

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนากระบวนการวิจัย การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ประกอบด้วยงานวิจัยย่อย จำนวน 2 เรื่อง คือ การพัฒนาระบบบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ และการสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**1. การพัฒนาระบบบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**

ประชากร คือ กลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 25 คน

กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 18 คน

**2. การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเป้าหมายที่มีข้อมูลด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มปราชญ์ชุมชน กลุ่มคนในชุมชน กลุ่มเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐ และนักวิชาการ จำนวนรวมทั้งสิ้น 50 คน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

**1. การพัฒนาระบบบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**

### 1.1 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงบริบท ด้านการบัญชี สภาพปัญหาและความต้องการในการจัดทำบัญชีครัวเรือน และฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถามครั้งที่ 1 ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และ อายุ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เงิน การบัญชี และแนวพระราชดำริเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง

1.3 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อออกแบบสมุดบัญชีครัวเรือนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.4 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 3 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.5 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 4 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อติดตามผลการบันทึกบัญชีครัวเรือนและพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.6 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 5 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อออกแบบสมุดบัญชีต้นทุนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.7 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 6 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อฝึกอบรมการจัดทำบัญชีต้นทุนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.8 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 7 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อติดตามผลการบันทึกบัญชีต้นทุนและพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีต้นทุนของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถามครั้งที่ 2 ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และ อายุ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรายรับ รายจ่าย ประโยชน์ของการบัญชีและเศรษฐกิจพอเพียง

## 1.10 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 8 กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่ สา

ใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสรุปและรายงานผลการพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนและบัญชี  
ต้นทุน

### 2. การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

2.1 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย กิจกรรมในระยะนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านบริบทด้าน  
การตลาดของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมที่ 1 : การสำรวจภาคสนามด้านการตลาดที่ทำอยู่ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาด

2.2 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย กิจกรรมในระยะนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลในการสร้างแบรนด์  
และการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์  
(OTOP) อำเภอแมริม เชียงใหม่

กิจกรรมที่ 1 : การเปิดเวทีชุมชนเพื่อวิเคราะห์โปรแกรมการตลาดทั้งในอดีต  
ปัจจุบัน และอนาคตด้วยเครื่องมือ SWOT. Analysis

กิจกรรมที่ 2 : การสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์  
(OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบรนด์

กิจกรรมที่ 3 : การทำโฟกัสกรุ๊ปกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานท้องถิ่นของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูล  
ในการสร้างแบรนด์ และวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

กิจกรรม 4 : การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์  
และวิธีการจัดการประสมทางการตลาด

กิจกรรมที่ 5 : การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมกันสร้างแบรนด์ และกำหนดกล  
ยุทธ์ สำหรับใช้ในการแข่งขันแก่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอแมริม จังหวัด  
เชียงใหม่

กิจกรรมที่ 6 : การสร้างแบรนด์พร้อมทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบแก่กลุ่มผู้ผลิต  
ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมที่ 7 : การติดตามผลการสร้างแบรนด์

**2.3** ระยะเวลาการวิจัย กิจกรรมในระยะนี้เพื่อทบทวนและสรุปบทเรียนจากการทำวิจัย และนำเสนอต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กิจกรรมที่ 1 : การจัดเวทีนำเสนอผลของการวิจัยแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรายงานผลการวิจัย การกำกับ ติดตาม และทบทวน และสรุปบทเรียนจากกระบวนการวิจัย

กิจกรรมที่ 2 : การเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่สังคมและชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำเอาองค์ความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

**1. การพัฒนาระบบบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย จะใช้การจดบันทึกบทสนทนากับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งบันทึกเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด การจดบันทึกข้อมูลจะแยกส่วนที่เป็นข้อมูลกับส่วนที่เป็นความเห็นของผู้วิจัย นำข้อมูลมาสรุปเป็นข้อสรุปย่อย ๆ แล้วนำข้อสรุปเหล่านั้นมาเชื่อมโยงกัน เพื่อให้เป็นบทสรุปซึ่งจะตอบปัญหาของการวิจัย (สุภางค์ จันทวานิช, 2559) คือ บริบทด้านการบัญชี สภาพปัญหาและความต้องการในการจัดทำบัญชี และพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ผ้าลายเขียนเทียน บ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การคำนวณค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

**2. การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**

แบ่งการประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด แล้วนำผลสัมฤทธิ์ของ การดำเนินงานการของกลุ่มตัวอย่าง มาแปลความหมาย เพื่อตอบจุดประสงค์ของการวิจัย สรุปข้อค้นพบ วิธีการบูรณาการ และการวิจัย ด้วยการบรรยาย นำเสนอ และเผยแพร่ผลการวิจัย