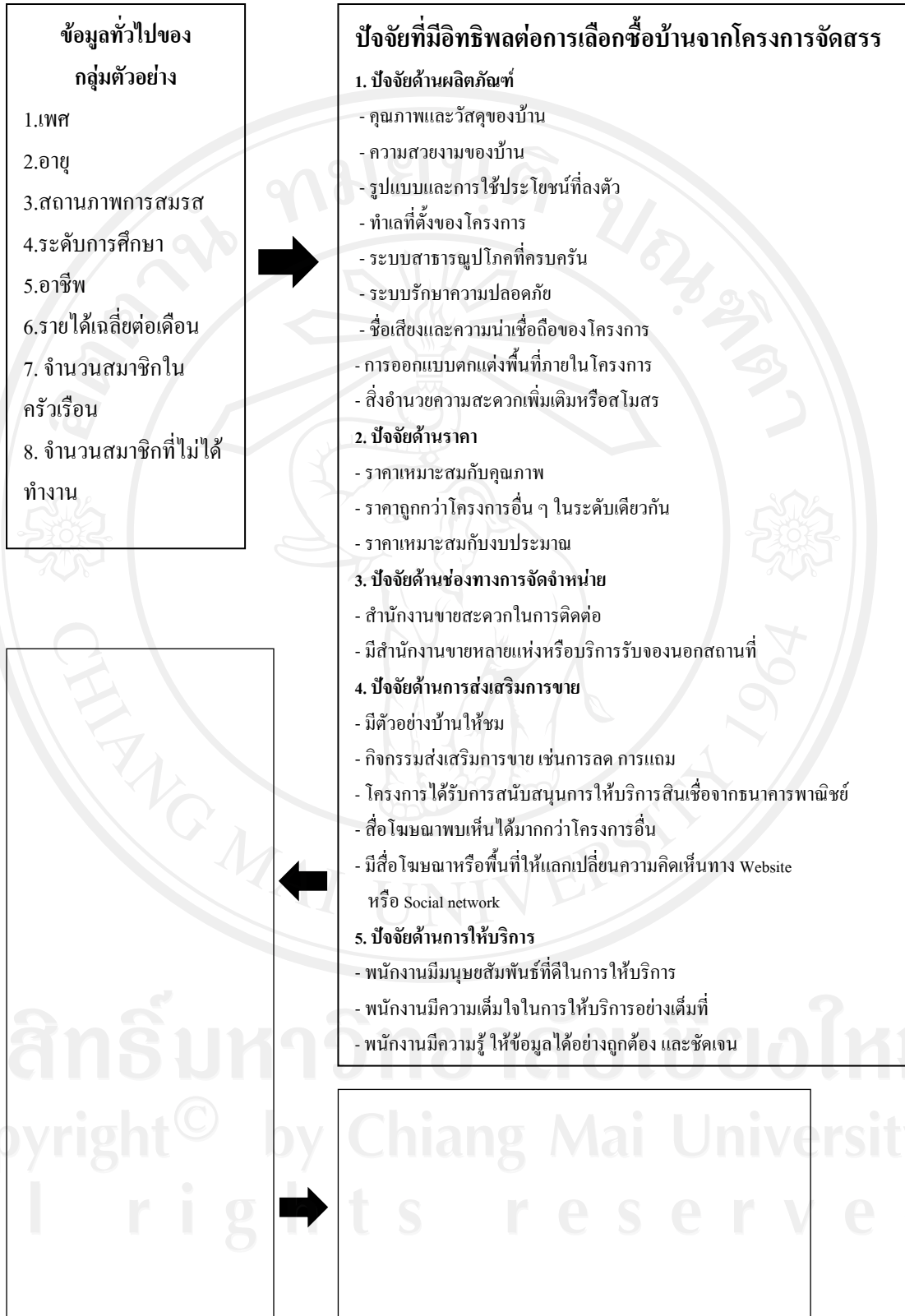


บทที่ 3

ระเบียบวิธีศึกษา

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้ซื้อบ้านจะซื้อบ้านจากผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือ ผู้ประกอบการจากส่วนกลางนั้น สามารถพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านการให้บริการ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่จากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นกับโครงการของผู้ประกอบการจากส่วนกลาง ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน ลักษณะการอยู่อาศัยลักษณะบ้านที่ซื้อ ขนาดที่ดิน พื้นที่ใช้สอยของบ้าน ทำเลที่ตั้งของโครงการ ราคาบ้านพร้อมที่ดิน แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อระยะเวลาที่ผู้ซื้อผ่อนชำระต่อเดือน ลักษณะการอยู่อาศัย และจำนวนโครงการที่ทำการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้ออีกทั้งศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร โดยกรอบแนวคิดในการศึกษามีแผนภาพดังรูป 3.1



