

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา ตรวจสอบความเหมาะสมของการระบุปัญหาเป้า ตรวจสอบความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ ตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์ ตรวจสอบความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรในบริบท มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- แผนแบบและขั้นตอนการวิจัย
- เครื่องมือการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย เจ้าของกิจการจำนวน 1 คน พนักงานจำนวน 2 คน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 จำนวน 1,592 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงาน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 ที่สามารถติดต่อได้จำนวน 310 คน โดยใช้เกณฑ์ตามตารางของเคอร์ซีเยและมอร์แกน (Kerjcie & Morgan)

แผนแบบและขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุยุทธศาสตร์การพัฒนา

ผู้วิจัยทำการเลือกยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จคือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ตามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและได้ทำการทดลองใช้ไปแล้วตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบของการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนา ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ตามขั้นตอนของการระบุยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1) การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา

1.1) ปัญหาทุกขั้วร้อน ได้แก่ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยน้อย

1.2) ปัญหาปัจจัย ได้แก่ พนักงานขาดทักษะความชำนาญในงาน ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี

1.3) ปัญหาสืบเนื่อง ได้แก่ รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย

2) การระบุปัญหาเป้า จากการที่ได้วิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนาข้างต้น พบว่า พนักงาน

ขาดทักษะความชำนาญในงาน และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านน้อยส่งผลให้รายได้ของกิจการน้อย ผู้วิจัยได้เลือกปัญหาเป้าที่จะดำเนินการแก้ไข คือ ขาดการส่งเสริมการตลาดทำให้ลูกค้าน้อย

3) การกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ คือ สร้างการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการ

4) การสร้างหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์มี ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกปัญหาเป้า เป้าหมายของยุทธศาสตร์และการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่กล่าวไว้ผู้วิจัยได้สร้างหน่วยระบบการทำงานของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 2 หน่วยระบบทำงาน ดังนี้

หน่วยระบบทำงานที่ 1 การส่งเสริมการตลาด

I(Input)	P(Process)	O(Output)
I_1 = เจ้าของกิจการ	P_1 = กระบวนการโฆษณา	O_1 = ลูกค้ารับรู้และเข้ามาใช้
I_2 = พนักงานในร้าน	ประชาสัมพันธ์	บริการเพิ่มขึ้น
I_3 = แผ่นพับ	P_2 = กระบวนการอบรมพนักงาน	O_2 = พนักงานมีทักษะความ
I_4 = สถานที่อบรม	P_3 = กระบวนการส่งเสริมการขาย	ชำนาญเพิ่มขึ้น
I_5 = ระยะเวลาอบรม		
I_6 = เอกสารการอบรม		
I_7 = งบประมาณ		

การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนพฤษภาคม 2547 ทางร้านหัตถศิลป์ไทย ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการแจกแผ่นพับแนบไปกับหนังสือพิมพ์ โดยจ้างร้านขายหนังสือให้ทำการแนบแผ่นพับไปพร้อมกับหนังสือพิมพ์ที่ทำการขายให้กับลูกค้ารวมถึงหนังสือพิมพ์ที่นำไปส่งตามบ้านและสำนักงาน อีกทั้งยังจ้างบุรุษไปรษณีย์แจกแผ่นพับตามบ้านในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง รวมทั้งมีการแจกแผ่นพับให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการในร้านเพื่อนำไปแจกให้กับคนรู้จัก

ในด้านการอบรมพนักงานเป็นการส่งเสริมการตลาดด้วยการขายโดยใช้พนักงานขายเนื่องจากว่าทางร้านหัตถศิลป์ไทยได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการนวดแผนไทย ซึ่งเป็นงานบริการจึงได้มีการจัดอบรมให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นการอบรมที่จัดขึ้นเองภายในร้าน และการส่งพนักงานไปอบรมนอกสถานที่ เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะและความชำนาญให้กับพนักงาน การจัดอบรมให้กับพนักงานมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เดือนมิถุนายน 2547 อบรมพนักงานเกี่ยวกับการนวดแผนไทย โดยเจ้าของกิจการ

เดือนสิงหาคม 2547 ส่งพนักงานไปฝึกหลักสูตรการฝึกยกระดับฝีมือ สาขาการนวดเพื่อสุขภาพ ที่ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสมุทรสาคร

เดือนกันยายน 2547 ส่งพนักงานไปอบรมการนวดเท้าเพื่อสุขภาพ ที่สาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร

เดือนตุลาคม 2547 ส่งพนักงานไปทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาอาชีพการแพทย์แผนไทย ประเภทการนวดแผนไทย ระดับ 1 (ขั้นต้น) ทดสอบโดยศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสมุทรสาคร

การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการส่งเสริมการขาย ทางร้านหัตถศิลป์ไทยได้ทำการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธีการขายคอร์ส ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

- 1) นวดเท้า 10 ครั้ง ราคา 1,800 บาท แถม 1 ครั้ง
- 2) นวดตัว 10 ครั้ง ราคา 2,000 บาท แถม 1 ครั้ง
- 3) นวดน้ำมัน 10 ครั้ง ราคา 4,000 บาท แถม 1 ครั้ง
- 4) นวดคลายไขมัน 10 ครั้ง ราคา 1,500 บาท แถม 1 ครั้ง

หน่วยระบบทำงานที่ 2 การบริการเพื่อสร้างความประทับใจ

I(Input)	P(Process)	O(Output)
I_1 = ลูกค้า	P_1 = กระบวนการบริการลูกค้า	O_1 = ลูกค้ามีความพึงพอใจ
I_2 = พนักงานในร้าน		
I_3 = อุปกรณ์การบริการ		
I_4 = ร้านหัตถศิลป์ไทย		

การบริการที่สร้างความประทับใจเป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย โดยทางร้านหัตถศิลป์ไทยมีการจัดเตรียมการบริการไว้ให้ลูกค้าดังนี้ ได้มีการจัดเตรียมชุดไว้สำหรับผู้ที่มาใช้บริการนวด มีตู้ล็อกเกอร์ไว้สำหรับเก็บสิ่งของต่างๆ ของลูกค้าที่มาใช้บริการนวด สถานที่นวดติดแอร์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการมีความสะอาด เช่น ชุดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการนวด ที่นอนสำหรับนวดตัว เตียงสำหรับนวดเท้า สถานที่ต่างๆ ภายในร้านมีความสะอาดและเป็นระเบียบ เช่น ห้องอบสมุนไพร ห้องน้ำ มีเครื่องต้มสมุนไพร บริการหลังการนวด มีที่นั่งสำหรับผู้ที่มา รอ มีนิตยสาร หนังสือ ทิว และเครื่องดื่มไว้บริการสำหรับลูกค้าที่นั่งรอ พนักงานในร้านแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และทุกครั้งที่มีลูกค้าเข้ามาในร้านพนักงานจะต้องกล่าวคำว่า สวัสดี กับลูกค้า และกล่าวคำว่า ขอบคุณ ทุกครั้งที่ลูกค้าจะกลับ

5) การจัดสรรทรัพยากรในบริษัท ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงานในร้าน แผ่นพับ สถานที่อบรม ระยะเวลาอบรม เอกสารอบรม งบประมาณ ลูกค้า อุปกรณ์การบริการ ร้านหัตถศิลป์ไทย

ขั้นที่ 2 การตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนา

ขั้นตอนการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยทำการตรวจสอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวมาแล้วในขั้นที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 3 แหล่งข้อมูลและประเด็นการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

องค์ประกอบของยุทธศาสตร์การพัฒนา	ประเด็นการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	วิธีการตรวจสอบ
1. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา	1.1 ความถูกต้องของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา	- บันทึกการประชุมของร้าน	- วิเคราะห์ผลการประชุมของร้าน
	1.2 ความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา	- สัมภาษณ์เจ้าของกิจการ	- วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ
	1.3 ผู้ใดเล็งเห็นปัญหาเชิงพัฒนา		
2. การเลือกปัญหาเป้าหมาย	2.1 ความเหมาะสมของการเลือกปัญหาเป้าหมาย	- บันทึกการประชุมของร้าน	- วิเคราะห์ผลการประชุมของร้าน
	2.2 ความแม่นยำตรงต่อการแก้ไขปัญหาทุกข้อ	- สัมภาษณ์เจ้าของกิจการและพนักงาน	- วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของกิจการและพนักงานเกี่ยวกับการดำเนินการของร้านหัตถศิลป์ไทย
3. การกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์	3.1 ความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์มีดังนี้	- แบบบันทึกลูกค้าที่มาใช้บริการ	- วิเคราะห์จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการจากบันทึกลูกค้า
	- จำนวนผู้มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย - รายได้ของร้าน	- แบบบันทึกรายรับรายจ่ายของร้าน	- วิเคราะห์จำนวนรายได้จากบันทึกรายรับรายจ่ายของร้าน

