

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเบเกอร์รี่ใน จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

- 1) ปัญหาในการดำเนินงานของบริษัท 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงิน
- 2) ความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
- 3) ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่กิจการเบเกอร์รี่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
- 4) ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้
- 5) ออกแบบรายงานข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการและนำไปใช้

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ศึกษาถึง ความต้องการและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี ไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเบเกอร์รี่ ในเขต จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่จดทะเบียนและมีรายชื่ออยู่ในทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 22 กิจการ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2552) โดยสอบถามจากเจ้าของกิจการผู้จัดการทั่วไปหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดกิจการละ 1 คน

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในธุรกิจเบเกอร์รี่ในจังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับความต้องการและการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยจัดส่งแบบสอบถามไปตามชื่อ ที่อยู่จากทะเบียนรายชื่อผู้ประกอบการเบเกอร์รี่ที่จดทะเบียนของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่โดยสอบถามจาก

เจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด จำนวน 22 ราย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความทางวิชาการ ตำราทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่สามารถค้นคว้าได้ผ่านอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยลักษณะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในกิจการ ระยะเวลาการทำงานในธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพองค์กร ได้แก่ ลักษณะธุรกิจ ลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตและจำหน่ายในกิจการ ผลิตภัณฑ์หลักของกิจการ ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์ของกิจการ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ มูลค่าสินทรัพย์รวม มูลค่าของทุนจดทะเบียน มูลค่ายอดขายต่อปี จำนวนพนักงานในกิจการ การจัดทำบัญชีของกิจการ วิธีการจัดทำบัญชีที่กิจการใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการ ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงิน และ ความต้องการในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ความต้องการด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในปัจจุบัน ได้แก่ การใช้ข้อมูล ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

3.4.1 ขั้นตอนเตรียมสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ศึกษา ค้นคว้าจากทฤษฎี เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์วัตถุประสงค์และสิ่งที่ต้องการทราบจากการศึกษา

3. สร้างแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามให้อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญตรวจพิจารณาและแนะนำ
5. ทดสอบแบบสอบถามจำนวน 22 ชุด

3.4.2 ขั้นตอนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ส่งและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองและทางไปรษณีย์
2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุดเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง
3. ทำการตรวจให้คะแนน และลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม
4. นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ช่วยในการวิเคราะห์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการเบเกอร์รี่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือตารางความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้

การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดจะนำมาตรวัดแบบรวมคะแนน (Summated rating scales) คือชุดของข้อความที่ผู้ตอบต้องประเมิน โดยตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่ คะแนนที่ได้ของผู้ตอบแต่ละรายจะเป็นผลรวมของทุกข้อ ซึ่งอาจเป็นคะแนนดิบ หรืออาจจะหารด้วยจำนวนข้อหรือตามเกณฑ์ใดที่กำหนดขึ้นซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้ (สุจิตรา บุญยรัตพันธุ์: 2549)

0.00 - 25.99	หมายถึง	น้อย
26.00 - 50.99	หมายถึง	ปานกลาง
51.00 - 75.99	หมายถึง	มาก
76.00 - 100.00	หมายถึง	มากที่สุด

โดยในแบบสอบถามแต่ละส่วนจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและ ส่วนที่ 4 การนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด จะใช้ระดับความต้องการและระดับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คำร้อยละ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved