

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุง ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวม ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้า วัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุง ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้าน ผลกระทบ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัย ด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล และรวมถึงปัญหาที่พบจาก การซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดย ศึกษาจากผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 85 ราย จาก 85 ร้านค้า สํารวจ เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2553 (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2553) โดยการศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งหมดจากประชากร

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 85 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจะทำการสอบถามผู้ที่มีอำนาจในการ ตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้างเท่านั้น

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม(Questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในสถานประกอบการ รูปแบบธุรกิจของกิจการ ประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุง ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ รายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุงต่อเดือน ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง ชนิดของวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุงที่เลือกซื้อเพื่อมาจำหน่าย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุก่อสร้างซีเมนต์ชนิดถุง ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับคำถามที่ใช้วัดความสำคัญของปัจจัยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale (กฤตลี รื่นรัมย์, 2551) ทั้ง 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยคะแนนที่ได้ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับ
คะแนน โดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (ประกอบ กรรณสูตร, 2542)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

นอกจากนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด
และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจแบบตารางไขว้ (Cross Tab) โดยจำแนก
ตามตำแหน่งของผู้มีอำนาจในสถานประกอบการ ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละ
ครั้ง และรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน ทั้งนี้เนื่องจากตำแหน่งต่างๆของผู้มีอำนาจใน
สถานประกอบการจะสะท้อนให้เห็นถึงขอบเขตของงานที่เกี่ยวข้อง อำนาจ รวมถึงความเชี่ยวชาญ
ซึ่งอาจนำมาสู่ความแตกต่างต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัย
ย่อยด้านต่างๆ ในส่วนปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง และรายได้รวมของ
กิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน สามารถสะท้อนให้เห็นถึงขนาดและกำลังซื้อของกิจการว่ามีกิจการที่มี
ขนาดและกำลังซื้อที่แตกต่างกันได้ให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยใน
ระดับใด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนกันยายน 2554 โดยเก็บ
ข้อมูลในเดือนมิถุนายน 2554