

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้รับเหมาในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตสำหรับงานระบายน้ำ มีวิธีดำเนินการศึกษาในเรื่องของ ขอบเขต การศึกษา และวิธีการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

1. กระบวนการจัดซื้อของธุรกิจ กระบวนการตัดสินใจในการซื้อโดยในการศึกษารั้งนี้ จะศึกษาถึงเรื่องกระบวนการจัดซื้อของธุรกิจที่มีเนื้อหาประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การกำหนด รายละเอียดและความต้องการผลิตภัณฑ์ การกำหนดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ การค้นหาผู้ขาย การ ชักชวนให้ผู้ขายเสนอขาย การเลือกผู้ขาย การกำหนดลักษณะเฉพาะของคำสั่งซื้อ และการทบทวน ผลการสั่งซื้อ รวมทั้งศึกษาถึงประเภทของการตัดสินใจซื้อ ที่ประกอบด้วย การซื้อแบบภารกิจใหม่ การซื้อซ้ำแบบปรับปรุง และการซื้อซ้ำแบบเดิม
2. ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์[สินค้าอุตสาหกรรม] (Industrial product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย (Distribution) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
3. ตลาดองค์กร ได้แก่ จำนวนผู้ซื้อของตลาดธุรกิจมีจำนวนน้อยกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้ซื้อของตลาดธุรกิจจะเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้ากับลูกค้าของตลาดธุรกิจ จะมีความใกล้ชิด บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจมักจะมีจำนวนมากกว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และผู้ซื้อที่เป็นองค์กรธุรกิจมักจะซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง
4. ลักษณะของคอนกรีต คอนกรีตเกิดจากการผสมซีเมนต์เป็นตัวประสานกับทราย หิน หรือกรวด และน้ำ ซึ่งจะทำปฏิกิริยากับซีเมนต์ ทำให้ซีเมนต์มีคุณสมบัติเป็นตัวประสานแทรกตาม เม็ดทรายและหิน รวมตัวกันเป็นก้อนคอนกรีตในแบบหล่อ
5. ปัญหาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างประสบในการซื้อผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตสำหรับงาน ระบายน้ำ

### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากร คือ ผู้รับเหมาก่อสร้างที่เป็นสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของชมรมผู้รับเหมาเชียงใหม่ และไม่มีรายชื่ออยู่ในบริษัทที่ถูกจัดซื้อออกจากทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 28 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2550 : ระบบออนไลน์)

## 3.2 วิธีการศึกษา

### 3.2.1 แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกรรมการผู้จัดการ หรือผู้จัดการทั่วไป หรือผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือวิศวกร ของบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างบริษัทละ 1 คน รวม 28 คน ซึ่งบริษัทเหล่านี้เป็นสมาชิกของชมรมผู้รับเหมาเชียงใหม่ที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือวารสาร รายงาน เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้  
 ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ  
 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ  
 ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลของผู้รับเหมาก่อสร้างด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ท่อระบายน้ำคอนกรีต

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงใหม่ประสบในการซื้อผลิตภัณฑ์ท่อระบายน้ำคอนกรีต

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้มาตรวัดแบบให้คะแนนหรือให้การประเมิน แบบ Itemized rating scales ประกอบด้วย 5 ระดับ (สุจิตรา บุญยรัตพันธุ์: 130-132)

ระดับที่ 1 หมายถึง ความสำคัญน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1
ระดับที่ 2 หมายถึง ความสำคัญน้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ระดับที่ 3 หมายถึง ความสำคัญปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
ระดับที่ 4 หมายถึง ความสำคัญมาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ระดับที่ 5 หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตรค่าพิสัย คือ

$$\frac{\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น แต่ละระดับจะสามารถแบ่งคะแนนค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

<u>ช่วงคะแนน</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
1.00-1.79	น้อยที่สุด
1.80-2.59	น้อย
2.60-3.39	ปานกลาง
3.40-4.19	มาก
4.20-5.00	มากที่สุด