

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา และสถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านที่พักอาศัยของผู้มีรายได้ครอบครัวตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ที่พักอาศัย ประกอบการ หรือทำงาน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้มีรายได้ครอบครัวตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ที่พักอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ที่มีระดับราคา 2 ล้านบาทขึ้นไป หรือกลุ่มที่มีความตั้งใจในการซื้อบ้านจัดสรรในอีก 1 – 3 ปีข้างหน้า ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 330 ราย โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่จะสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ โดยใช้สูตรการหาจำนวนตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบขนาดประชากร คือสูตรของดับเบิลยู จี คอคเครน (W.G. Cochran, 1953) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยข้อมูลผู้มีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ในสมุทรสาครมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับ ประชากรทั้งหมด)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Z เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%))

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05 หรือ 5%) แทนค่าตัวแปรในสมการจะได้

$$n = \frac{0.3(1-0.3)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 322.69$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง 322.69 เท่ากับจำนวน 323 รายเพื่อความสะดวกในการกำหนดจำนวนตัวอย่างจึงใช้ตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 330 ราย โดยมีการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้มีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ผู้ศึกษามีการจัดขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้มีรายได้น้อย โดยกำหนดผู้สอบถามมีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป โดยแยกเก็บแบบสอบถามตามลักษณะอาชีพ 3 หมวดหลักเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร คือ

1. ข้าราชการ
2. พนักงานบริษัท
3. ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้านเอกชน ทั่วไป

จากนั้นทำการเก็บตัวอย่างลักษณะอาชีพละ 110 ตัวอย่าง เท่า ๆ กัน (non

proportional)

## วิธีการศึกษา

### 1. การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการออกที่นำไปแจกกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 330 ตัวอย่าง

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากหนังสือ วารสาร เอกสารสิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล โดยรูปแบบของแบบสอบถามจะใช้แบบปลายปิด (Close - Ended Question) และแบบปลายเปิด (Open - Ended Question) โดยได้แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัย โดยคำถามเรื่องระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดนั้น ได้อ้างอิงคำถามจากแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของ ฉัฐมน เจริญทวีทรัพย์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ซึ่งมีรายละเอียดของปัจจัยย่อยแต่ละด้านครอบคลุมปัจจัยส่วนประสมการตลาดค่อนข้างมาก จึงนำมาปรับใช้ให้เข้ากับแบบสอบถามของผู้ศึกษา

ส่วนที่ 3 : ปัญหาส่วนประสมการตลาดและข้อเสนอแนะ

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม เมื่อผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วจะนำมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แล้วใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ โดยมีหลักเกณฑ์การแปรผลและค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตรค่าพิสัยคือ

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

ดังนั้นแต่ละระดับจะสามารถแบ่งคะแนนค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยได้ 5 ระดับดังนี้ (กานดา พูนลาภทวี, 2539)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายความว่า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายความว่า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายความว่า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายความว่า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายความว่า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับความสำคัญน้อยที่สุด

### สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. ผู้ศึกษาจะทำการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ พร้อมทั้งสรุปผลจากข้อมูลที่ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจะดำเนินการตามสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

2.1 สถานที่ราชการในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร

2.2 ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัท และผู้ประกอบการรวมทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่ 1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนเศรษฐกิจ 1 2) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร 3) ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร

2.3 โครงการบ้านจัดสรร ระดับราคาสูงกว่า 2 ล้านบาท ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร รวม 2 แห่ง ได้แก่ 1) โครงการมหาชัยเมืองทอง 2) โครงการเดอะพราว มหาชัย

### ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาคั้งนี้ คาดว่าจะใช้เวลาทั้งสิ้น 3 เดือน ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง												
2. จัดทำและทดสอบแบบสอบถาม												
3. เก็บรวบรวมข้อมูล												
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล												
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน												