

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองจากธนาคารพาณิชย์หนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### 3.1 ข้อมูลการวิจัย

ข้อมูลในการวิจัย เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ทางธนาคาร ได้ทำการเก็บรวบรวมขึ้นใหม่ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองจากธนาคารพาณิชย์

#### 3.2 ประชากรของการวิจัย

กลุ่มประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ซื้อบ้านมือสองของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 สาขา ได้แก่ สำนักงานบริหารธุรกิจสาขาเขต 16 สาขาท่าแพ สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาศรีนครพิงค์ สาขาประตูช้างเผือก สาขาคณะแพทยศาสตร์ สาขาแม่ใจ สาขาถนนเมืองสมุทร สาขาสี่แยกสันกำแพง และสาขาสี่แยกสนามบินเชียงใหม่

#### 3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะลูกค้ำที่ซื้อบ้านมือสองของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จาก 10 สาขา ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 106 ราย

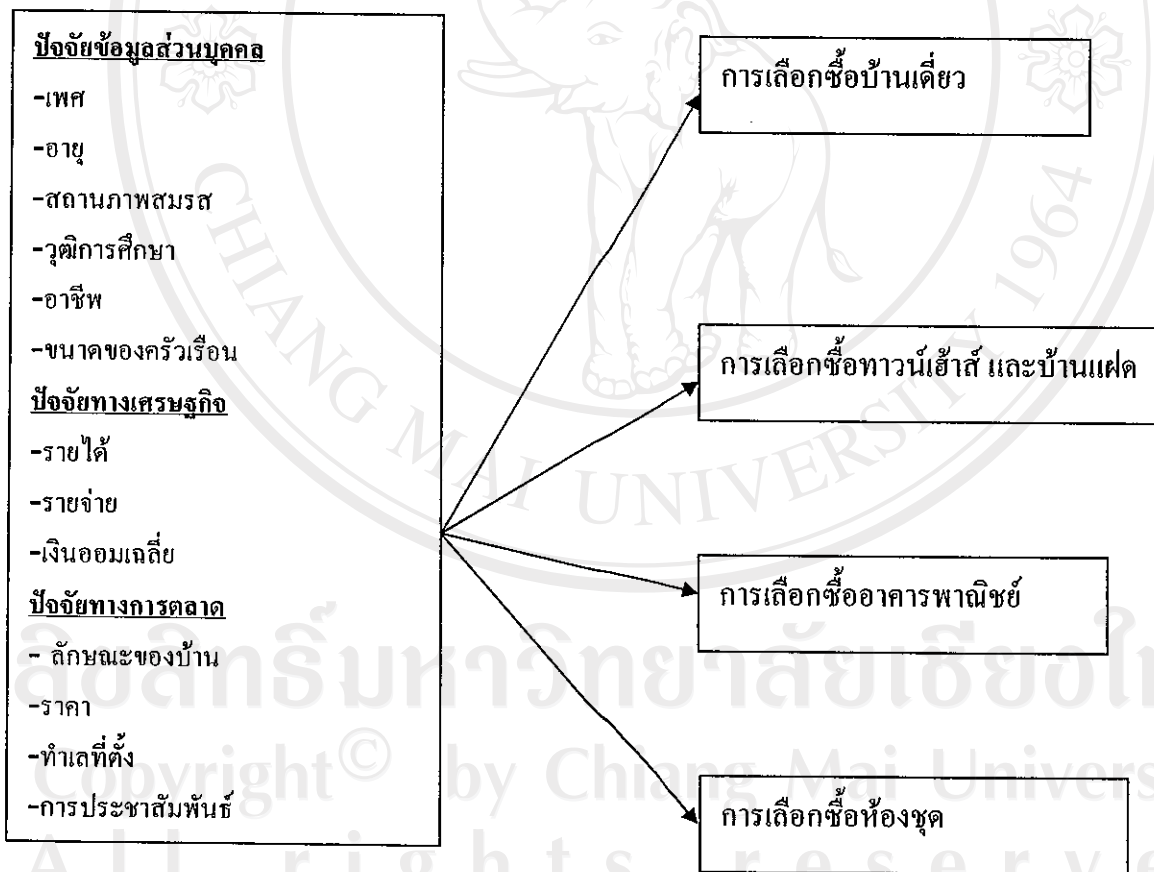
#### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้จากการออกแบบสอบถาม โดยจะนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ คือข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ วุฒิการศึกษา และอาชีพ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการที่จะทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย และเข้าถึงกลุ่มตลาด ได้อย่างถูกต้อง และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทบ้านมือสอง อันได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์ และห้องชุด ซึ่งปัจจัยต่างเหล่านี้จะเป็นข้อมูลของธนาคาร เลือกรูปแบบบ้านให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ำได้มาก

ที่สุด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายบ้านมือสองของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านราคาเงื่อนไขการปล่อยวงเงินสินเชื่อ สภาพของบ้าน และทำเลที่ตั้ง

### 3.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยต่างๆ สามารถนำมาอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองจากธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจากการศึกษาผลงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันตลอดจนประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานเกี่ยวกับด้านสินเชื่อของสถาบันการเงินทำให้พอสรุปถึงลักษณะต่างๆที่คาดหมายว่าน่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองจากธนาคารพาณิชย์ มี 3 ปัจจัยหลักดังนี้ ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางการตลาด ดังแผนภาพที่ 3 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางการตลาดที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง (4ประเภท) ของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัยและแบบจำลอง

นำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์และแปรผลด้วยวิธีทางสถิติ โดยใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ เป็นการอธิบายถึงลักษณะต่างๆไป ของข้อมูลที่เก็บรวบรวม ได้ในรูปของค่าร้อยละ ( Percentage) และค่าความถี่ ( Frequency)

ลักษณะข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของ Likert (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตาม ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับการให้ความสำคัญ	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

โดยพิจารณาจากระดับค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์ดังนี้

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

### 2. สถิติแบบ Non – Parametric โดยใช้ค่า Chi – squared

เพื่อที่จะศึกษาว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ 2 ลักษณะหรือไม่ หรือดูว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวหรือไม่ ค่า Chi – squared ที่ได้เป็นเพียงค่าที่บอกแต่เพียงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่เท่านั้น แต่ไม่ได้บอกถึงขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอีกตัวหนึ่ง (มัลลิกา บุนนาค, 2536) นอกจากนี้ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่า Chi – squared อาจมีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง ทั้งนี้เพราะมีการกำหนดให้ปัจจัยอื่นยกเว้นปัจจัยที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีค่าคงที่