

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน ประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วนและแต่ละส่วนมีความสำคัญต่อการจัดการตลาดธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินทั้งสิ้น การศึกษาการผลิตและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ได้อาศัยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยได้นำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยไว้เป็นลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
4. การเก็บข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ เจ้าของธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 ร้าน แบ่งเป็น ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่ผลิตเป็นส่วนใหญ่ ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่ขายเป็นส่วนใหญ่ และร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่ผลิตและขายเท่า ๆ กัน

จากการสำรวจจำนวนร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อจำกัดในเรื่องของที่ตั้งร้านหัตถกรรมเครื่องเงิน กล่าวคือ ในส่วนของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่ผลิตเป็นส่วนใหญ่ มักจะมีที่ตั้งร้านอยู่ในแหล่งอื่น ไม่สามารถสำรวจได้ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงรวบรวมจำนวนร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย เท่าที่สำรวจพบ จำนวน 21 ร้าน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ทำการผลิต มีจำนวน 2 ร้าน เก็บข้อมูลจำนวน 2 ร้าน
 2. กลุ่มผู้ทำการค้า มีจำนวน 2 ร้าน เก็บข้อมูลจำนวน 2 ร้าน
 3. กลุ่มผู้ผลิตและขายเท่า ๆ กัน มีจำนวน 17 ร้าน เก็บข้อมูลจำนวน 4 ร้าน
- ในการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกสัมภาษณ์ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินทั้ง 3 กลุ่ม รวมจำนวน

8 ร้าน

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แยกประเภทของข้อมูลไว้ 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

ได้แก่ ข้อมูลที่มีบุคคล ห้องสมุด หรือหน่วยงานอื่นๆ เก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น ตำราทางวิชาการ หนังสือ สิ่งพิมพ์ บทความและรายงานจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต เจ้าของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่บ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม จำนวน 8 ร้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์เจ้าของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง เพื่อศึกษาถึงการตลาดของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่ครอบคลุมส่วนผสมทางการตลาด 4 P's คือ ทางด้านสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางนัดหมายและสัมภาษณ์เจ้าของร้านด้วยตนเอง โดยแบบสัมภาษณ์มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของร้านหัตถกรรมเครื่องเงิน

2. ข้อมูลด้านการผลิต

3. ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตลาด แบ่งเป็น

3.1 การกำหนดกลยุทธ์การตลาด คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ปัญหาของธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน

3.3 สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของหัตถกรรมเครื่องเงิน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ค้นคว้าจากห้องสมุด คือ ห้องสมุดกลาง ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ วัดศรีสุพรรณ กำปงหลายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเว็บไซต์ (website) ที่เกี่ยวข้อง
2. ในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) การสัมภาษณ์ ได้ทำหนังสือจาก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อแนะนำตัวและขอความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องในการให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามกำหนดการที่นัดหมายและแผนการดำเนินงานที่ได้วางไว้
3. ผสมทางการตลาด 4 P's โดยเก็บข้อมูลรอบด้าน ดังภาพ 5



ภาพ 5 เกี่ยวกับที่มาของแหล่งข้อมูลรอบด้านในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการนำสัมภาษณ์เจ้าของ
ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย จำนวน 8 ร้าน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ
เชิงพรรณนา

ระยะเวลาในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ จะใช้เวลา 12 เดือน คือ เริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2548 ถึง
เดือนธันวาคม 2549