือและเกลือสปาของประชาชนในเขตเทศบาลบ้านดุง อำเภอเมืองอุดรธานี และเทศบาล นครขอนแก่น โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

5.5. การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปาของกลุ่มผู้ ทดลองใช้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

6. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ใช้ ค่าแจกความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว ใช้สถิติ Independent – Sample T Test

2.4 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์

ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ซื้อในตำบลบ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี และการสัมภาษณ์

2.5 ศึกษาตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มต้นแบบจากชุมชนเกลือสินเธาว์

อ. บ้านดุง จ. อุดรธานี

ศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มในการเลือกซื้อในรูปแบบต่างๆ เพื่อคัดเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อสนใจและนำไปทำการออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

2.6 ดำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ไข่เค็มและ โคลนดินเกลือสปาและเกลือสปา

ทำการศึกษาความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่อยู่ในภาชนะบรรจุต้นแบบเพื่อศึกษาการยอมรับและความประสงค์ที่จะซื้อ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ทำการศึกษาความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือสปาและเกลือสปาพร้อมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบไว้แล้วของกัญฉัตรสปา รวมทั้งการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โคลนดินเกลือและเกลือสปาของประชาชนในเขตเทศบาลบ้านดุง อำเภอเมืองอุดรธานี และเทศบาลนครขอนแก่น

2.7 ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

ทำการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตไข่เค็ม 3 แบบ ได้แก่ ไข่เค็มแบบธรรมดาทั่วไป ไข่เค็มพอกโคลนดินเกลือ และไข่เค็มหมกโคลนดินเกลือ ณ สถานที่สหกรณ์ผู้ผลิตเกลือสินเธาว์ อำเภอบ้านดุงจำกัด โดยใช้เวลา 1 วัน เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตจนผู้เข้ารับการอบรม สามารถผลิตได้ด้วยตนเอง

2.8. การผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าOTOP

ได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไปขึ้นทะเบียนเพื่อขอหมายเลข อย. ที่สาธารณสุขจังหวัด อุดรธานี และนำสินค้าไปจำหน่าย ในร้านจำหน่ายของกลุ่มและในงานเทศกาลจำหน่ายสินค้าOTOP (งานทุ่งศรีเมือง) รวมทั้งงานจำหน่ายสินค้า OTOP CITY ณ ศูนย์ประชุมเมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร