

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีอำนาจซื้อในการซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผาungหลังคา ของวัดในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา ขอบเขตเนื้อหา การกำหนดขนาดตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาและการรายงานผลการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขต และวิธีการศึกษา

##### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตของประชากร

ประชากร ได้แก่ วัดที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 257 แห่ง โดยทำการสัมภาษณ์เฉพาะผู้มีอำนาจตัดสินใจในการสั่งซื้อวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างประเภทกระเบื้องเคลือบดินเผาเท่านั้น ปกติแล้วก็จะได้แก่ เจ้าอาวาส พระที่รับผิดชอบกรรมการวัด ช่างรับเหมาก่อสร้าง หรือเจ้าภาพที่บริจาค ขึ้นอยู่กับแต่ละวัดว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อจะเป็นใคร

##### 2. ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผา ของวัดที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

## วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยศึกษาข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการสัมภาษณ์เบื้องต้นกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจชื่อกระเบื้องเคลือบดินเผาของวัด เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการออกแบบสอบถาม และทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการ Pre-test จำนวนตัวอย่าง 10 ตัวอย่างที่จังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วทำการเก็บข้อมูล ของวัดที่ทำการศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารกรมการศาสนา และข้อมูลลูกค้าของโรงงานอุตสาหกรรม แหลมทองบล็อก เครื่องเคลือบดินเผา ข้อมูลจากเอกสารของทางวัดที่ได้อบรมมา บทความที่เกี่ยวข้องทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

## วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรและการกำหนดขนาดตัวอย่าง

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นวัดในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 257 แห่ง<sup>7</sup> จากจำนวนวัดที่มีทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ 1,337 แห่ง<sup>8</sup> โดยใช้สูตรคำนวณกรณีที่ทราบจำนวนประชากร ด้วยสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.10 ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5 %
2. กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้กระจายจำนวนตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากรในแต่ละอำเภอ (Quota Sampling) การสุ่มตัวอย่างประชากรในแต่ละอำเภอ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างดังในตารางที่ 3.1

<sup>7</sup> นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535 หน้า 103.

<sup>8</sup> กระทรวงศึกษาธิการ กรมการศาสนา. 2544. รายชื่อวัดในประเทศไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.moe.go.th/webrad> (26 พฤศจิกายน 2544).

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนที่เก็บข้อมูลและจำนวนวัดในแต่ละอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่

อำเภอ	จำนวนวัด <sup>9</sup>	จำนวน ตัวอย่าง	สัดส่วนคิด เป็นร้อยละ
จอมทอง	77	15	5.76
เชียงดาว	41	8	3.07
ไชยปราการ	31	6	2.32
คอกเต่า	21	4	1.57
คอกสะเก็ด	84	16	6.28
คอกหล่อ	9	2	0.67
ฝาง	70	13	5.24
พร้าว	69	13	5.16
เมือง	124	24	9.27
แม่แจ่ม	26	5	1.94
แม่แตง	91	17	6.81
แม่ริม	63	12	4.71
แม่วาง	37	7	2.77
แม่อน	16	3	1.20
แม่อาขย	52	10	3.89
เวียงแหง	15	3	1.12
สะเมิง	27	5	2.02
สันกำแพง	92	18	6.88
สันทราย	77	15	5.76
สันป่าตอง	113	22	8.45
สารภี	71	14	5.31
หางดง	78	15	5.83
อมก๋อย	10	2	0.75
ฮอด	43	8	3.22

<sup>9</sup> กระทรวงศึกษาธิการ กรมการศาสนา. 2544. รายชื่อวัดในประเทศไทย. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.moe.go.th/webrad> (26 พฤศจิกายน 2544).

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ วัตถุประสงค์สร้างประเภทกระเบื้องดินเผาungหลังคาของวัด ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ความสัมพันธ์กับวัด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัด ได้แก่จำนวนผู้อาศัยในวัด สรรพธา อายุของวัด รายรับ ผู้เก็บรักษาและการจ่ายเงินของวัด สถานที่ตั้ง จำนวนพื้นที่ของวัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการใช้กระเบื้องเคลือบดินเผาของวัด ได้แก่ สาเหตุที่ซื้อ ความถี่ สิ่งก่อสร้างที่ใช้กระเบื้องเคลือบ แหล่งที่ซื้อ ชนิดสินค้าที่ซื้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผา อันได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยในแบบสอบถาม ส่วนนี้ทำเป็นแบบลิเกอ์ต (Likert Scale)<sup>10</sup>

ส่วนที่ 5 ปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่เป็นองค์กรธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยบุคคล แบบแปลนของสิ่งก่อสร้าง ความต้องการของผู้บริจาคว ความนิยมตามสมัยนิยม การสอดคล้องกับสิ่งก่อสร้างเดิมที่มีอยู่ในวัดหรือชุมชน

สำหรับลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้ Likert Scale จัดแบ่งระดับ ความสำคัญ เรียงจากมากไปหาน้อย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และมีการ กำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	5	4.50 - 5.00
มาก	4	3.50 - 4.49
ปานกลาง	3	2.50 - 3.49
น้อย	2	1.50 - 2.49
น้อยที่สุด	1	1.00 - 1.49

<sup>10</sup> กุณชาติ เวชสาร, การวิจัยการตลาด. (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 108-109.

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้ทำการ Pre-test แบบสอบถามจำนวน 10 ชุด แก่ไขและทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ผู้เก็บข้อมูลภาคสนาม 2 คน และยานพาหนะเดินทางไปยังวัดตัวอย่างเป้าหมาย สอบถามถึงผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของวัด เมื่อพบแล้วจึงทำการสัมภาษณ์ โดยผู้เก็บข้อมูลเป็นผู้กรอกแบบสอบถามตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบ ใช้เวลาเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2545 ถึง วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2545 รวมระยะเวลา 27 วัน ไม่เว้นวันหยุด เก็บข้อมูลในช่วงเวลา 8.00 น. ถึง 17.00 น โดยได้ทำการชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

### สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เป็นข้อมูลปฐมภูมิของกลุ่มตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS และใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาใช้เวลาดังแต่เดือน ตุลาคม 2544 ถึงเดือน พฤษภาคม 2545

### การรายงานผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางเสนอข้อมูล แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ได้แก่

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวความคิด

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