

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้พื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้พื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ตามทฤษฎีด้านส่วนประสมการตลาดซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการรับเหมา (กลุ่มลูกค้าที่นำไปใช้ในการทำธุรกิจ (Business to Business) ที่พิจารณาเลือกวัสดุในงานก่อสร้าง จากร้านค้าวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยจำแนกเป็นกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจำนวน 458 ราย และกลุ่มผู้รับเหมาทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนได้ชัดเจน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ 2544 : 31 อ้างจาก Yamane,1973 :725) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากผู้รับเหมาที่เลือกซื้อวัสดุ และอุปกรณ์ในงานก่อสร้าง จากสถานที่จำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้างที่จำหน่ายในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่มีจำนวนไม่แน่นอนในแต่ละวัน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้รับเหมาที่เป็นลูกค้านร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และซื้อพื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้างในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา โดยกำหนดสถานที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นร้านจำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้าง

ที่มีลักษณะเป็นร้านค้าแบบที่ลูกค้าสามารถเข้าไปพิจารณาเลือกสินค้าได้โดยตรง หรือที่เรียกว่าร้านค้าแบบ โมเดิร์นเทรด (Modern trade shop) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{458}{1 + 458 \times (0.10)^2} \\ n &= 82.07 \end{aligned}$$

เหตุผลประกอบ จากการคำนวณตามสูตร Taro Yamane ได้ผล = 82.07 แต่เพื่อให้สอดคล้องกับการประมวลผลจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง = 100 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ มีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่งคือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับเหมาก่อสร้างที่พิจารณาเลือกวัสดุ และอุปกรณ์ ในงานก่อสร้าง จากสถานที่จำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 100 ราย โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัสดุในการก่อสร้าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้พื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ สำหรับสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ตัวแปรเชิงคุณภาพทั้งสองตัว โดยการทำตารางไขว้ (Cross Tabulation)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ตัวแปรเชิงคุณภาพทั้งสองตัว โดยการทำตารางไขว้ (Cross Tabulation)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้พื้นที่ไม้จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลผล ใช้แบบจุดกึ่งกลางของมาตรวัด แบ่งเป็นช่วง 5 ระดับเท่าๆ กัน โดยแบ่งตามระดับค่าความสำคัญของปัจจัยตั้งแต่ ระดับความสำคัญของปัจจัยน้อยที่สุด จนถึงระดับความสำคัญปัจจัยมากที่สุด จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

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

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้พื้นที่ไม้จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

หมายเหตุ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไม่ได้ระบุถึงการศึกษาด้านปัญหาปัจจัยฯ ในส่วนนี้ แต่ผู้ศึกษาได้ตั้งหัวข้อไว้ในแบบสอบถาม เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved