

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี  
ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี  
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณี  
ของลูกค้ายุคอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี  
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

รายละเอียดในการดำเนินงานเป็นดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี  
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าอัญมณีที่เป็นสมาชิกชมรม  
อัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 180 คน

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด  
จังหวัดตากที่เป็นสมาชิกชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี  
พ.ศ. 2550 จำนวน 123 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน  
(Krejcie & Morgan) โดยจำแนกได้ดังนี้

1. กรรมการชมรมอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 15 คน
2. สมาชิกชมรมอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 108 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นแบบแบบมาตราส่วนประมาณค่า และแบบปลายเปิด

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

สำหรับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการ โดยให้ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ให้คำปรึกษา

2. กำหนดกรอบ และสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมถึงความต้องการของลูกค้าอัญมณี

3. นำแบบสอบถาม เสนอให้ประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาแก้ไขปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ ทำการตรวจสอบ เพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

4.1 รศ.ดร. ทวนทอง เขาวงกตพิงศ์ อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.2 ผศ.ดร. สุนทรี ดวงทิพย์ อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.3 ผศ.ดร. มะลิวัลย์ ตันตีสันติสม อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.4 นางสุรีรัตน์ เครือวงษ์ ประธานชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

4.5 นายเสียน เพ็ญดี รองประธานชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

5. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Conongruence: IOC) แล้วเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป สำหรับข้อที่ใช้ได้มีค่า IOC

ตั้งแต่ 0.60 - 1.00 พร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญนำมาปรับปรุงแก้ไข และเสนอประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาก่อนนำไปทดลองใช้

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่ม ที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความชัดเจนของข้อคำถาม

7. นำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขปรับปรุงแล้ว ขอรับความเห็นชอบจากประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

8. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

มีรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึง ชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

2. ส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือแจ้งขอความร่วมมือในการวิจัยด้วยตนเอง

3. นำแบบสอบถามที่รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ ตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ

2. วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปตาราง

หาค่าบรรยาย

3. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำไป เปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ปัญหาทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ปัญหาทางการตลาดอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปัญหาทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ปัญหาทางการตลาด อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ปัญหาทางการตลาด อยู่ในระดับน้อยที่สุด

## ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณี ของลูกค้ายูนิคิตี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ายูนิคิตี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ.2550

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ายูนิคิตี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ.2550 จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของยามานะ (Yamane) ที่ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างลูกค้ายูนิคิตี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ดังนี้

1. ลูกค้ายูนิคิตีบริเวณตลาดริมแม่น้ำเมย อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้ายูนิคิตีที่เป็นลูกค้ายูนิคิตีริมแม่น้ำเมย และนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 60 วัน
2. ลูกค้ายูนิคิตีบริเวณตลาดร้านค้าอัญมณีหน้าโรงแรมสยาม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว และพ่อค้า รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้ายูนิคิตี จำนวน 200 คน ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 60 วัน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก
- ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้ายูนิคิตี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีตัวเลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

สำหรับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการ โดยให้ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ให้คำปรึกษา
2. กำหนดกรอบ และสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมถึงความต้องการของลูกค้ายูนิคิตี

3. นำแบบสอบถาม เสนอให้ประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาแก้ไขปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ ทำการตรวจสอบ เพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

4.1 รศ.ดร. ทวนทอง เขาวงกิตพิงศ์ อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.2 ผศ.ดร. สุนทรี ดวงทิพย์ อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.3 ผศ.ดร. มะลิวัลย์ ตันตีสันติสม อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4.4 นางสุรียรัตน์ เครือวงษ์ ประธานชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

4.5 นายเสียน เพ็ญติ รองประธานชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

5. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence : IOC) โดยคัดเลือกที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป สำหรับข้อที่ใช้ได้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 - 1.00 พร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญนำมาปรับปรุงแก้ไข และเสนอประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาเพื่อนำไปทดลองใช้

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความชัดเจนของข้อคำถาม

7. นำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขปรับปรุงแล้ว ขอรับความเห็นชอบจากประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

8. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึงชมรมอัญมณีและเครื่องประดับอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

2. ส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือแจ้งขอความร่วมมือในการวิจัยด้วยตนเอง

3. นำแบบสอบถามที่รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปแบบตารางคำบรรยาย
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก วิเคราะห์การหาค่าร้อยละ โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย การแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ดังนี้
  - ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีอยู่ในระดับมากที่สุด
  - ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีอยู่ในระดับมาก
  - ค่าเฉลี่ย 2.50 – 2.49 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีอยู่ในระดับปานกลาง
  - ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีอยู่ในระดับน้อย
  - ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

#### ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ประชาชนและคณะกรรมการชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 4 คน
2. ประชาชนและคณะกรรมการกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 10 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสนทนากลุ่ม (Focus Groups Discussion) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประสานงานและขอความร่วมมือจากชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอมะสออด จังหวัดตาก

2. กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการค้าอัญมณีและกรรมการชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอมะสออด จังหวัดตาก

3. กำหนดเวลา และสถานที่ในการสนทนากลุ่ม

4. การเตรียมการในการดำเนินการสนทนากลุ่ม

4.1 การเตรียมทีมวิทยากร

4.2 การเตรียมหัวข้อสนทนา ได้แก่ สภาพและปัญหาทางการตลาดรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอมะสออด จังหวัดตาก เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก

4.3 เตรียมคณะทำงาน

4.4 จัดเตรียมการประเมินผล

5. ขั้นตอนดำเนินการ โดยมีกรดำเนินการการสนทนากลุ่ม ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก ประกอบด้วยการสนทนากลุ่ม และแบบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและปัญหาทางการตลาดรวมทั้งข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าเขตอำเภอมะสออด จังหวัดตาก เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูล จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2 ขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก โดยพิจารณาจากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก โดยให้ประธานกรรมการของชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอมะสออด จังหวัดตาก และประธานและคณะกรรมการกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรม อำเภอมะสออด จังหวัดตากเป็นผู้ร่วมกันพิจารณาโดยใช้วิธี วิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก แล้วกำหนดเป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึงชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอมะสออด จังหวัดตาก และกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรม อำเภอมะสออด จังหวัดตาก

2. เก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนากลุ่ม โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์  
ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ในเชิงเหตุผลให้มีความสัมพันธ์ในการเกี่ยวข้องกัน  
กับข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2