

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนประเภทของสื่อโฆษณาประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อใบปลิว / โบชัวร์ สื่อทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โฆษณานอกสถานที่ และป้ายโฆษณา ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมถึงการออกบูธ และจัดงานอีเวนต์ (Event)

3.1.2 ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจำนวน 11,624 ราย ณ วันที่ 30 กันยายน 2554 (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2554)

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2554

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจภาคการบริการ	5,537	47.6
ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม	2,482	21.4
ธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย	3,605	31.0
รวม	11,624	100.0

3.1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจำนวน 11,624 ราย ณ วันที่ 30 กันยายน 2554 (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2554) ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 11,624 ราย

e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด ในที่นี้คือ 5% = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{11,624}{1 + 11,624 (0.05)^2}$$

$$n = 387.34 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งสามารถจำแนกตามประเภทของกิจการ ได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน
ธุรกิจภาคการบริการ	191
ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม	85
ธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย	124
รวม	400

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การกำหนดแหล่งข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย
- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีความสำคัญ</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การประมวลผลคะแนนจากแบบสอบถาม สามารถนำมาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละปัจจัย แล้วพิจารณาว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละปัจจัยนั้นอยู่ในช่วงใด ซึ่งกำหนดเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของคะแนน ได้ด้วยการหาอันตรภาคชั้น แสดงสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อันตรายกัซึน} = \frac{\text{ค่าพิสัยของคะแนนเฉลี่ย}}{\text{จำนวนอันตรายกัซึน}}$$

โดย ค่าพิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนเฉลี่ยสูงสุด - คะแนนเฉลี่ยต่ำสุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย
แต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 – 5.00	ระดับที่มีความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับที่มีความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	ระดับที่มีความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับที่มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	ระดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบ
แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการกับผู้ประกอบการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 6 เดือน โดยทำการศึกษาดั้งแต่เดือน
ธันวาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม
พ.ศ. 2555 ถึง เดือน เมษายน พ.ศ. 2555