

### บทที่ 3

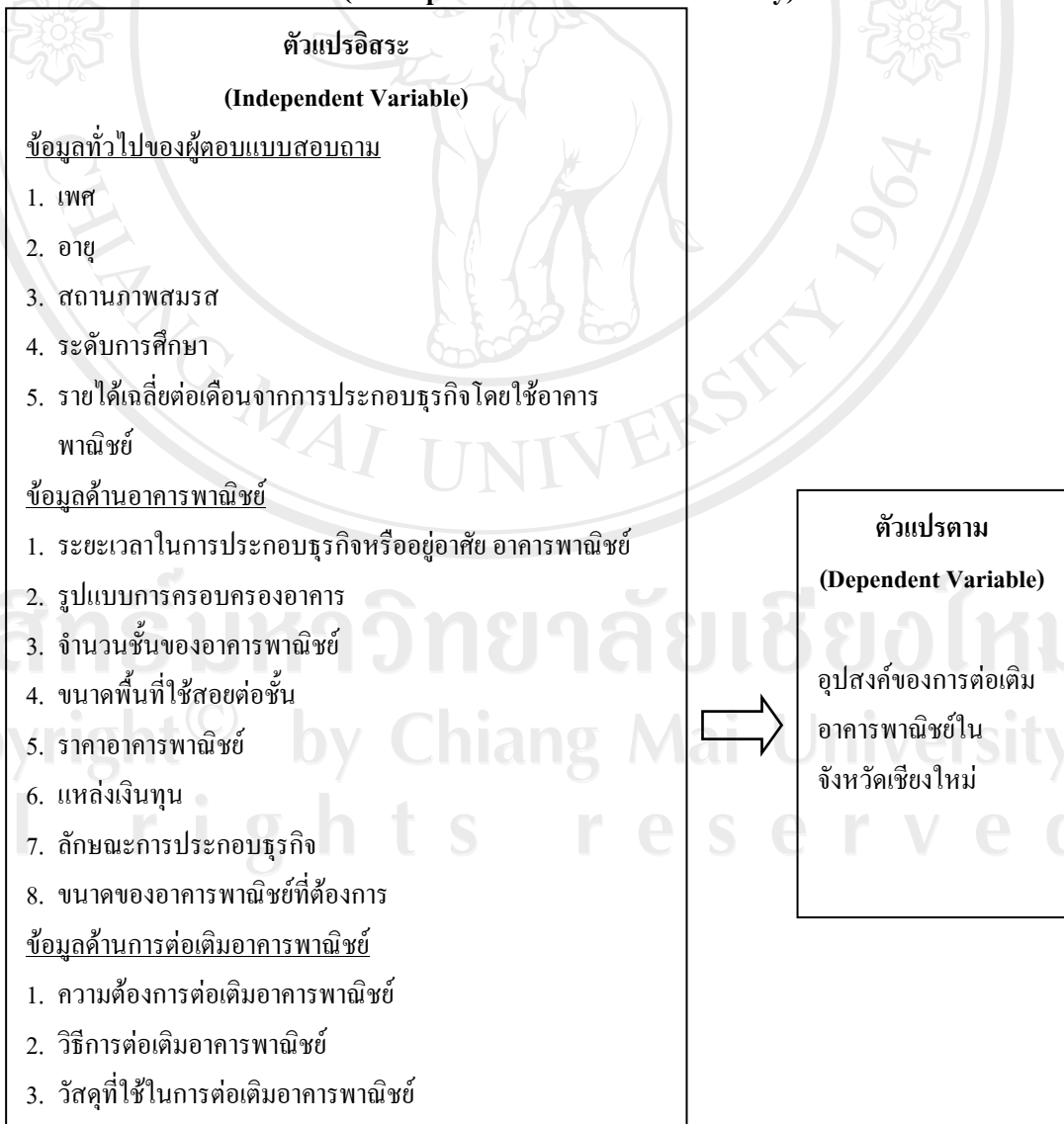
#### ระเบียบวิธีวิจัย

##### 3.1 กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาอุปสงค์ของการต่อเติมอาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ตามทฤษฎีอุปสงค์ และทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถเขียนแผนภาพแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

##### กรอบแนวคิดในการวิจัย

(Conceptual Framework of the Study)



**ตัวแปรอิสระ (ต่อ)**  
**(Independent Variable)**

4. งบประมาณในการต่อเติมอาคารพาณิชย์
5. ระยะเวลาในการต่อเติมอาคารพาณิชย์
6. การขออนุญาตต่อเติมอาคารพาณิชย์

ปัจจัยในการเลือกอาคารพาณิชย์และการต่อเติมอาคารพาณิชย์

ตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

แบ่งตามสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

1. ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมของอาคาร
2. ลักษณะแบบแปลนอาคาร
3. สีของอาคารและหลังคา
4. คุณภาพของงานก่อสร้างและวัสดุ
5. คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการต่อเติม
6. ความสวยงามของวัสดุที่ใช้ในการต่อเติม

