

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งจะประกอบไปด้วย ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 ขอบเขตการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อ ประกอบด้วย ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แก่ ผู้ใช้ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ ผู้ตัดสินใจ ผู้อนุมัติ และผู้ควบคุมดูแล และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การกำหนดรายละเอียดความต้องการทั่วไปของผลิตภัณฑ์ การกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การค้นหาผู้ขาย การพิจารณาข้อเสนอผู้ขาย การคัดเลือกผู้ขาย การกำหนดลักษณะเฉพาะของคำสั่งซื้อ และการตรวจสอบการปฏิบัติงาน

รวมถึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่มีชื่อในทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ปี 2543 กระทรวงอุตสาหกรรม

1.2 ขอบเขตประชากร

โรงงานประกอบกิจการประเภทเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตและผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ที่ใช้ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ จำนวน 179 แห่ง¹⁰

¹⁰ ชื่อในทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง ปี 2543 กระทรวงอุตสาหกรรม. Available: <http://www.diw.go.th> [2002, April 19].

2. วิธีการศึกษา

2.1 แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้อาศัยข้อมูล 2 ประเภท คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามจาก ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้จัดการทั่วไปของโรงงาน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง

2.2 จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวอย่างของ ประชากรของโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต จำนวน 64 แห่ง โดยแบ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ตามสัดส่วนจากจังหวัดเชียงราย 30 ตัวอย่าง จังหวัดเชียงใหม่ 23 ตัวอย่าง และจังหวัดลำปาง 11 ตัวอย่าง

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อของโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต โดยในส่วนที่เป็นคำถามลำดับความสำคัญจะทำการแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งจะคิดคะแนนดังนี้

อันดับความสำคัญ	คะแนน
อันดับ 1	3
อันดับ 2	2
อันดับ 3	1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต โดยจะแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการแบบ Likert's Scale ซึ่งมีความหมายและการให้ค่าคะแนนดิบเพื่อเปลี่ยนระดับความสำคัญให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จากนั้นจะหาค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักและให้ความหมายตามช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับที่ 1	หมายถึงความสำคัญน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1
ระดับที่ 2	หมายถึงความสำคัญน้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ระดับที่ 3	หมายถึงความสำคัญปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
ระดับที่ 4	หมายถึงความสำคัญมาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ระดับที่ 5	หมายถึงความสำคัญมากที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5

ความหมายของแต่ละช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย

<u>ช่วงคะแนน</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
1.00-1.50	น้อยที่สุด
1.51-2.50	น้อย
2.51-3.50	ปานกลาง
3.51-4.50	มาก
4.51-5.00	มากที่สุด

2.4 วิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 64 แห่ง นำมาวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำเสนอเป็นตารางของ

1. ความถี่ (Frequency)
2. อัตราร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
4. ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average)