

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการศึกษา และ ระยะเวลาในการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ หรือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของ อุตสาหกรรมการพิมพ์ขนาดเล็ก อุตสาหกรรมการพิมพ์ขนาดกลาง และอุตสาหกรรมการพิมพ์ขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 2,463 ราย (สมาคมการพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2550)

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีคำนวณจากสูตร Yamane (ศิริวรรณ เสรีรัตน์: 193 – 194 อ้างอิงจาก Yamane, 1979) ที่ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และให้มีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 10 ดังนี้คือ

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{2,463}{1+2,463 \times (0.10)^2} \\ &= 97 \end{aligned}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนประชากร  
 $e$  = ค่าความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

จึงปรับขนาดตัวอย่างเป็น 100 รายโดยทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวนตามขนาดของโรงพิมพ์ได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนโรงพิมพ์และการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ขนาดโรงพิมพ์	จำนวน	สัดส่วน	กลุ่มตัวอย่าง
โรงพิมพ์ขนาดเล็ก ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 100 ล้านบาท จำนวนแรงงานต่ำกว่า 50 คน	2,216	2,216 ( 100 /2,463)	90
โรงพิมพ์ขนาดกลาง ทุนจดทะเบียนกว่า 100 -200 ล้านบาท จำนวนแรงงานกว่า 50 -150 คน	197	197 ( 100 /2,463)	8
โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ ทุนจดทะเบียนกว่า 200 ล้านบาท จำนวนแรงงานกว่า 200 คน	50	50 ( 100/2,463)	2
รวม	2,463	-	100

ที่มา : (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2544)

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

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

### การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ดังนี้

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
สำหรับการแปลผลข้อมูลในภาพรวมและรายชื่อ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	สำคัญน้อยที่สุด
1.50-2.49	สำคัญน้อย
2.50-3.49	สำคัญปานกลาง
3.50-4.49	สำคัญมาก
4.50-5.00	สำคัญมากที่สุด

**ระยะเวลาในการศึกษา**

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2550 ถึงเดือน  
เมษายน 2551 โดยมีระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน ธันวาคม 2550



**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved