

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เตาเผาศพไร้มลพิษของวัด
ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ผู้เขียน นายรัช สี่เหลียง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.รวิพร คุณเจริญไพศาล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เตาเผาศพไร้มลพิษของวัดในอำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากเจ้าอาวาสวัดหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน 96 วัด โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย เรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล รองลงมา ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องต้นทุนโดยรวมทั้งหมดของเตาเผาศพไร้มลพิษ ต่ำกว่าการใช้เตาเผาศพแบบเดิมเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนในการจัดงานฌาปนกิจเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสามารถของผู้ขายในการจูงใจให้เกิดการซื้อเป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการให้วัดต้องใช้จ่ายเงินจำนวนมากเป็นลำดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมเฉลี่ยตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องเงื่อนไขการรับประกันสินค้า เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องราคาของเตาเผาศพคุ้มค่ากับคุณภาพที่ได้รับเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการแนะนำผ่านผู้ที่มีความน่าเชื่อถือในชุมชนซึ่งให้คำแนะนำหรือรับรองประวัติของผู้ขายเตาเผาศพให้ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการให้คำปรึกษาเชิงเทคนิคและการสอนการใช้งานของผู้ขายเป็นลำดับแรก

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังพบปัญหาต่อผู้ประกอบการ คือ วัดไม่มีเงินทุนหรือเจ้าภาพในการสร้างเตาเผาศพไร้มลพิษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.96 รองลงมาคือ ไม่มีเจ้าหน้าที่หรือช่างเข้าไปดูแลให้คำปรึกษาแก่วัดกรณีมีปัญหาการใช้งาน ร้อยละ 8.33 และมีข้อเสนอแนะเรื่องจำนวนศพที่ต้องฉาปนกิจต่อปีมีน้อยจึงไม่จำเป็นต้องติดตั้งเตาเผาศพไร้มลพิษ คิดเป็นร้อยละ 12.50

Independent Study Title	Factors Affecting on Decision to Use Pollution-free Crematorium in Ratchaburi Province's Temples
Author	Mr.Thawat Srijuang
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr.Rawiporn Koojaroenpaisan

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors affecting on decision to use pollution-free crematorium in Ratchaburi Province's temples. The data was collected by using questionnaires from monk masters and designated persons consisted of 96 temples as the whole studied population. The data analysis was done by using descriptive statistics; frequency, percentage, mean and standard deviation.

The study found that the respondents rated all factors affecting the organizational buying behavior at medium level of importance respectively; personal factor, organizational factor, environmental factor, and interpersonal factor. The details of those factors were presented as follow.

Environmental factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor that the total cost of a pollution-free crematorium was lower than a traditional crematorium.

Organizational factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor of the funeral procedure.

Interpersonal factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor that the sellers ability to convince buyers.

Personal factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor that the respondents were not willing to see the temples spending a large amount of money.

Moreover, the respondents rated average level of importance to the marketing mix factors of price, product, promotion and place respectively as following details;

Product factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor of product warranty conditions.

Price factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor that the crematorium price was worth for its quality.

Place factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor that the recommendation via the community's respective person who guaranteed the crematorium seller background.

Promotion factor, the respondents rated the highest level of importance to a sub-factor of the technical and applications consultation provided by the seller.

Besides, the respondents found some problems with respect to the crematory providers 48.96% of the respondents found the highest percentage of problem was that the temples did not have budget or fundraisers for the pollution-free crematorium. Secondly, 8.33% of the respondents agreed that there was neither staff nor technician to provide the temple with assistance when the temple was facing with the application problem. Finally, 12.50% of the respondents suggested that it was not necessary to install the pollution-free crematorium due to the low rate of cremation demanded each year.