

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าใน
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ใน
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้าน
สถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ซื้อบ้านจากโครงการที่มีใบอนุญาตจัด
สรรแล้ว ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึง
ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ซื้อบ้านจากโครงการที่มีใบอนุญาตจัดสรรแล้ว ในเขตอำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บแห่งละ 15 ราย รวมทั้งหมด 300 ราย ดังนี้ 1) บริษัท เชียงใหม่พิ
มุกต์ จำกัด 2) บริษัท เดอะทรอปิคอลโฮม จำกัด 3) บริษัท แฮปปี้ทาวน์ 168 จำกัด 4) ห้างหุ้น
ส่วนจำกัด บูรณชัย 5) บริษัท รุ่งเรือง คลอติดีเฮ้าส์ จำกัด 6) บริษัท เชียงใหม่ พิมุกต์ จำกัด 7)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด คัทลียา พร็อพเพอร์ตี้ 8) บริษัท ศิริพร พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด 9) บริษัท แลนด์
เอนด์เฮ้าส์ จำกัดมหาชน 10) บริษัท รวมโชคโฮม จำกัด รวมโชคโฮม จำกัด 11) ห้างหุ้นส่วน
บ้านธารน้ำทิพย์ จำกัด 12) ห้างหุ้นส่วน แอล เอ็น เฮ้าส์ซิง (ใบไม้) 13) บริษัท รวมโชค พร็อพ
เพอร์ตี้ จำกัด 14) ห้างหุ้นส่วน พญาศิริวิวัฒน์ 15) บริษัท เชียงใหม่พิมุกต์ 16) บริษัท ศรีวรรณดี
จำกัด 17) ห้างหุ้นส่วน คัทลียา พร็อพเพอร์ตี้ 18) บริษัท รวมโชคโฮม จำกัด 19) บริษัท รวม
โชคพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด 20) รวมโชคพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด 21) ห้างหุ้นส่วน อารุณโฮม จำกัด

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม (Questionnaire) จากลูกค้าที่ซื้อบ้านจากโครงการที่มีใบอนุญาตจัดสรรแล้ว ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งหมด 300 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลจำนวน 300 ชุด โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
- ตอนที่ 3 ข้อมูลปัญหา ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2530)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบ
แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

ระยะเวลาและสถานที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าใช้เวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – กันยายน 2549 ระยะเวลาในการเก็บ
ข้อมูลเดือนกรกฎาคม 2549

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved