

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตจังหวัดสุโขทัย ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ซึ่งแยกเป็นสองส่วน คือ ขอบเขตเนื้อหาและขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษาและเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตจังหวัดสุโขทัย คือ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชี ซึ่งหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดด้านตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสอบบัญชีของบริษัทในจังหวัดสุโขทัย ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ราคา (Price)
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5) พนักงาน (People)
- 6) กระบวนการสอบบัญชี (Process)
- 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทจำกัดในจังหวัดสุโขทัยมีจำนวนทั้งสิ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 175 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดสุโขทัย, 2550 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ซึ่งเป็นระดับที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นระดับที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา จากตารางประชากรตาราง

Krejcie และ Morgan (อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 124) ระบุขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรจำนวน 175 ราย ไว้ที่จำนวน 124 ราย

3.2 วิธีการศึกษาและเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่น่ามาศึกษาได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริหารหรือพนักงานในระดับสมุหบัญชีขึ้นไปของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 124 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือวารสาร เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลอื่น ได้แก่ งานวิจัยและศึกษาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3) เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น

4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการการสอบบัญชี

4) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยมีเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน (Payne, 1993 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2550) ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาอธิบายผลดังนี้

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

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

จังหวัดสุโขทัยและคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2551 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2553

เป็นเวลา 20 เดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved