

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษากระบวนการจัดการหาข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อทองในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน ซึ่งจำแนกเป็นประเด็นหลักดังนี้ คือ ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร การคัดเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งรายละเอียดของแต่ละหัวข้อจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาระบบการจัดการข้อมูลการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อทองในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยมีขอบเขตของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย วิธีการในการพยากรณ์ความต้องการซื้อ วิธีการในการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ ข้อมูลที่นำมาใช้เพื่อการพยากรณ์ ที่มาของแหล่งข้อมูล ระยะเวลาในการพยากรณ์ การจัดเก็บข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้เพื่อการตัดสินใจ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้ง เพื่อการส่งออกในเขตภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ราย และจังหวัดลำพูน 27 ราย (สำนักงานส่งเสริมการส่งออกจังหวัดเชียงใหม่ : 2550)

การคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ทำการคัดเลือก โดยผู้ศึกษาทำการพิจารณาจากผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทองที่ประสบความสำเร็จโดยมีคุณสมบัติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) มีประสบการณ์การทำการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทองไม่น้อยกว่า 3 ปี
- 2) เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

3) มีปริมาณการส่งออกอย่างต่อเนื่องตลอดปี และมีตลาดในการส่งออกที่แน่นอน ซึ่งในที่นี้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน และยินดีให้ข้อมูลจำนวน 6 ราย

วิธีการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ศึกษาทำการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์โดยใช้วิธี Snow ball กล่าวคือ การขอรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์รายใหม่ จากผู้ให้สัมภาษณ์รายเดิม เนื่องจากเป็นวิธีการที่สามารถเข้าพบผู้ให้สัมภาษณ์ที่ตรงคุณสมบัติมากที่สุด

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงลึกกระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง เนื้อทองในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูนได้ทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้ดำเนินการวิจัยได้แบ่งการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 แหล่ง คือ

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทองในเขตภาคเหนือ จำนวน 6 ราย รวมทั้งการสังเกตการดำเนินงานในช่วงเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2552

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมทางสถิติการผลิต และการส่งออก ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ ที่เกี่ยวข้องกับลำไยอบแห้งเพื่อการส่งออก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ด้านนี้โดยตรง ซึ่งกรอบคำถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้ง ลักษณะทั่วไป ของกิจการของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ขนาดกำลังการผลิต ปริมาณการจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อปีซึ่งรวมถึงตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการการจัดการข้อมูลในการวางแผนได้แก่

1. ผู้ประกอบการต้องเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจในเรื่องการพยากรณ์ความต้องการซื้อ และวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างไรบ้าง
2. ข้อมูลที่จำเป็น และใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิต และการจัดจำหน่าย
3. ข้อมูลที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล และกระบวนการนำข้อมูลไปใช้ในการพยากรณ์ความต้องการตลาด และการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ
4. ข้อมูลที่ต้องการในกรณีพิเศษในการวางแผนการผลิต และการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ
5. ข้อมูลที่ต้องการแต่ยังไม่เคยมีการรวบรวม
6. ความถี่ และความต้องการข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และวางแผน
7. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นประจำ
8. ข้อมูลที่ต้องการได้รับรายงานเป็นพิเศษ
9. ความจำเป็นในการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบันทึก รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล
10. การปรับปรุงระบบสารสนเทศทางการตลาดที่ใช้ในปัจจุบัน เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด และวางแผนการผลิตเพื่อให้มีอำนาจต่อรองในด้านการกำหนดราคาขายต่ำโยเนื้อทองมากขึ้น

กระบวนการในการสัมภาษณ์ และการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อเข้าพบผู้ประกอบการ โดยทำการนัดหมายเวลาล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วัน
2. เข้าพบเพื่อทำการสัมภาษณ์ ซึ่งจะทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอย่างน้อยรายละเอียด 3 ชั่วโมง ในการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาทำการบันทึกเสียงตามกรอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลเพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อ และวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ
3. ถอดข้อความจากการสัมภาษณ์
4. นำข้อมูลที่ได้นำมาเรียบเรียง และตรวจสอบความสมบูรณ์
5. ข้อมูลที่ยังไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาทำการขอเข้าพบผู้ประกอบการ เพื่อทำการรวบรวมข้อมูลในส่วนที่ขาดหายไปอีกครั้งหนึ่ง

6. รวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการทั้ง 6 ราย และ เปรียบเทียบระหว่างทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

7. สรุปข้อมูลที่ได้มา หากยังขาดความสมบูรณ์ จะทำการสอบถามทางโทรศัพท์ เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนเวลาของผู้ประกอบการจนเกินควร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยเป็นการศึกษา และรวบรวมประเด็นของการจัดการระบบข้อมูลที่เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงในการวางแผน รวมถึงไปถึงผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมทางการตลาดทั้งจุลภาค และมหภาค เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ผู้ประกอบการใช้ในการวางแผนจัดการวัตถุดิบ และความต้องการของตลาด โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบในลักษณะการบรรยายเป็นกรณีศึกษา เปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการทั้ง 6 รายให้เห็นกระบวนการจัดการข้อมูล การพยากรณ์ความต้องการซื้อ การวางแผนการจัดการวัตถุดิบที่ชัดเจน และนำมาบรรยายสรุปให้เห็นถึงกระบวนการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ผลจากการสรุปอยู่ในรูปขององค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ หรือปรับปรุงกระบวนการจัดการข้อมูลของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ได้