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อและเข้าอยู่อาศัยบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปี 2553 ซึ่งจากข้อมูลจำนวนที่อยู่อาศัยที่มีการจดทะเบียนจนถึงปี 2553 ตามตารางที่ 1.2 พบว่าในปี 2547 มีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นมากที่สุด และจำนวนที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นจากปี 2547 จนถึงปี 2553 มีจำนวน $663,240 - 575,078 = 88,162$ หน่วย ทั้งนี้จำนวนดังกล่าวเป็นจำนวนที่อยู่อาศัยรวมกันทุกประเภทที่มีการจดทะเบียน สำหรับบ้านเดี่ยวนั้นถือว่ามีส่วนร้อยละ 93 ของจำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมดตามตารางที่ 1.5 จึงสามารถหาค่าประมาณของจำนวนบ้านเดี่ยวที่มีการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2547 ถึงปี 2553 คือ $88,162 \times 93\% = 81,990$ หน่วย ดังนั้นขนาดประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ 81,990 หน่วย และสามารถหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้ในการศึกษาได้โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane(1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร ซึ่งหมายถึงจำนวนบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการจดทะเบียนตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปัจจุบัน

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 0.06

สามารถคำนวณหาขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{81,990}{1+(81,990)(0.06)^2} \\ &= 276.83 \end{aligned}$$

ในที่นี้จะให้กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษามีจำนวน 300 ตัวอย่าง แต่จากข้อมูลพบว่าจำนวนโครงการจัดสรรทั้งหมดในเชียงใหม่ ประกอบด้วยโครงการที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น ร้อยละ 92.5 และโครงการที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการส่วนกลาง ร้อยละ 7.5 แต่การศึกษานี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นโครงการบ้านจัดสรรที่บริหารโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น 200 ตัวอย่าง และโครงการบ้านจัดสรรที่บริหารโดยผู้ประกอบการจากส่วนกลาง 100 ตัวอย่างจากหมู่บ้านจัดสรรใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง สันทราย สันกำแพง หางดง และดอยสะเก็ด

3.3 เครื่องมือในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแบ่งออกเป็นส่วนตัวดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและลักษณะการอยู่อาศัย

2. ปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยคือ

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพและวัสดุของบ้าน ความสวยงามของบ้าน รูปแบบและการใช้ประโยชน์ที่ลงตัว ทำเลที่ตั้งของโครงการระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน ระบบรักษาความปลอดภัย ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของโครงการ การออกแบบตกแต่งพื้นที่ภายในโครงการ และ สิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมหรือสโมสร

- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูกกว่าโครงการอื่นๆ ในระดับเดียวกัน และราคาเหมาะสมกับงบประมาณ

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สำนักงานขายสะดวกในการติดต่อ และมีสำนักงานขายหลายแห่งหรือบริการรับจองนอกสถานที่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การมีตัวอย่างบ้านให้ชม กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลด การแถม โครงการได้รับการสนับสนุนการให้บริการสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ สื่อโฆษณาพบเห็นได้มากกว่าโครงการอื่น และมีสื่อโฆษณาหรือพื้นที่ให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทาง website หรือ social network

- ปัจจัยด้านการให้บริการ ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการอย่างเต็มที่ และพนักงานมีความรู้ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน

3. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร ซึ่งแบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ของการซื้อบ้าน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะบ้านที่ซื้อ ขนาดที่ดิน พื้นที่ใช้สอยของบ้าน ราคาบ้านพร้อมที่ดิน แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อการเป็นเจ้าของบ้านหลังอื่น แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาเกี่ยวกับบ้านจัดสรร และจำนวนโครงการที่ทำการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ

4. ความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร ซึ่งประกอบไปด้วยความพึงพอใจ 5 ด้านคือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย และความพึงพอใจด้านการให้บริการ

3.4 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ จะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร พฤติกรรมการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร และความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจาก เอกสาร งานวิจัย สถิติต่างๆ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่เกี่ยวกับการศึกษาในครั้งนี้

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมในการซื้อบ้าน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล และความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ในที่นี้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจโดยให้เรียงลำดับความสำคัญเป็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แล้วให้คะแนนดังต่อไปนี้

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

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว และความพึงพอใจที่ได้รับดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50	-	5.00	มีผล/ความพอใจในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50	-	4.49	มีผล/ความพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50	-	3.49	มีผล/ความพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50	-	2.49	มีผล/ความพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00	-	1.49	มีผล/ความพอใจในระดับน้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังทำการศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อบ้านและความพึงพอใจจากการซื้อบ้านในโครงการที่บริหารงานโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นกับผู้ประกอบการจากส่วนกลางโดยใช้สถิติ t-test