

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง สารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีการดำเนินการศึกษา ขอบเขตการศึกษา และข้อมูลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทางการศึกษา

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสร้างแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสอบถาม จากเจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด จำนวน 66 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาสารสนเทศทางการบัญชีที่จะนำมาใช้ประโยชน์ด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ศึกษาการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษา 66 กิจการ จากจำนวนประชากรทั้งหมด 80 กิจการ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2549) โดยสอบถามจากเจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดกิจการละ 1 คน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับหรือน้อยกว่า 0.05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (ดิเรก ศรีสุโข, 2540)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี

ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการวางแผนกลยุทธ์

การตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ร้อยละ (Percentage)

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 66 ราย โดยใช้แบบสอบถามแบ่งตามระดับความจำเป็นเป็น 5 ระดับ ตามเครื่องมือ Linkert Scales ซึ่งมีคะแนน 5 ระดับดังนี้

<u>ระดับความจำเป็น</u>	<u>ระดับคะแนน</u>
มีความจำเป็นมากที่สุด	5
มีความจำเป็นมาก	4
มีความจำเป็นปานกลาง	3
มีความจำเป็นน้อย	2
มีความจำเป็นน้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์แปลผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

(คุณทลี เวชสาร, 2545)

การศึกษาเกี่ยวกับการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดจะนำการวัดระดับความรู้ความเข้าใจใน ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล(ชัยสิทธิ์ เกลิมประเสริฐ, 2544) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

80.00 - 100.00	หมายถึง	มากที่สุด
70.00 - 79.99	หมายถึง	มาก
60.00 - 69.99	หมายถึง	ปานกลาง
50.00 - 59.99	หมายถึง	น้อย
0.00 - 49.99	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยในแบบสอบถามแต่ละส่วนจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยความจำเป็นในการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดจะใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดจะใช้ระดับความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต