

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนคือ สถานที่ในการดำเนินการวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ระยะเวลาในการศึกษาและงบประมาณการทำวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัยคือพื้นที่ เขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่จดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด และจดทะเบียนร้านค้าแล้ว ในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นร้านค้าดังต่อไปนี้

1. ห้างหุ้นส่วนนิติค้าวัสดุก่อสร้าง จำกัด
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญวิสาหกิจ จำกัด
3. ห้างหุ้นส่วนวิสาหกิจค้าวัสดุก่อสร้าง จำกัด
4. ห้างหุ้นส่วนแม่สาววัสดุก่อสร้าง จำกัด
5. ร้านสกุลทอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการค้าข้าวสาคูก่อสร้าง ในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มเป้าหมาย 5 ร้านค้าเพื่อนำไปสู่กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น หอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ หอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แนวคำถาม (Guideline) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการสอบถามผู้ประกอบการทั้ง 5 รายเพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์การตลาด นำข้อมูลมาวิเคราะห์ แปลความหมาย สรุป และรายงานผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แนวคำถามที่ผู้ทำวิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ และแบบประเมินความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสอบถามผู้ประกอบการร้านข้าวสาคูก่อสร้าง นำมาวิเคราะห์เรียบเรียงเชิงพรรณนา (Description report) และทำการเขียนอธิบายและข้อเสนอแนะ