

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาถึงปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาถึงปัญหาของผู้ประกอบการในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นสถานที่ดำเนินการศึกษาก็คือสถานประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลที่ยังคงอยู่ ปีพ.ศ. 2549 จำนวน 10,131 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่, 2549)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973: 125) ตามสูตรดังนี้

$$n = \left(\frac{N}{1 + N(e^2)} \right)$$

โดยที่

N = แทนจำนวนประชากรทั้งหมด

n = แทนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิด (e = 0.05)

จากสูตรดังกล่าวจะหากกลุ่มตัวอย่างได้คือ

N = 10,131

n = แทนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \left(\frac{10,131}{1 + [10,131(0.05)^2]} \right)$$

$$n = 385 \text{ ราย}$$

เพื่อความสะดวกในการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (quota sampling) กำหนดสัดส่วนตามประเภทของการจดทะเบียนนิติบุคคล (ดูตารางที่ 2-5 ประกอบ)

ตารางที่ 2 การกำหนดสัดส่วนตามประเภทของการจดทะเบียนนิติบุคคล

ประเภทนิติบุคคล	จำนวน/ราย	ร้อยละของประชากร	
		ร้อยละ	การเก็บข้อมูล
บริษัทจำกัด	5,265	52.0	208
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4,791	47.0	189
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	75	1.0	3
รวม	10,131	100.0	400

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่ (2549)

ตารางที่ 3 การเก็บข้อมูล บริษัทจำกัด

ประเภทของกิจการ	จำนวน/ราย	ร้อยละของประชากรรวม	การเก็บข้อมูล
บริษัทจำกัด			
- การผลิต	1,186	12.00	47
- การบริการ	2,363	23.00	93
- การค้าส่ง	1,022	10.00	40
- การค้าปลีก	694	7.00	28
รวม	5,265	52.00	208

ตารางที่ 4 การเก็บข้อมูล ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ประเภทของกิจการ	จำนวน/ราย	ร้อยละของประชากรรวม	การเก็บข้อมูล
ห้างหุ้นส่วนจำกัด			
- การผลิต	1,403	14.00	55
- การบริการ	1,539	15.00	61
- การค้าส่ง	1,012	10.00	40
- การค้าปลีก	837	8.00	33
รวม	4,791	47.00	189

ตารางที่ 5 การเก็บข้อมูล ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

ประเภทผู้ประกอบการ	จำนวน/ราย	ร้อยละของประชากรรวม	การเก็บข้อมูล
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล			
- การผลิต	9	0.10	0
- การบริการ	20	0.25	1
- การค้าส่ง	19	0.25	1
- การค้าปลีก	27	0.40	1
รวม	75	1.00	3

การสุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (sample random sampling) จนครบจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยแบบสอบถามมีลักษณะ ดังนี้คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการและลักษณะของกิจการ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าคำตอบ 5 ตัวเลือกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนที่ได้จากการวัดแบบสเกลความสำคัญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 99) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวเลือกดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการด้านการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดงานของผู้ประกอบการ โดยลักษณะคำถามจะใช้วิธีเดียวกับส่วนที่ 2

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการจัดงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended question)

การเก็บข้อมูลวิจัย

ผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ จากข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวม และตีพิมพ์ไว้ในหนังสือ พดติกรรม ผู้บริโภค การวิจัยตลาด การบริหารการตลาดยุคใหม่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ นิตยสารอีเว้นท์ และเอกสารต่าง ๆ เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยนำมาจากข้อมูลศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ ที่ 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกระทรวงอุตสาหกรรม ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ รายงานเศรษฐกิจและการเงินภาคเหนือปี 2549 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่ หอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ หอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้

2. ข้อมูลปฐมภูมิ โดยวิธีการแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษการเลือกใช้บริการจัดการงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาเลือกวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติพรรณนา เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปตารางแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการและลักษณะของกิจการ ใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
3. การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

สำหรับคะแนนคำตอบในด้าน พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงานของผู้ประกอบการและด้านการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้เกณฑ์ระบบการให้คะแนนการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 99) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด