

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานบริษัท บริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรีในการเลือกซื้อบ้าน โดยมีการกำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านของพนักงานบริษัท บริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ซึ่งทำงานอยู่ในบริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่มีความประสงค์จะซื้อบ้านในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้า

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนและรายชื่อประชากรทั้งหมด จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย เพราะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคนระดับท้องถิ่น (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑล เวชสาร, 2545: 192) โดยแบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับรายได้ (รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอาชีพของจังหวัดปราจีนบุรี สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552: ออนไลน์) ดังนี้

ระดับรายได้ สูง (กลุ่มผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ และผู้บริหาร)	มากกว่า 30,000 บาท
ระดับรายได้ ปานกลาง (กลุ่มเสมียนพนักงาน พนักงานขาย)	15,001 – 30,000 บาท
ระดับรายได้ น้อย (กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต)	น้อยกว่า 15,000 บาท

วิธีการเลือกตัวอย่าง จะใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการเลือกกำหนดโควตาแบบเท่ากันทุกกลุ่ม ดังนี้

ระดับรายได้ สูง	100 ราย
ระดับรายได้ ปานกลาง	100 ราย
ระดับรายได้ น้อย	100 ราย
รวม	300 ราย

### วิธีการศึกษา

#### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลพนักงานบริษัท ซึ่งทำงานอยู่ในบริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่มีความประสงค์จะซื้อบ้านในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้า จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส วุฒิการศึกษาสูงสุด รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานบริษัท บริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรีในการเลือกซื้อบ้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2530)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด

### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2552 ถึง เดือน มีนาคม 2553