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบของ	ประเด็นการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	วิธีการตรวจสอบ
ยุทธศาสตร์การพัฒนา			
3. การกำหนดเป้าหมาย ของยุทธศาสตร์	3.2 ตรวจสอบสมมุติฐาน - ภายหลังการใช้ ยุทธศาสตร์จำนวน ผู้เข้ามาใช้บริการที่ ร้านหัตถศิลป์ไทย เพิ่มขึ้น - ภายหลังการใช้ ยุทธศาสตร์รายได้ ของร้านเพิ่มขึ้น		
4. การสร้างหน่วย ระบบทำงานของ ยุทธศาสตร์	4.1 ประสิทธิภาพของ หน่วยระบบทำงาน ที่ 1 การส่งเสริมการ ตลาด - ผลผลิต - กระบวนการ - ปัจจัยนำเข้า	- แบบบันทึกลูกค้า ที่มา ใช้บริการ - สัมภาษณ์เจ้าของ กิจการและพนักงาน - ลูกค้า	- วิเคราะห์จำนวนผู้เข้า มาใช้บริการจาก บันทึกลูกค้า - วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ เจ้าของกิจการและ พนักงานเกี่ยวกับ กระบวนการและ ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ใน การดำเนินงาน - วิเคราะห์ผลจากแบบ สอบถามเกี่ยวกับการ รับรู้ข้อมูลด้านการ ส่งเสริมการตลาดของ ร้านหัตถศิลป์ไทย

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบของยุทธศาสตร์การพัฒนา	ประเด็นการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	วิธีการตรวจสอบ
4. การสร้างหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์	4.2 ประสิทธิภาพของหน่วยระบบทำงานที่ 2 การบริการที่สร้างความประทับใจ - ผลผลิต - กระบวนการ - ปัจจัยนำเข้า	- แบบบันทึกลูกค้าที่มาใช้บริการ - สัมภาษณ์เจ้าของกิจการและพนักงาน - ลูกค้า	- วิเคราะห์จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการจากบันทึกลูกค้า - วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของกิจการและพนักงานเกี่ยวกับกระบวนการและปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการดำเนินงาน - วิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของร้าน
5. การใช้ทรัพยากรในบริบท	5.1 ความเหมาะสมและคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรในบริบท	- สัมภาษณ์เจ้าของกิจการและพนักงาน	- วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของกิจการและพนักงานเกี่ยวกับความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรในบริบท

ขั้นที่ 3 การทดลองยุทธศาสตร์การพัฒนา

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการทดลองต่อไปเหมือนกับที่ได้ดำเนินการไปแล้วแต่เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสร้าง และได้ปฏิบัติใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ด้วยตนเองจึงไม่จำเป็นต้องทำการทดลองซ้ำในการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม และแบบบันทึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร มีดังนี้

1. แบบสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) มี 5 ระดับ

5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การจัดระดับความพึงพอใจใช้ค่าเฉลี่ย มีดังนี้ (Best, 1983)

4.51-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.51-3.50 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.50 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.00-1.50 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม การรับรู้ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย และความพึงพอใจในการบริการที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีด้าน การส่งเสริมการตลาดอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข โดยใช้เกณฑ์ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ สอดคล้องกัน และหาค่าความตรงของเนื้อหาแบบสอบถามแต่ละข้อไม่ต่ำกว่า 0.67

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามการรับรู้ข้อมูลด้าน การส่งเสริมการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการไปทดลองใช้กับประชาชนที่มี คุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำไปหาค่าความสอดคล้องภายในตามสูตร สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเที่ยงตรง เท่ากับ 0.8157

2. แบบบันทึก ใช้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูล ในการตรวจสอบยุทธศาสตร์ ได้แก่ แบบบันทึกจำนวนผู้เข้าใช้บริการ แบบบันทึกรายรับรายจ่าย แบบบันทึกการประชุม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองดังนี้

1. แบบสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลภายหลังจากที่ได้ทำการทดลองใช้ยุทธศาสตร์แล้ว เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 ถึงเดือนกันยายน 2548

2. เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น แบบบันทึกจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่ ร้านหัตถศิลป์ไทย แบบบันทึกรายรับรายจ่ายของร้านหัตถศิลป์ไทย แบบบันทึกการประชุม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าวิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

1.2 การรับรู้ข้อมูลของลูกค้าด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

1.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร
วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4 เปรียบเทียบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์
การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร
วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2)

1.5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ของร้านก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริม
การตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยการ
ทดสอบค่าที (t-test)

2. ข้อมูลที่ได้จากเอกสารและหลักฐานของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ที่เป็น
ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำมาสรุปโดยใช้หลักความเป็นเหตุเป็นผล