

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษา กล่าวตามลำดับคือ ขอบเขตเนื้อหา การกำหนดประชากรในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ทำการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่จะมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ ที่ต้องการที่อยู่อาศัย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### 3.1.3 จำนวนตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ ที่ต้องการที่อยู่อาศัย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตร W.G Cochran (ยูทซ์ ไกรวรรณ, 2546: 102)

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

โดยที่

- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากร  
 P แทน สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม  
 Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  
 d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

การศึกษานี้ กำหนดสัดส่วนประชากรเท่ากับร้อยละ 20 ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% (Z=1.96) ความคลาดเคลื่อน 5%

$$n = \frac{0.2(1-0.2)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 245.86 \text{ หรือประมาณ } 246 \text{ ราย}$$

โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) เฉลี่ยตามประเภทของผู้ปฏิบัติงาน 4 ประเภท ทำให้จำนวนขนาดตัวอย่างเพิ่มเป็น 248 ตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ปฏิบัติงาน

ประเภทของผู้ปฏิบัติงาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
พนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	62
พนักงานสายการบิน	62
เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ	62
พนักงานของผู้ประกอบการภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	62
รวมทั้งสิ้น	248

## 3.2 วิธีการศึกษา

### 3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการออกแบบสอบถามจากผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ ที่ต้องการที่อยู่อาศัย จำนวน 248 ตัวอย่าง

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ และข้อมูลทางสถิติที่ได้จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ (กานดา พูนลาภทวี, 2539)

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

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตรค่าพิสัย คือ

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

ดังนั้นแต่ละระดับจะสามารถแบ่งคะแนนค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยได้ 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00	หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19	หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39	หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59	หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79	หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาคือ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนเมษายน 2551 และระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม คือตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2550 ถึง 15 กุมภาพันธ์ 2551

### 3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) อาคารผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (2) อาคารสำนักงาน บมจ.ท่าอากาศยานไทย ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (3) อาคารคลังสินค้าในประเทศและต่างประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (4) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved