

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซของผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ 2) สร้างระบบการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพิษณุโลก ซึ่งมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้น (Primary Data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การสำรวจพื้นที่ศึกษา โดยศึกษาข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเดินทางไปสำรวจยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสังเกตข้อมูลทั่วไป รวมทั้งการสอบถามผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์รายละเอียดต่อไป

1.2 การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์สำหรับบุคคลดังต่อไปนี้

1.2.1 กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการเข้าสู่ตลาดอี-คอมเมิร์ซของผู้ประกอบการ กฎเกณฑ์ ค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียม ลักษณะของสินค้าและบริการ

1.2.2 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซในเขตภาคเหนือ การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระบบการจัดการด้านต่าง ๆ เช่น สินค้าและบริการ การเงิน การบริหารงานและการจัดการ การตลาดและการขาย

2. ข้อมูลขั้นที่สอง (Secondary Data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากเอกสารสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเน็ตเวิร์คจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับระบบการจัดการด้านสินค้าและบริการ การเงิน การบริหารงานและการจัดการ การตลาดและการขาย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จำนวน 16 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดอี-คอมเมิร์ซ ในเขตภาคเหนือ จำนวน 80 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาระบบการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซของผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP: Internet Service Provider) จำนวน 5 ราย ที่ให้บริการในเขตภาคเหนือ ดังนี้
 - 1.1 ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย
 - 1.2 บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด
 - 1.3 บริษัท ลีทกลีย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด
 - 1.4 กลุ่มบริษัท ยูไนเต็คคอมมูนิเคชั่น จำกัด
 - 1.5 บริษัท เอเน็ต จำกัด
2. กลุ่มผู้ประกอบการในตลาดอี-คอมเมิร์ซ ในเขตภาคเหนือ จำนวน 10 ราย โดยเลือกตามประเภทสินค้าและบริการที่นับได้ว่า ประสบผลสำเร็จด้านการค้าขายในตลาดอี-คอมเมิร์ซ ดังนี้
 - 2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทดอกไม้ จำนวน 2 ราย
 - 2.1.1 อุบลรัตน์เนอสเซอรี่
URL : cmtip.or.th/shopping/ubolrat/
 - 2.1.2 บริษัท มิสลิลลี่ จำกัด
URL : MissLily.com
 - 2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทของชำร่วย จำนวน 1 ราย
ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิติโรจน์เชรามิกส์
URL : cmtip.or.th/shopping/kitiroj/
 - 2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทของที่ระลึก จำนวน 1 ราย
ห้างหุ้นส่วนจำกัด นึกเชรามิกส์
URL : cmtip.or.th/shopping/nuk/

2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทหนังสือ จำนวน 2 ราย

2.4.1 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

URL : chulabook.com

2.4.2 ร้านหนังสือไทยอะมาซอน.คอม

URL : Thaiamazon.com

URL : aru4.com

2.5 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ จำนวน 4 ราย

2.5.1 บริษัท ซีแอนฮิลด์ จำกัด

URL : acthai.com

URL : bcaccount.com

2.5.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ลำพูนฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์

URL : jjshop.com/itlamphun/

2.5.3 เชียงใหม่เทรดพอยท์

URL : cmtf.or.th/shopping/

2.5.4 ไทยเทรดพอยท์

URL : ThaiTradePoint.com

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

1.2 แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการในตลาดอี-คอมเมิร์ซ

ในเขตภาคเหนือ

1.3 แบบสังเกตและจดบันทึกเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป เกี่ยวกับ

ประเภทสินค้าและบริการ ลักษณะการตลาดและการขาย

2. เครื่องบันทึกเสียง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. แบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 ฉบับ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-End) ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเอง โดยมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

- 1.1 ศึกษาวิธีการสร้าง รูปแบบ และเทคนิควิธีการสัมภาษณ์ โดยละเอียด
- 1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซ ตลอดจนข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ
- 1.3 ทำการสำรวจและศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป นำมาใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์
- 1.4 ประมวลรายละเอียดจากเอกสาร งานวิจัย บทความ และข้อมูลภาคสนาม ที่ได้รวบรวมมาสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดรูปแบบเป็นแบบปลายเปิด
- 1.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบ และขอข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงแก้ไข
- 1.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- 1.7 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้ว จัดพิมพ์ และนำไปใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง

2. แบบสังเกต

ผู้วิจัยได้ลงภาคสนามเพื่อการศึกษาข้อมูลในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสังเกตที่มีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเอง และนำไปใช้ทำการสังเกต โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

- 2.1 กำหนดกรอบการสังเกต
- 2.2 สร้างแบบสังเกตให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์
- 2.3 นำแบบสังเกตที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณา และนำข้อเสนอแนะ ที่ได้รับไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- 2.4 นำแบบสังเกตที่ได้ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้ว จัดพิมพ์เพื่อนำไปใช้ในการสังเกต

2.5 นำแบบสังเกตไปใช้พร้อมจดบันทึกและเข้าไปมีส่วนร่วม
ในกิจกรรมการซื้อขายสินค้ากับผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ในตลาดอี-คอมเมิร์ซ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาระบบการจัดการธุรกิจในตลาด
อี-คอมเมิร์ซของผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน
ในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาพื้นที่ภาคสนาม เพื่อสำรวจและสังเกตลักษณะตลาดอี-คอมเมิร์ซ
ในเขตภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย
3. สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล
4. ทำความคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ปฏิบัติการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น ได้
แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต รวมทั้งใช้เครื่องบันทึกเสียงช่วยในการบันทึกข้อมูล
6. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาตรวจสอบความสมบูรณ์ กรณีที่ยัง
ไม่สมบูรณ์ กลับไปหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่ง
7. ทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ได้โดยการสัมภาษณ์ต่างเวลา
อีกครั้งหนึ่ง แล้วนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป
8. วิเคราะห์และเขียนรายงาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ทำความคุ้นเคยและเข้าไปมีส่วนร่วมในการศึกษาอบรมเกี่ยวกับการ
การจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซในเขตภาคเหนือ (Cyber Mall) ให้กับผู้ประกอบการ
กลุ่มตัวอย่าง ณ สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ โครงการเครือข่ายภาคเหนือ
(สวทช.) ระหว่างวันที่ 3 กรกฎาคม-29 กันยายน พ.ศ. 2543
2. ทำการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ โดยการขออนุญาตและขอความ
ร่วมมือกับผู้ดำเนินการ Cyber Mall ในเขตภาคเหนือ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และเก็บ
รวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน-10 ธันวาคม พ.ศ. 2543

3. สังเกตลักษณะทั่วไปของตลาดอี-คอมเมิร์ซในเขตภาคเหนือ ลักษณะสินค้าและบริการ การบริหารงานและการจัดการ การตลาดและการขาย โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเกตระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2543 พร้อมบันทึกข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลขั้นที่สอง โดยการสัมภาษณ์ และสังเกตกลุ่มตัวอย่างแล้ว ได้นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ เพื่อได้ทราบระบบการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซของผู้ประกอบการ ในเขตภาคเหนือ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (รายละเอียดนำเสนอในบทที่ 4 และบทที่ 5) จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เป็นแนวทางการสร้างระบบการจัดการธุรกิจในตลาดอี-คอมเมิร์ซ ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพิษณุโลก ดังรายละเอียดในภาคผนวก ง.