

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยได้กำหนดระยะการดำเนินการวิจัยเอาไว้ 5 ระยะ ดังนี้

3.1 วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ในภาพรวม

3.2 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.3 เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.4 เพื่อประเมินคู่มือ และรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.5 สรุปและรายงานผลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม
ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ
จำนวน 2,564 ราย (ข้อมูล : กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2559) โดยในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการ
คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ. 2559 ทั่วประเทศ จำนวน 360 ราย

ระยะที่ 2 : ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีเกี่ยวกับการ
บริหารจัดการเทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่ม ในปีพ.ศ. 2559 ที่
ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว รวมจำนวนทั้งหมด 9 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แผนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบ
เจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒินักวิชาการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปี
ทางด้านการบริหาร ด้านบัญชี ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีอาหาร และด้านเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่ม ที่ได้รับ
การคัดสรรระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในจังหวัดเพชรบุรี และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้าน OTOP
จำนวน 6 คน รวมทั้งหมด 9 คน ดังนี้

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ได้แก่

1. ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานนวัตกรรม

แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

(ประธานการคัดสรรส่วนกลางระดับประเทศ

ภาค ค. ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภัทรา กล้าสกุล | อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการอาหาร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบุรี (กรรมการการคัดสรรระดับจังหวัด ภาค
ก และ ข ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) |
| 3. อาจารย์ ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน ได้แก่

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. คุณวาสนา ไชว์พันธุ์ | หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
สำนักงานพัฒนาชุมชน จ.เพชรบุรี |
| 2. คุณปิยะนุช มนต์ขลัง | นักวิชาการพัฒนาชุมชนระดับชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชน จ.เพชรบุรี |
| 3. คุณกวิตา บุญส่ง | ผู้ประกอบการ OTOP เครื่องดื่ม ระดับ 5 ดาว
(เลขานุการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดกุฎี) |
| 4. คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์ | ผู้ประกอบการ OTOP เครื่องดื่ม ระดับ 5 ดาว
(เจ้าของกิจการ น้ำสามลูกยอ) |
| 5. คุณธิญาภา นนทนาวิณ | ผู้ประกอบการ OTOP เครื่องดื่ม ระดับ 5 ดาว
(ผู้บริหารทั่วไป กลุ่มสมุนไพรไทยแปรรูป
(เลคีวิฟาร์ม) |
| 6. คุณจำลอง นาคนคร | ผู้ประกอบการ OTOP เครื่องดื่ม ระดับ 5 ดาว
(ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดกุฎี ชาสีสห) |

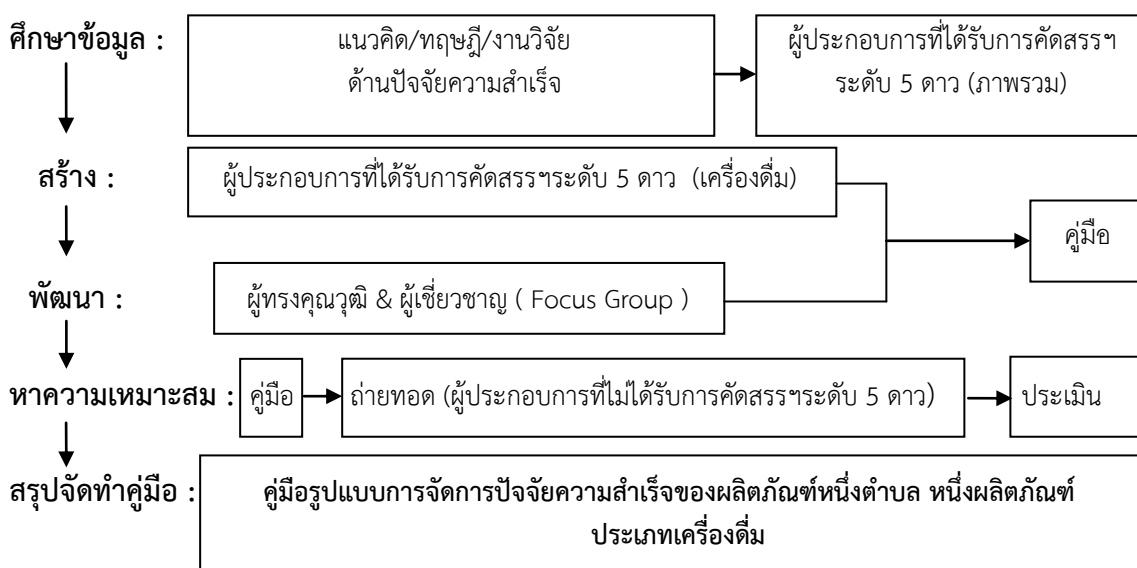
ระยะที่ 3 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ยังไม่ผ่านการ
คัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรร
ระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ
เจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ

ระยะที่ 4 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี ที่ผ่านการรับการถ่ายทอด(อบรม) ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำมาแล้ว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ และผ่านการถ่ายทอด (อบรม) ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำมาแล้ว และอีกส่วนหนึ่งจากผู้ประกอบการที่ได้ดำเนินการตามคู่มือ จำนวน 5 ราย

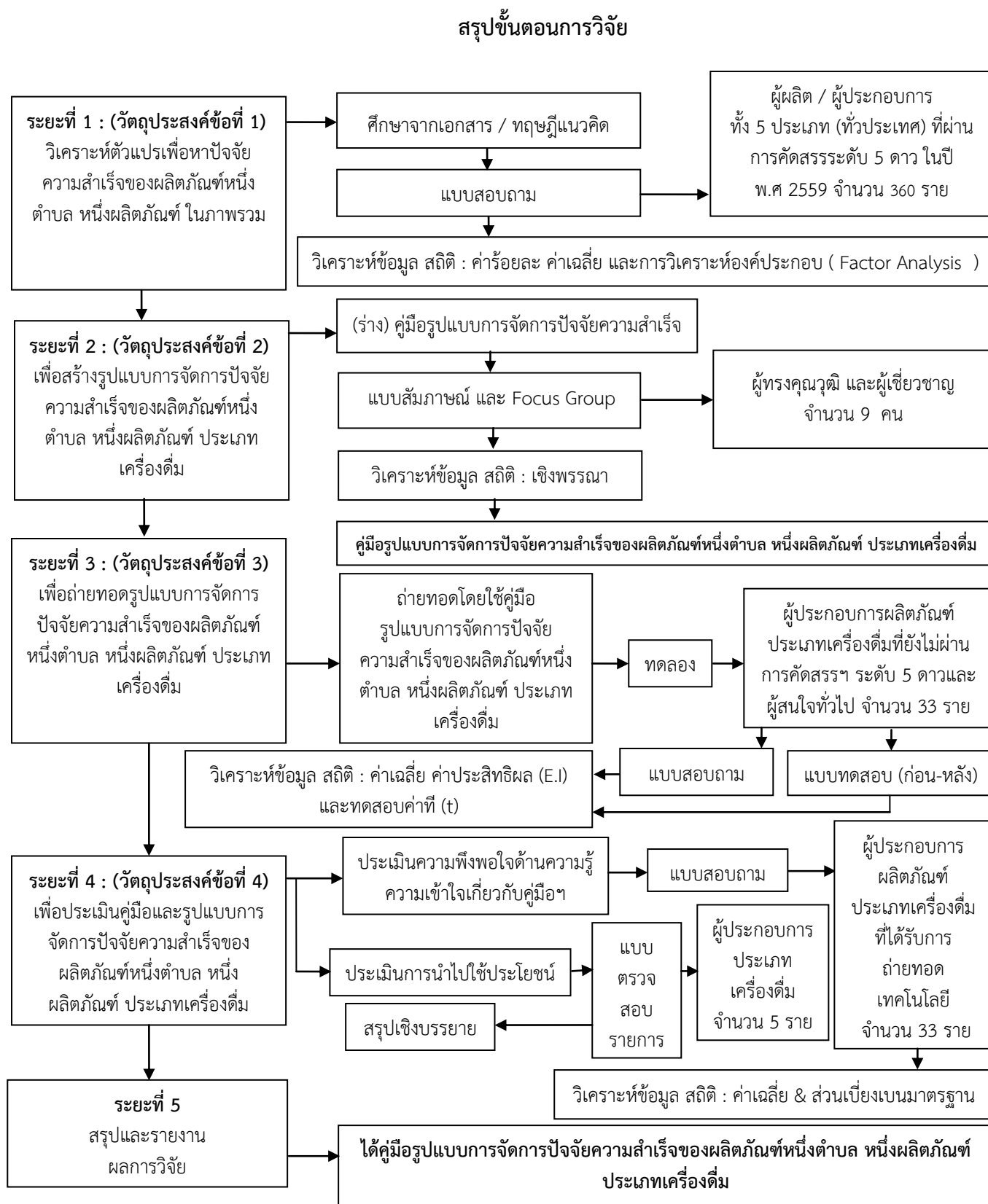
ทั้งนี้การสร้างคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน้ำ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 5 ขั้นตอน พอสรุปได้ดังนี้ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 สรุปกระบวนการสร้างคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

กระบวนการขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัยตามภาพที่ 3.2 สรุปขั้นตอนการวิจัยการพัฒนาแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม



ภาพที่ 3.2 สรุปขั้นตอนการวิจัย การพัฒนารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

จากภาพที่ 3.2 ผู้วิจัยขออธิบายขั้นตอนการวิจัยแต่ละขั้นตอนดังนี้

3.1 ระยะที่ 1 : (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 2,564 ราย (ข้อมูล : กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2559) โดยในการนี้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 360 ราย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเคซีและมอร์แกน (ตารางเคซีและมอร์แกน, อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557 : 49) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 ราย และเพิ่มในส่วนของกลุ่มตัวอย่างประเภทเครื่องดื่มอีก 25 ราย ฉะนั้นการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 360 ราย และต้องไม่ต่ำกว่า 20 เท่าของจำนวนตัวแปร (Comrey and Ray, อ้างถึงใน วินิจ เทือกทอง, 2554) จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – stage sampling) ดังนี้

3.1.1.2.1 การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่ง ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ เป็น อาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

3.1.1.2.2 การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่ง ตามภูมิภาค เป็น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

3.1.1.2.3 จากนั้นเป็นการสุ่มแบบกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของสัดส่วน (probability proportional to size) ตามจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ และแต่ละภูมิภาค ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ และแต่ละภูมิภาคที่ได้รับการคัดสรร
ระดับ 5 ดาว

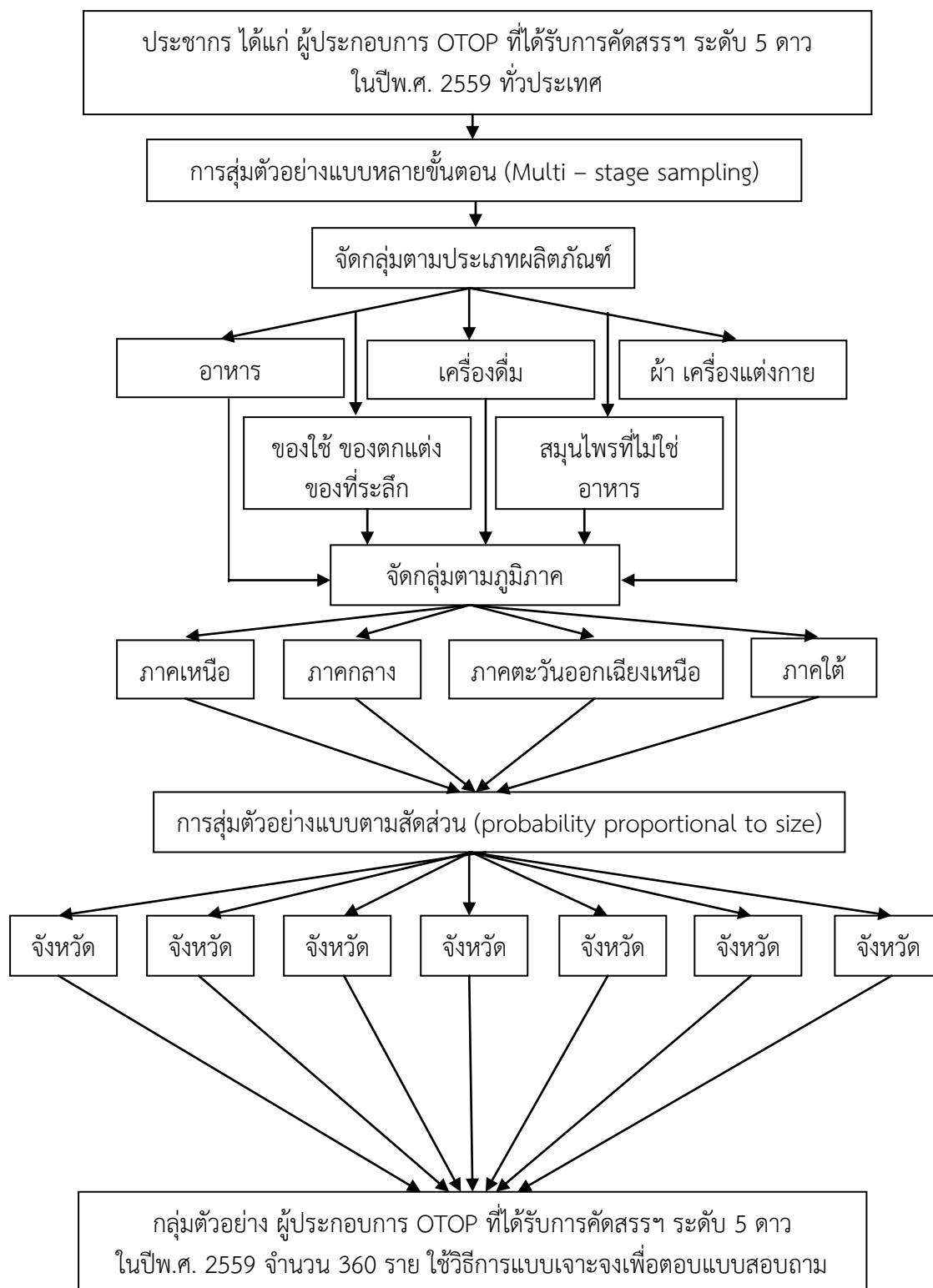
ประเภท	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		รวม (ราย)
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	
อาหาร	203	26	189	25	363	47	196	26	ประชากร 951 กลุ่มตัวอย่าง 124
เครื่องดื่ม	75	20	36	10	48	12	32	8	ประชากร 191 กลุ่มตัวอย่าง 50
ผ้า เครื่องแต่งกาย	146	19	613	80	110	14	65	9	ประชากร 934 กลุ่มตัวอย่าง 122
ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	88	11	45	6	134	18	22	3	ประชากร 289 กลุ่มตัวอย่าง 38
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	34	5	24	3	115	15	26	3	ประชากร 199 กลุ่มตัวอย่าง 26
รวม	546	71	907	119	770	100	341	45	ประชากร 2,564 กลุ่มตัวอย่าง 360

(กรมการพัฒนาชุมชน,2559)

หมายเหตุ : ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรทั่วประเทศ จำนวน 2,564 ราย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเคซีและมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 ราย แต่ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เน้นประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างในส่วน of ประเภทเครื่องดื่มในแต่ละภาคอีกจำนวน 2 เท่าจากที่ได้แบ่งตามโควตาสัดส่วนซึ่งจากเดิมประเภทเครื่องดื่มกลุ่มตัวอย่างเพียง 25 ราย เพิ่มอีก 25 ราย รวมเป็น 50 ราย ดังนั้นภาพรวมกลุ่มตัวอย่างจากเดิม 335 รายก็จะเป็น 360 รายที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

3.1.1.2.4 ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการได้กลุ่มตัวอย่างจากการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 แผนขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

3.1.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.1.2.1 ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี รายละเอียดต่างๆ และทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้แก่ หนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้าน OTOP และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จึงได้ข้อสรุปที่มีการบูรณาการทั้ง 3 ส่วน โดยมีประเด็นจากการศึกษาค้นคว้าดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านการตลาด
- 2) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน
- 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
- 4) ปัจจัยด้านการผลิต
- 5) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ
- 6) ปัจจัยด้านผู้นำ
- 7) ปัจจัยด้านแรงงาน
- 8) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน
- 9) ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.1.2.2 คัดเลือกเนื้อหาที่จะสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.2.3 ทำการออกแบบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นถึงสภาพปัจจัยความสำเร็จว่าอยู่ในระดับใด จากมาตรวัดประมาณค่าแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2553 : 67) ดังนี้

- | | | |
|---|-------------|--------------------|
| 5 | หมายความว่า | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายความว่า | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

3.1.3 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

3.1.3.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

3.1.3.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จำนวน 5 ท่าน โดยเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้อง

ชัดเจนของภาษาที่ใช้ ด้วยการให้คะแนนเพื่อประเมินความสอดคล้องหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555 : 292) ดังนี้

+1 หมายถึง มีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

จากนั้นจึงนำมาเข้าสู่ตารางผลรวมคะแนนความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ หากข้อคำถามใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาตัดทิ้ง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.92

3.1.3.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะใกล้เคียงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คนกระจายอยู่ทุกภาคทั่วประเทศ ทั้งนี้กลุ่มทดลองจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2552 : 133) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.94

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

3.1.4.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือนี้ ได้แก่ การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) คำนวณโดยสูตร (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555 : 292)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3.1.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

3.1.4.3 วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552 : 205) ร่วมกับเทคนิควิธีการในหลักการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก (ดิเรก ศรีสุขโข, 2552 : 6) โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) องค์ประกอบต้องมีค่าผันแปรของตัวแปรทั้งหมดหรือค่าไอเกน (Eigen value) มากกว่า 1.000 ขึ้นไป

2) ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว ในแต่ละองค์ประกอบนั้น จะต้องมีย่านน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ไม่ต่ำกว่า 0.3 (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556 : 117)

3) กำหนดชื่อองค์ประกอบรวมจากตัวแปรสังเกตได้หลายๆตัวแปรที่ร่วมกันชี้วัดปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละองค์ประกอบนั้นๆ

3.1.4.4 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในแต่ละสภาพปัจจัยความสำเร็จ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ด้วยเกณฑ์การประเมินของ เบส (Best, 1997 : 147) แล้วแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.2 ระยะที่ 2 : (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีและผู้เชี่ยวชาญเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่ม ในปีพ.ศ. 2559 ที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว รวมจำนวนทั้งหมด 9 คน ที่จะมาร่วมตอบแบบสัมภาษณ์และเข้าร่วมการระดมความคิดเห็นสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ด้วยการกำหนดคุณสมบัติดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ นักวิชาการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปี ทางด้านการบริหาร ด้านบัญชี ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีอาหาร และด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม รวม 3 คน ได้แก่ ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภัทรา กล้าสกุล และ ดร.วัชร เวชประสิทธิ์

3.2.1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในจังหวัดเพชรบุรี และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้าน OTOP รวม 6 คน ได้แก่ คุณวาสนา ไชวพันธ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณกวิตา บุญส่ง คุณสุรพงษ์ ลิ่มสุคนธ์ คุณชัญญา นนทาวริน และคุณจำลอง นาคนคร

3.2.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 นำมาสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเตรียมจัดทำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน้ำ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview form) โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา เพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาโครงสร้างและเนื้อหา การจัดทำคู่มือ รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ จากแต่ละด้านดังนี้

- 1) เครือข่ายความร่วมมือ
- 2) การเงิน การบัญชี
- 3) ผลิตภัณฑ์
- 4) บริหารจัดการแรงงาน
- 5) สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก
- 6) การผลิต
- 7) ผู้นำ
- 8) การบริหารจัดการ
- 9) การตลาด
- 10) ความเข้มแข็งของชุมชน

3.2.2.2 จัดทำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ

3.2.2.3 จัดทำแบบสัมภาษณ์ตามประเด็นของแต่ละด้านเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้เรียนรู้

3.2.2.4 จัดดำเนินการระดมความคิดระดมความคิดเห็นสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 1 วัน

3.2.2.5 สรุปจัดทำ คู่มือรูปแบบการจัดการ ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำต่อไป

3.2.3 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

3.1.3.1 นำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) คู่มือ

3.1.3.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ร่วมกับคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่จัดสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

จะทำการวิเคราะห์โดยการตีความหมายในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสรุปประเด็น (Thematic analysis) โดยการใช้ตารางสรุป

3.3. ระยะที่ 3 : (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2.1 คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

3.3.2.2 แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เกี่ยวกับ คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยใช้แบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจก่อนและหลังการอบรมเกี่ยวกับคู่มือ (เป็นฉบับเดียว) จำนวน 1 ฉบับ มี 20 ข้อ แบบทดสอบเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) มี 4 ตัวเลือกเนื่องจากเป็นที่นิยมโดยทั่วไป(บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2547 : 273) โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.3.2.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการเกี่ยวกับการวัดและประเมินผลแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3.3.2.2.2 คัดเลือกเนื้อหาที่จะนำมาทดสอบ ให้สอดคล้องและครอบคลุมปัจจัยทั้ง 10 ด้าน

3.3.2.2.3 สร้างแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเกี่ยวกับคู่มือเพื่อใช้ทดสอบก่อนอบรมและหลังการอบรม เป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) มี 4 ตัวเลือก 1 ฉบับ มี 25 ข้อ (หลังจากหาค่าความเชื่อมั่นแล้วปรับปรุงเหลือแค่ 20 ข้อ)

3.3.2.3 แบบสอบถามสภาพความพึงพอใจต่อการอบรม จำนวน 13 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาและวิทยากร ด้านบริหารจัดการ ด้านความรู้และการนำไปใช้ โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นถึงสภาพความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมอบรมอยู่ในระดับใด จากมาตรวัดประมาณค่าแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (พิชิต ฤทธิ์เจริญ, 2553 : 67) ดังนี้

- 5 หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
- 3 หมายความว่า มีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3.2.4 ถ่ายทอดเทคโนโลยีในอีกรูปแบบหนึ่ง คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านหน้าเพจของคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้อีกทางหนึ่งด้วย

3.3.3 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

3.3.3.1 นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบทดสอบและแบบสอบถาม

3.3.3.2 นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบ จากอาจารย์ที่ปรึกษา ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะใกล้เคียงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน ทั้งนี้กลุ่มทดลองจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

3.3.3.4 นำแบบทดสอบหลังการทดลองใช้ (Try out) แล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ค่าความยากง่าย และค่าอำนาจจำแนก เพื่อให้ได้แบบทดสอบที่สมบูรณ์ที่สุด โดยใช้สูตรของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน สูตรที่ 21 (Kuder – Richardson –KR-21) ได้แบบทดสอบ 1 ฉบับ มีจำนวน 20 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.86

3.3.3.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา แล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จำนวน 5 ท่าน โดยเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ ด้วยการให้คะแนนเพื่อประเมินความสอดคล้องหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) (พิชิต ฤทธิ์จัญญ, 2555 : 292) ดังนี้

- +1 หมายถึง มีความสอดคล้อง
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

จากนั้นจึงนำมาเข้าสู่ตารางรวมคะแนนความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ หากข้อคำถามใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาตัดทิ้ง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.89

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

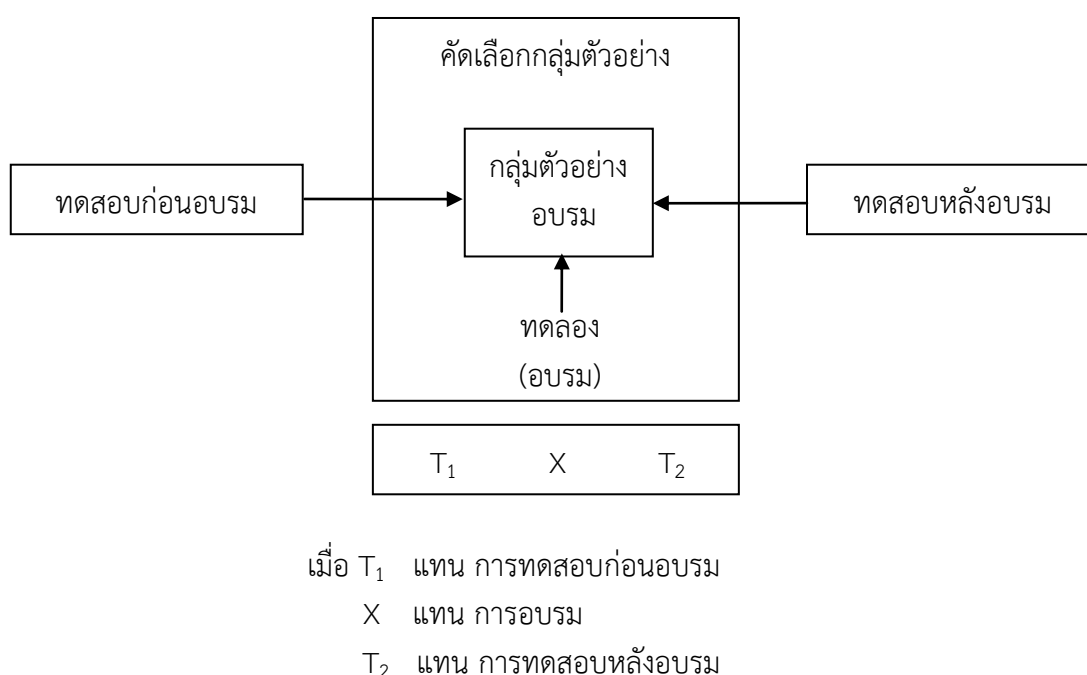
3.3.4.1 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าความยากง่าย และค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความรู้ ความเข้าใจ ของคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยใช้สูตรของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน สูตรที่ 21 (Kuder – Richardson –KR-21)

สรุปได้ค่าความยากง่าย (p) มากกว่า 0.2 ขึ้นไปทุกข้อ อยู่ระหว่าง 0.50 ถึง 0.80 ถือว่าแบบทดสอบฉบับนี้ความยากง่ายอยู่ในระดับที่เหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้

สรุปค่าอำนาจจำแนก (r) มากกว่า 0.2 ขึ้นไปทุกข้อ อยู่ระหว่าง 0.38 ถึง 0.55 ถือว่าแบบทดสอบฉบับนี้มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับที่ใช้ได้

3.3.4.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความรู้ ความเข้าใจคู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ก่อนการอบรม และหลังการอบรมด้วยการทดสอบที แบบไม่เป็นอิสระแก่กัน (t-test dependent) โดยกำหนดนัยสำคัญที่ 0.05

3.3.4.3 การวิเคราะห์ดัชนีประสิทธิผล (E.I.) การเรียนรู้ของผู้เข้าอบรมแต่ละคน ผู้วิจัยนำคำตอบที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบทดสอบก่อนการอบรม และแบบทดสอบหลังการอบรม มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพการอบรม ในการดำเนินการทดลองอบรมความรู้ ความเข้าใจในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบการทดลองแบบหนึ่งกลุ่มทดสอบก่อน-ทดสอบหลัง (One group pretest-posttest design) ดังภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.4 แผนแบบการทดลองอบรม

และสำหรับการวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพการอบรม ได้ค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) รายบุคคลมากกว่า 0.60 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 ทุกคน และดัชนีประสิทธิผล (E.I.) รวมเท่ากับ 0.714 หรือร้อยละ 71.43

ระยะที่ 4 : (วัตถุประสงค์ข้อที่ 4) เพื่อประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.1 ประเมินคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่ม ที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี ที่ผ่านการรับการถ่ายทอด(อบรม)ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มมาแล้ว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรฯระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ และผ่านรับการถ่ายทอด(อบรม)ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มมาแล้ว

4.1.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับประเมินสภาพความพึงพอใจคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

4.1.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวัดและประเมินผล โดยเฉพาะการสร้างแบบสอบถามวัดเจตคติหรือความพึงพอใจต่อการเรียนรู้

4.1.2.2 ทำการสร้างแบบสอบถามสภาพความพึงพอใจต่อคู่มือ จำนวน 18 ข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบของคู่มือ ด้านเนื้อหาของคู่มือ ด้านประโยชน์ของคู่มือ โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นถึงสภาพความพึงพอใจคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จว่าอยู่ในระดับใด จากมาตรวัดประมาณค่าแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2553 : 67) ดังนี้

5	หมายความว่า	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายความว่า	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายความว่า	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายความว่า	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายความว่า	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.1.3 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

4.1.3.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

4.1.3.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะ ของอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จำนวน 5 ท่าน โดยเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ ด้วยการให้คะแนน เพื่อประเมินความสอดคล้องโดยการหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555 : 292) ดังนี้

+1 หมายถึง มีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

จากนั้นจึงนำมาเข้าสู่ตารางผลรวมคะแนนความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ หากข้อคำถามใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาตัดทิ้ง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.85

4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

4.1.4.1 สถิติที่ใช้ ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) คำนวณโดยสูตร (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555 : 292)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

4.1.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.1.4.3 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในแต่ละสภาพความพึงพอใจต่อคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ด้วยเกณฑ์การประเมินของ เบส (Best, 1997 : 147) แล้วแปลความหมายดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.2 ประเมินรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในจังหวัดเพชรบุรี ที่ผ่านการรับการถ่ายทอด(อบรม)ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มมาแล้ว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จำนวน 5 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ และผ่านการถ่ายทอด (อบรม) ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มมาแล้ว

4.2.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบประเมินรายการตรวจสอบก่อน – หลัง เพื่อประเมินเกี่ยวกับการนำไปใช้การดำเนินการตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.2.3 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

4.2.3.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินรายการตรวจสอบ

4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลแบบประเมินรายการตรวจสอบก่อนเข้ารับการอบรม – หลังการอบรม ซึ่งได้นำคู่มือไปใช้งานสักระยะหนึ่งประมาณ 3 สัปดาห์ โดยการสรุปใช้ตารางเปรียบเทียบพร้อมบรรยาย