

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด ผลึกภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และการตระหนักความต้องการ การแสวงหาข้อมูล / ข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกหลังการซื้อ ในบทนี้จะอธิบายถึงสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือ แหล่งที่มาของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ในการดำเนินการเก็บข้อมูล การวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ คือ หมู่บ้านจัดสรรในราคา 1.5 - 3.5 ล้านบาท จำนวน 5 หมู่บ้าน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โครงการหมู่บ้านชลลดา (สนทราย - แม่ใจ), รีเจนท์ 2 (สนทรายสายเก่า), รีเจนท์ 1 (สนทราย - คอยสะเก็ด), เดอะลาภูนน่าโฮม โครงการ 9, หมู่บ้านศิริพรคันทรียิลล์วิลล่า โครงการ 8 ,หมู่บ้านพิมุกต์ โครงการ 4 (สนทราย - สันกำแพง)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มครัวเรือน ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 หมู่บ้าน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โครงการหมู่บ้านชลลดา (สนทราย - แม่ใจ) รีเจนท์ 2 (สนทรายสายเก่า) รีเจนท์ 1 (สนทราย - คอยสะเก็ด) เดอะลาภูนน่าโฮม โครงการ 9 หมู่บ้านศิริพรคันทรียิลล์วิลล่า โครงการ 8 หมู่บ้านพิมุกต์ โครงการ 4 (สนทราย - สันกำแพง)

2. กลุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) จากจำนวนครัวเรือนที่ซื้อบ้านใน 5 หมู่บ้านที่สุ่มเลือก โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์, 2540: 71) กำหนดยอมให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง 0.05 หรือร้อยละ 5

สูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนครัวเรือนทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิด

แทนค่าลงในสมการจะได้ว่า

$$n = \frac{1100}{1 + (1100)(0.05)^2}$$

$$n = 325.51 \text{ หรือ ไม่ต่ำกว่า } 326 \text{ ราย}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 326 ราย เนื่องจากจำนวนสมาชิกในแต่ละหมู่บ้านจัดสรรมีความแตกต่างกันจึงได้มีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร

สูตร
$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

n_i = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มจากตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านจัดสรร

N_i = จำนวนครัวเรือนที่อาศัยในแต่ละหมู่บ้านจัดสรร

N = จำนวนครัวเรือนทั้งหมด

ตัวอย่างการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านจัดสรร เช่น แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ โครงการชลลดา (สันทราย - แม่โจ้) ซึ่งมีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 326 ครัวเรือน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 326 คน และจากประชากรทั้งสิ้น 1,100 คน แทนค่าลงในสูตรจะได้ว่า

$$n_i = \frac{(326)(326)}{1,100}$$

$$n_i = 96 \text{ คน}$$

จากนั้นคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของทุก ๆ หมู่บ้านจัดสรร ในสูตรเดียวกัน จะได้รายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง ดังตาราง 2

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านที่ซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	โครงการหมู่บ้านเดี่ยว	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โครงการชลลดา (สันทราย - แม่โจ้)	326	96
2	รีเจนท์ 1 -2 (สันทรายสายเก่า /สันทราย - คอยสะเก็ด)	178	52
3	เดอะลาгуลน่าโฮม โครงการ 9 (สันทรายหลวง)	51	15
4	หมู่บ้านศิริพรวิลล่า 8 (สันทรายนอกเขตเทศบาล)	300	88
5	หมู่บ้านพิมุกต์ 4 (สันทราย - สันกำแพง)	255	75
จำนวนรวม		1,110	326

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลกรมที่ดิน สำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ (2550)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกเรียบร้อยแล้ว จากผู้บริ โภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 326 ราย นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
- 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมและค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์สำนักงานการวิจัยแห่งชาติและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open ended question) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาด และ ข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา และ อุปสรรค ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Cronbach Alpha พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับที่ระดับ 0.87 ซึ่งมีค่าสูงกว่าระดับที่กำหนดที่ระดับ 0.80 หลังจากนั้นจึงได้ทำการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อหาข้อผิดพลาดและทำการแก้ไข แล้วจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจริงตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 326 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็น หรือตัวแปรที่ศึกษา เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และกำหนดค่าออกมาเป็นตัวเลข โดยอาศัยการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้หลักทางสถิติในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาวิจัย นำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางซึ่งในแต่ละตอนของแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด และข้อมูลทั่วไป ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยในการศึกษาแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยทางการตลาด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) และในส่วนของคุณลักษณะข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

โดยการหาค่าเฉลี่ยเป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มีการกำหนดระดับมาตราส่วน 5 ระดับ โดยการกำหนดค่าน้ำหนักจะใช้วิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76-77)

5	หมายถึง	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก
3	หมายถึง	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อย
1	หมายถึง	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินจะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน และคะแนนสูงที่สุด คือ 5 คะแนน หากถึงกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 27)

ความกว้างของอันตรภาคชั้น

=

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

จำนวนชั้น

=

5 - 1

5

=

0.8

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณได้ ดังนี้ (รจรินทร์ เมธวณิช, 2551: 45)

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ
5	4.21 - 5.00	มากที่สุด
4	3.41 - 4.20	มาก
3	2.61 - 3.40	ปานกลาง
2	1.81 - 2.60	น้อย
1	1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) และในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ผู้วิจัยได้สร้างคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีการกำหนดค่าคะแนนของแต่ละคำถามเป็นระดับมาตราส่วน 3 ระดับดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76)

3	หมายถึง	ปัญหาส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวระดับมาก
2	หมายถึง	ปัญหาส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวระดับน้อย
1	หมายถึง	ไม่มีปัญหาที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples Test) ด้วยวิธี t - Test และอีกวิธีที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีปัจจัยย่อยมากกว่า 2 ค่าขึ้นไป ด้วยวิธี F - Test และในกรณีที่มึนัยสำคัญทางสถิติจะทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe') โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

และการแจกแจงไคสแควร์ด้วยวิธีเพียร์สัน (Pearson's Chi-Square: χ^2) เป็นวิธีการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Independent Variables) กับ ตัวแปรตาม (Dependent Variables)