ด้านราคา

1. ราคาของอาคารพาณิชย์
2. ราคาวัสดุที่ใช้ในการต่อเติม
3. ราคาค่าแรง/ราคาค่ารับเหมาต่อเติม

ด้านสถานที่

1. ความใกล้ไกลชุมชนของอาคารพาณิชย์
2. อยู่ในทำเลที่ติดถนนใหญ่
3. อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4. การคมนาคมที่สะดวก
5. มีสาธารณูปโภคที่ดี เช่น มีไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์
6. อยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น สถานศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ราชการ
7. อยู่ในทำเลที่ไม่มีมลภาวะ เช่น ไม่มีมลภาวะทางเสียง ทางอากาศ
8. ลักษณะของสถานที่หรือสถานประกอบการข้างเคียง

**ตัวแปรตาม**  
**(Dependent Variable)**

อุปสงค์ของการต่อเติม  
อาคารพาณิชย์ใน  
จังหวัดเชียงใหม่



### 3.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาจะมุ่งเน้นศึกษาอุปสงค์ของการต่อเติมอาคารพาณิชย์ของผู้ที่อยู่อาศัยหรือประกอบธุรกิจโดยใช้อาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2540 – 2550 ตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของผลิตภัณฑ์คือตัวอาคารพาณิชย์ การตัดสินใจของผู้ซื้อ ในด้านการต่อเติมอาคาร สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านสถานที่ และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เช่น สิ่งกระตุ้นทางกฎหมาย

### 3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้มีดังนี้

- 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ( Primary Data ) เป็นข้อมูลในรูปแบบการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง( Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ ผู้ที่อยู่อาศัยหรือประกอบธุรกิจโดยใช้อาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2540 – 2550 จำนวน 300 ราย โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนแบบสอบถามตามอำเภอที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรเป็นบวก และมีความหนาแน่นของประชากร ต่อตารางกิโลเมตร มากที่สุด 6 อำเภอแรก ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสารภี อำเภอสันทราย อำเภอสันกำแพง อำเภอหางดง และอำเภอแมริม ตามลำดับ
- 3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data ) เป็นข้อมูลในรูปแบบความคิด ทฤษฎีทางวิชาการและกฎหมาย ซึ่งรวบรวมจากบทความทางวิชาการ รวมทั้งค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นครั้งนี้ เช่น การประมวลข้อมูลพื้นที่การก่อสร้าง รายงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยออกแบบสอบถามขึ้นมาภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบธุรกิจโดยใช้อาคารพาณิชย์

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลด้านขนาดอาคารพาณิชย์ และลักษณะการใช้งาน เช่นรูปแบบการครอบครองอาคาร จำนวนชั้นของอาคาร ขนาดพื้นที่ที่ใช้สอยต่อชั้น ราคาอาคารพาณิชย์ แหล่งเงินทุนในการซื้ออาคาร ลักษณะการประกอบการ และขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลด้านการต่อเติมของอาคารพาณิชย์ เพื่อหาเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีการต่อเติมหรือไม่ต่อเติมอาคาร รวมถึงวิธีการต่อเติม วัสดุที่ใช้ในการต่อเติม งบประมาณระยะเวลาในการต่อเติม

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้ออาคารพาณิชย์และการต่อเติมอาคารพาณิชย์ โดยมุ่งเน้นที่ปัจจัยทางด้านตัวอาคาร ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยในการต่อเติมอาคารพาณิชย์

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด มาแปรผลการวิจัย โดยใช้สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistic) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยข้อมูลที่ได้นำเสนอเป็นตาราง ซึ่งจะประกอบไปด้วย

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้ สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistic) ค่าร้อยละ (Percentage)

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลด้านขนาดอาคารพาณิชย์ วิเคราะห์โดยใช้ สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistic) ค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ โดยการใช้ สถิติไค์สแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการต่อเติมของอาคารพาณิชย์ วิเคราะห์โดยใช้ สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistic) ค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ โดยการใช้สถิติไคว์สแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้ออาคารพาณิชย์และการต่อเติมอาคารพาณิชย์ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาคารพาณิชย์และการต่อเติมอาคารพาณิชย์โดยใช้คำถามเลือกตอบและเกณฑ์ให้ค่าคะแนนดังนี้

ตอบว่า มากที่สุด	ได้	5 คะแนน
มาก	ได้	4 คะแนน
ปานกลาง	ได้	3 คะแนน
น้อย	ได้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ได้	1 คะแนน

กำหนดระดับการให้คะแนนและใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) และนำผลคะแนนมาแปลผลที่คิดจากสูตรอันตรภาคชั้น (Class interval)

$$\text{พิสัย(Range)} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

$$\text{จำนวนชั้น} = \frac{\text{พิสัย(Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} = 5$$

ดังนั้นจึงได้กำหนดเกณฑ์ช่วงคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนน 1.00-1.80	หมายถึง	ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนน 1.81-2.60	หมายถึง	ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย
คะแนน 2.61-3.40	หมายถึง	ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง
คะแนน 3.41-4.20	หมายถึง	ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก
คะแนน 4.21-5.00	หมายถึง	ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด