

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้นำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล เครื่องมือในการเก็บข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประชากร หมายถึง เจ้าของหรือผู้จัดการสถานบริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจในการจัดซื้อ จัดหา เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สำหรับสถานบริการที่อยู่ในความรับผิดชอบ โดยเน้นเฉพาะสถานบริการที่มีขนาด 120 ที่นั่งขึ้นไปในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 20 แห่ง และถือเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าด้วย

2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามในพื้นที่ดำเนินการศึกษาในส่วนของเจ้าของหรือผู้จัดการ

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

ทำการรวบรวมเอกสารและแหล่งข้อมูลของทางราชการและเอกชน เช่น เทศบาลนครเชียงใหม่ สรรพากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรรพสามิตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแทนจำหน่ายเครื่องดื่ม และห้องสมุดมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน เช่นห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดกลางมหาวิทยาลัยหอการค้า

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างคำถามซึ่งสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบบสัมภาษณ์มี 4 ส่วนประกอบด้วย

3.1 ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์และสถานบริการ ประกอบด้วย ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินงาน จำนวนที่นั่ง รูปแบบการจัดระเบียบของสถานบริการ จำนวนพนักงาน ประเภทของเครื่องคัมนี่มีแอลกอฮอล์จำหน่ายในสถานบริการ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions)

3.2 ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลในการเลือกบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย เหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายและตราสินค้าที่มีจำหน่ายในสถานบริการ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions)

3.3 ส่วนที่ 3 สอบถามวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scales)

3.4 ส่วนที่ 4 สอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะ ของเจ้าของหรือผู้จัดการ

4. การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้การศึกษามีคุณภาพผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้ว สร้างแบบสอบถามและทำการทดสอบ (Pretest) จากสถานบริการที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 แห่ง จากนั้นได้ปรับปรุงเครื่องมือให้มีความเหมาะสมและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

5. วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ทำหนังสือจากบัณฑิตศึกษาสถาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการ ในการแนะนำตัวเมื่อไปเก็บข้อมูลและทำการสัมภาษณ์ ได้แก่ สถานบริการที่มีขนาดตั้งแต่ 120 ที่นั่งขึ้นไปซึ่งเป็นร้านที่ได้จดทะเบียนการค้าและตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ดำเนินกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี เนื่องจากผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นเป้าหมายหลักของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคัมนี่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีสถานภาพความมั่นคงในทางการเงินสูง มีประสบการณ์ในการดำเนินงานของธุรกิจดังกล่าวและมีความตั้งใจในการประกอบธุรกิจให้มั่นคงและยั่งยืน และที่สำคัญคือมีทำเลที่ตั้งของสถานที่ดำเนินธุรกิจที่ดี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการค้นคว้าจากห้องสมุด ห้องสมุดกลาง และห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดกลางมหาวิทยาลัยหอการค้า เอกสารจากที่ว่า การอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เทศบาลนครเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 1 สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแทนจำหน่ายเครื่องคัมนี่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรเพียงกลุ่มเดียว คือ เจ้าของหรือผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อ จัดหา เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สำหรับสถานบริการนั้น และเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจ ในการจัดรายการกิจกรรมส่งเสริมการขายภายในร้าน ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ จึงนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์ด้วยไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistics Package For Social Science : SPSS/PC) โดยแยกวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

6.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์ และสถานบริการ

ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลซึ่งประกอบด้วย สถิติค่าร้อยละ และการแจกแจงความถี่

6.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลในการเลือกบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย เหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย และตราสินค้าที่มีจำหน่ายในสถานบริการ

ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลซึ่งประกอบด้วย สถิติค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่

6.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายความต้องการของสถานบริการต่อวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง โดยแสดงระดับความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง ลักษณะของคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้การแปลค่าดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการแปลค่าระดับความต้องการของสถานบริการ

ค่าเฉลี่ย	ระดับของความต้องการของสถานบริการ
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

6.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบตารางไขว้ (Cross Tabulation) ในด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์และสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ

ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินงาน จำนวนที่นั่ง ที่มีต่อวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ โดยนำมาวิเคราะห์แบบตารางไขว้ (Cross Tabulation) เพื่อหาความสัมพันธ์จากค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.5 รวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะของเจ้าของผู้จัดการ แล้วนำมาจัดแยกเป็นหมวดหมู่เพื่ออธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นจริงและแนวทางที่เหมาะสมของการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากผู้ประกอบการสถานบริการ