

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ประกอบด้วย แหล่งข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลการวิจัย ประกอบด้วย แหล่งทุติยภูมิ และแหล่งปฐมภูมิ

แหล่งทุติยภูมิ (Secondary source)

จากรายงานการวิจัยเกี่ยวกับ SMEs ภาครัฐและภาคเอกชน และหมวกกะปิเยาะห์ แนวคิด ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ ข้อมูลการออกแบบลดความสูญเสียการผลิตเครื่องแต่งกาย

แหล่งปฐมภูมิ (Primary source)

ได้ข้อมูลจากการศึกษาและดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การสำรวจทัศนคติผู้ค้าและผู้บริโภคต่างประเทศต่อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
2. การสำรวจสถานะการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตฯ ในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
3. การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์
4. การวิพากษ์ในการออกแบบลดความสูญเสียของผู้ชำนาญการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
5. การประชุมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ (KM) ในการผลิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
6. การทดสอบรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
7. การปรับปรุงรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย ประชากรต่างประเทศ และในประเทศไทย ซึ่งกำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 2,169 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ค้า และผู้บริโภคผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐมาเลเซีย จีน คุไบ บรูไน สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ และอินโดนีเซีย จำนวน 480 คน ประกอบด้วยผู้ค้า 160 คน และผู้บริโภค 320 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในประเทศ จำนวน 2,169 คน

2.1 ผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 180 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม 120 คน จังหวัดละ 40 คน และผู้ผลิตหมวกกะปิเยาะห์ 60 คน จังหวัดละ 20 คน

ผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมใน จ.ปัตตานี ได้แก่ กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านลางา อ.บายอ และกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านกระหวะ อ.บายอ จ.ยะลา ได้แก่ กลุ่มสตรีสัมพันธ์ (จือแร่ว่มใจ) และกลุ่มปักจักรนีนอดีไซด์ และ จ.นราธิวาส ได้แก่ กลุ่มพัฒนาอาชีพปักจักรบ้านไอร์ซือเร๊ะ

ผู้ผลิตหมวกกะปิเยาะห์ใน จ.ปัตตานี ได้แก่ กลุ่มหมวกกะปิเยาะห์ บ้านสะแดห์วา จ.ยะลา ได้แก่ กลุ่มหมวกกะปิเยาะห์บ้านบูเก๊ะจือฆา และ จ.นราธิวาส ได้แก่ กลุ่มกะปิเยาะห์บ้านไอร์ปาเซร์

2.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ 790 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิต 136 คน ผู้บริโภค 420 คน นักวิชาการ และผู้แทนภาครัฐ 120 คน บุคลากรภาคเอกชน 114 คน

2.3 ผู้ชำนาญการในการออกแบบลวดลายเครื่องแต่งกาย 9 คน

2.4 ผู้บริโภคที่ใช้ในการทดสอบมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จำนวน 590 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้แบบสำรวจต่อไปนี้

1. ทศนคติผู้ค้าและผู้บริโภคต่างประเทศต่อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

2. สภาวะการผลิตและการตลาดผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

3. ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์

4. การวิพากษ์ในการออกแบบลดทอนของผู้ชำนาญการและการประชุมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ในการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีนุสลิและหมวกกะปิเยาะห์ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผสมสตรีนุสลิและหมวกกะปิเยาะห์ในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

5. การสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีนุสลิและหมวกกะปิเยาะห์ รวมทั้งมูลค่าที่ผลิตจากการออกแบบลดทอนใหม่ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ลักษณะของเครื่องมือ

ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบจำแนกประเภทข้อมูล (Typological analysis) เป็นแบบเติมข้อความในเกณฑ์คุณลักษณะข้อมูลซึ่งใช้เป็นตัวจำแนกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามข้อมูล เป็นหมวดหมู่ตามข้อมูลที่มีอยู่ร่วมกันหรือคล้ายคลึงกัน

2. แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เป็นแบบสอบถาม ที่มีรายการที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ

3. แบบมาตราประมาณค่า

เกณฑ์ในการให้คะแนนของเครื่องมือแบบมาตราประมาณค่า (Summate Rating Seale)

5 ระดับ ตามแบบของ ลิเคอร์ท์ (Likert)

ระดับของทัศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น	ระดับคะแนน
ระดับมากที่สุด	5
ระดับมาก	4
ระดับปานกลาง	3
ระดับน้อย	2
ระดับน้อยที่สุด	1

การแปลความหมายของคะแนน

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

- 4.50 – 5.00 ทศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น มากที่สุด
 3.50 – 4.49 ทศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น มาก
 2.50 – 3.49 ทศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น ปานกลาง
 1.50 – 2.49 ทศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น น้อย
 1.00 – 1.49 ทศนคติ / ความสำคัญของความคิดเห็น น้อยที่สุด

4. แบบเติมข้อความในข้อเสนอนេះ (ชุดที่ 1-8)

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการอ่าน และปรับปรุงแก้ไข 5 คน โดยใช้วิธีพิจารณาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และการพิจารณา ความชัดเจนของภาษา ใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) ผลจากการประเมิน พบว่าแบบสอบถามทุกฉบับมีค่าความสอดคล้อง เป็น 0.92 ,0.91, 0.93 ตามลำดับ

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความ เที่ยงตรงแล้วไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างแล้ว คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของอัลฟา ด้วยสูตร Pearson Product Moment of Correlation โดยได้ค่า อัลฟา (Alpha) ของแบบสอบถามชุดที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 และ 8 เป็น 0.93, 0.95, 0.92, 0.94, 0.95, 0.92, 0.97 และ 0.93 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิจัยและพัฒนา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนา (R&D) ใน 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 (Phase I)

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประกอบด้วย

1. สัมภาษณ์ผู้ค้าและผู้บริโภคต่างประเทศ (ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐมาเลเซีย จีน คุไบ บรูไน สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ และอินโดนีเซีย) ต่อผู้ควบคุมผสมสตรีมูสลิม และหมวก

กะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยเป็นผู้ค้า จำนวน 160 คน และเป็นผู้บริโภค 320 คน

2. สสำรวจสถานะการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เพื่อให้ทราบข้อมูลพื้นฐาน ปัญหา และความต้องการความช่วยเหลือในการผลิตและการตลาด รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศ

3. สสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ เพื่อใช้ข้อมูลกำหนดปัจจัยที่ใช้พยากรณ์การตัดสินใจของผู้บริโภค

ระยะที่ 2 (Phase II)

การสร้างรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ ประกอบด้วย

1. การจัดการโดยการวิพากษ์เพื่อการออกแบบลวดลายใหม่ของผู้ชำนาญการสาขาวิชาการออกแบบลายผ้าและสิ่งทอ ประธานกลุ่มผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม ประธานกลุ่มผู้ผลิตหมวกกะปิเยาะห์ และนักวิชาการด้านการจัดการ เพื่อวิพากษ์เลือกลายผ้า และการประดับตกแต่งจากสิ่งทอที่ตีพิมพ์ในวารสารด้านการออกแบบลวดลายระดับนานาชาติ จากลายปักของประเทศนอร์เวย์ ลายดอกไม้จากประเทศฮังการี ตุรกี จีน เซอร์เบีย ไชปีเรีย ซาอุดีอาระเบีย และฮังการี ประกอบการพิจารณาร่วมกับวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวมุสลิม เพื่อออกแบบลวดลายใหม่ของผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ให้กับผู้ผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการวิพากษ์โดยใช้ความรู้พื้นฐานการออกแบบลวดลาย ของวารสารการออกแบบลวดลาย

2. การจัดการความรู้ (KM) ผู้ผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยการจัดประชุมกลุ่มและดำเนินงานในด้านต่างๆ โดยการนำลวดลายใหม่จากการวิพากษ์มาออกแบบและผลิตโดยความร่วมมือระหว่างประธานกลุ่มและกลุ่มผู้ผลิตในท้องถิ่น

ระยะที่ 3 (Phase III)

การทดสอบรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ การทดสอบประกอบด้วย การทดสอบผลิตภัณฑ์โดยให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาที่ประกอบด้วย 1) ท่านทูตพาณิชย์ สาธารณรัฐอิสลามอิหร่านแห่งประเทศไทย Mr. Aliakbar Nazari Second Secretary (Economic) ประธานเปิดงานสัมมนาการประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผมสตรีและหมวกกะปิเยาะห์ 2) นักวิชาการ 3) ผู้ชำนาญการ 4) ผู้ผลิต 5) ผู้บริโภค และ 6) สื่อมวลชน ประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 7 และ Thai PBS

ในการทดสอบดำเนินการโดยวิธี 1) SWOT analysis 2) การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามลวดลายเก่าและลวดลายใหม่ 3) การเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยในการ

ดำเนินการวิจัยได้รับคำปรึกษาจากประธานกลุ่มผู้ผลิตเพื่อบริหารจัดการ KM เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เวลาให้คำปรึกษา 6 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม – 31 สิงหาคม 2551

ระยะที่ 4 (Phase IV)

การปรับปรุงรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ โดยการนำข้อเสนอแนะการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแต่ละกลุ่มแล้วนำผลิตภัณฑ์มาทดสอบ ดังนี้

1. การทดสอบห่มวกกะปิเยาะห์ โดยทดสอบในงานนิทรรศการกอรี่ ณ อิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทย
2. การทดสอบผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม ที่งาน Made in THAILAND special ณ อิมแพคเมืองทองธานี

ระยะที่ 5 (Phase V)

เผยแพร่งานวิจัย โดยเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในรายการต่างๆ ดังนี้

1. รายการเฉลิมพระชนม์พรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ออกอากาศ ณ วันที่ 12 สิงหาคม 2551 สถานีโทรทัศน์ Thai PBS
2. รายการจารึกไว้ในแผ่นดิน ตอน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้กับเศรษฐกิจพอเพียง ออกอากาศ ณ วันที่ 14-15 กันยายน 2551 สถานีโทรทัศน์ช่อง 5
3. ข่าวหลังรายการข่าวในพระราชสำนัก ออกอากาศ ณ วันที่ 8 สิงหาคม 2551 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11 (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การจัดอันดับ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และสถิติร้อยละ
2. สถิติพยากรณ์ คือ Stepwise Regression Analysis