

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยพื้นฐาน ซึ่งมีการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย 2 ลักษณะคือข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 ราย โดยแบ่งธุรกิจออกเป็น ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชย์กรรม, ธุรกิจบริการ และธุรกิจที่ดิน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการค้นคว้ารวบรวมจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น วารสารทางธุรกิจ ตำราทางด้านการศึกษา และเอกสารเผยแพร่ของสมาคมต่างๆ เป็นต้น

3.2 ตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีทางสถิติโดยสุ่มตัวอย่าง โดยวิธี Multi Stage Random โดยมีวิธีการคัดเลือกตัวอย่างดังนี้

- 1.Cluster เลือกมาเฉพาะอำเภอเมือง, อ.แม่ริม, อ.หางดง และอ.สันกำแพง
- 2.Statified หน่วยงานธุรกิจแบ่งออกเป็นกลุ่มพาณิชย์กรรม, อุตสาหกรรม, บริการ และที่ดิน
- 3.Equal sample size คัดเลือกมากลุ่มละ 30 ตัวอย่าง
- 4.สุ่มแบบ Simple Random Sampling จับฉลาก

โดยคัดเลือกรายชื่อธุรกิจ จากอำเภอเมือง อำเภอแม่ริม อำเภอหางดง และอำเภอสันกำแพง แยกเป็น ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชย์กรรม ธุรกิจบริการ และธุรกิจที่ดิน นำรายชื่อมาใส่กล่องจับฉลาก กลุ่มละ 30 ราย ดังนี้

ธุรกิจพาณิชย์กรรม	30	ราย
ธุรกิจอุตสาหกรรม	30	ราย
ธุรกิจบริการ	30	ราย
ธุรกิจที่ดิน	30	ราย
รวม	120	ราย

จำนวนตัวอย่าง 120 ราย ได้จากการคำนวณ จากสูตร

$$n = \frac{Z^2 s^2}{d^2}$$

n= จำนวนตัวอย่าง

Z= ค่าความเชื่อมั่น 95 %

s= ค่าความแปรปรวน

d= ค่าความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 17 %

3.3 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามในเรื่องความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการตัวแทนโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นของนักธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถาม ปัญหาที่พบในการใช้บริการทางโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ลักษณะการทำโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ และความรู้เกี่ยวกับบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ และ/หรือ เจ้าของกิจการ และ/หรือ ผู้รับมอบอำนาจให้ทำหน้าที่ตัดสินใจทำโฆษณาของกิจการ ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการปฏิบัติงานสนามแล้วนำแบบสอบถามมาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ พบว่า แบบสอบถามที่ออกไป 120 ชุด ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ 120 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของ ผู้ประกอบการ และ/หรือ เจ้าของกิจการ และ/หรือ ผู้รับมอบอำนาจให้ทำหน้าที่ตัดสินใจทำโฆษณา ของกิจการ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 บริษัท มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS* โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. ความถี่ (Frequency)
2. ฐานนิยม (Mode)
3. อัตราร้อยละ (Percentage)

$$X \% = \frac{n}{N} * 100$$

4. ค่าไคร้สแควร์ (Chi-Square) (เจริญ จันทลักษณ์, 2519 :หน้า97)

$$X^2 = \frac{(O - E)^2}{E}$$

เมื่อ O = ค่าความถี่ที่สังเกตได้

E = ค่าความถี่ที่คาดหวัง

X² = ค่าไคร้สแควร์

5. การทดสอบแบบคอคแรน (The Cochran Q test) (ลัดดาวัลย์ หวังพานิช หน้า 323)

$$Q = k(k-1) \sum \frac{[C_i - N/k]^2}{R_i(k-R_i)}$$

เมื่อ k = จำนวนตัวจัดกระทำ

N = จำนวนข้อมูล

ข้อสรุปที่ได้จะนำไปสู่การนำเสนอรายงานผลการวิจัย ในรูปแบบของการบรรยาย
ความเชิงการพรรณนาวิเคราะห์

