

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### แผนการดำเนินงาน

ในการศึกษาเรื่องเพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ มีขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

#### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเรื่องส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

##### 2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้พักอาศัยในโครงการดิเออบาน่า จำนวน 320 ราย (บริษัท ปาล์ม สปริงส์ เฟลซ จำกัด, 2554) ข้อมูล ณ วันที่ 1 มีนาคม 2555

### 3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวนตัวอย่างได้มาจากวิธีการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2551) ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$n = \frac{320}{1 + (320 \times 0.05^2)}$$

n = 177.78

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย

#### วิธีการศึกษา

##### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยในโครงการเคออบานา จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร หนังสือวารสาร แหล่งข้อมูลออนไลน์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้แบ่งเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งการทำงาน รายได้ ระดับการศึกษา

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

**ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะอื่นๆ

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มา จะทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จะใช้ Rating Scale โดยมีเกณฑ์วัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

เกณฑ์วัดระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่

ระดับคะแนน	ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่
------------	---

5	มีผลต่อการซื้อมากที่สุด
4	มีผลต่อการซื้อใจมาก
3	มีผลต่อการซื้อปานกลาง
2	มีผลต่อการซื้อน้อย
1	มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด

## เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 - 5.00	มีผลต่อการซื้อมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีผลต่อการซื้อใจมาก
2.50 - 3.49	มีผลต่อการซื้อปานกลาง
1.50 - 2.49	มีผลต่อการซื้อน้อย
1.00 - 1.49	มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์ส่วน  
ประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่  
ผู้ศึกษาจะรวบรวมและนำเสนอในรูปแบบการพรรณนา

## สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ โครงการดิเออบาน่า และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 6 เดือน ระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ตั้งแต่เดือน  
เมษายน – กันยายน 2555 ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ศ.2555					
	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น	→					
สร้างแบบสอบถาม		→				
เก็บรวบรวมข้อมูล			→			
วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล				→	→	
จัดทำและนำเสนอรายงาน						→