

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของ ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ มีรายละเอียดในการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา
2. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. ระยะเวลาในการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษากระบวนการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบกับการดำเนินงานของกิจการ โดยใช้ PEST analysis model
2. การประเมินภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ปัจจัยการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ขาย วัตถุดิบ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และสินค้าหรือบริการทดแทน โดยใช้ Five-force analysis model วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม
3. การวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้ SWOT analysis model
4. การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ภูมูจแห่งความสำเร็จ และเป้าหมายขององค์กรจาก การสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กร เพื่อให้ได้ภาพรวมในอนาคต โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก การแข่งขันในอุตสาหกรรม และสภาพแวดล้อมภายในเป็นข้อมูลในการ กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ
5. การสร้างทางเลือก และกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ โดยใช้ TOWS matrix model

ประชากรที่ใช้ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 54 ราย ประกอบด้วย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ข)

1. ผู้บริหารระดับสูงของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ 1 ท่าน
2. กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และ ลำพูน 15 ท่าน
3. กลุ่มผู้ซื้อเมล็ดพันธุ์ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และ ลำพูน 15 ท่าน
4. ตัวแทนจำหน่ายของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 20 ท่าน
5. ผู้บริหารของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวอื่นๆ ได้แก่ ชัยนาท นครสวรรค์ และพิษณุโลก รวมเป็น 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษา รวบรวมจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์จากผู้บริหารศูนย์เมล็ดพันธุ์ ผู้จัดหา ผู้รับซื้อ และผู้แทนจำหน่าย จำนวน 54 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร สิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของศูนย์เมล็ดพันธุ์ และสถานการณ์ทั่วไปที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ จะนำมาวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยสังเคราะห์และเรียบเรียงจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กร

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาศึกษาและวิเคราะห์รวม 5 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved