

บทที่ 4

วิธีดำเนินการศึกษา

4.1 ขอบเขตการศึกษา

4.1.1 ขอบเขตประชากร การศึกษานี้จำกัดขอบเขตพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน (Existing Customer) จำนวน 102 ราย¹ และกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ (Potential Customer) ซึ่งในที่นี้จะเป็ลูกค้าที่ประกอบกิจการโรงแรม รีสอร์ท เกสเฮ้าส์ ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 491 ราย

4.1.2 ขอบเขตเนื้อหา ให้ทราบถึงความเป็นไปได้ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ ด้านการเงิน

4.2 วิธีการศึกษา

4.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากห้องสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย หนังสือ ตำรา เอกสารที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถิตินักท่องเที่ยว รายงานสถานะเศรษฐกิจ และรายงานยอดขายที่ผ่านมาของบริษัท

4.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้าของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม จำแนกตามประเภทของลูกค้าดังนี้

¹ ข้อมูลจากรายงานการขายของบริษัท ประจำเดือน เมษายน 2545

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบัน (Existing Customer) คือ ลูกค้าที่มีการซื้อขายกับบริษัทอยู่

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่มีศักยภาพ (Potential Customer) คือ ลูกค้าที่บริษัทคาดว่าจะมีการซื้อกับบริษัทในอนาคต

โดยลูกค้ากลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบันเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มนี้ทั้งหมด 100% ซึ่งมีจำนวน 102 ราย ส่วนลูกค้ากลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่มีศักยภาพ กำหนดวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยอ้างอิงจากฐานข้อมูลลูกค้าประชากรที่มีในบริษัท จำนวน 491 ราย² และสามารถคำนวณหาขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Yamane³ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มีศักยภาพจำนวน 220 ราย

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพจากฐานข้อมูลของบริษัท

	ลูกค้าที่มีศักยภาพ		
	เชียงใหม่	เชียงราย	รวม
โรงแรม	71	40	111
รีสอร์ท	47	26	73
เกสเฮ้าส์	59	6	65
ร้านอาหาร	206	34	240
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1	1	2
รวม	384	107	491

² ข้อมูลจากฐานข้อมูลของบริษัทที่รวบรวมจาก 1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาภาคเหนือ 2. สมาคมโรงแรมภาคเหนือ 3. สมาคมร้านอาหารและบันเทิงจังหวัดเชียงใหม่ เดือนกุมภาพันธ์ 2545

³ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, ระเบียบการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น, 2535)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนของประเภทของกิจการของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของลูกค้า

ประเภท ของกิจการ	ลูกค้าปัจจุบัน			ลูกค้าที่มีศักยภาพ			รวม
	เชียงใหม่	เชียงราย	รวม	เชียงใหม่	เชียงราย	รวม	
โรงแรม	20	4	24	32	18	50	74
รีสอร์ท	-	-	-	21	12	33	33
เกสเฮ้าส์	-	-	-	26	3	29	29
ร้านอาหาร	62	14	76	92	15	107	183
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	-	2	1	-	1	3
รวม	84	18	102	172	48	220	322

4.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อโคขุนของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของกิจการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้เนื้อโคขุน

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อโคขุน

4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแปลผลของการวิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยใช้คอมพิวเตอร์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS/PC⁺) ซึ่งประกอบไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง

การออกแบบสอบถามได้ประยุกต์คำตอบให้เลือกคำตอบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคำตอบการให้คะแนนตามวิธี Arbitrary Weighting ของ Likert⁴ กำหนดน้ำหนักของคำตอบเป็นคะแนนไว้ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
มีผลมากที่สุด หรือเป็นปัญหามากที่สุด	5
มีผลมาก หรือเป็นปัญหามาก	4
มีผลน้อย หรือเป็นปัญหาน้อย	3
มีผลน้อยที่สุด หรือเป็นปัญหาน้อยที่สุด	2
ไม่มีผล หรือไม่เป็นปัญหา	1

สำหรับเกณฑ์มาตรฐานพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณ อาศัยหลักของ Millers⁵ (1970) กำหนดขนาดของชั้นจากค่าคะแนนเฉลี่ยช่วงชั้น (Weight Mean Score) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ซึ่งสามารถแบ่งช่วงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นหรือระดับของปัญหา ได้ดังนี้

ช่วงค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มีความคิดเห็นว่ามีผลในระดับมากที่สุด หรือเป็นปัญหาในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความคิดเห็นว่ามีผลในระดับมาก หรือเป็นปัญหาในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีความคิดเห็นว่ามีผลในระดับน้อย หรือเป็นปัญหาในระดับน้อย
1.81 – 2.60	มีความคิดเห็นว่ามีผลในระดับน้อยที่สุด หรือเป็นปัญหาในระดับน้อยที่สุด
1.00 – 1.80	มีความคิดเห็นที่ไม่มีผล หรือไม่เป็นปัญหา

⁴ บุญชม ศรีสะอาด, การวิจัยเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น, 2540)

⁵ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ระเบียบการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น, 2535)