บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ในบทนี้ได้กล่าวถึงขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ทำการศึกษาข้อมูลของประชากรที่สร้างบ้านแล้วเสร็จในจังหวัดเชียงใหม่ และติดต่อกับผู้รับเหมาสร้างบ้านโดยตรง โดยแบ่งขอบเขตของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่เป็น 6 เขตคือ

1. อำเภอเมืองเชียงใหม่
2. อำเภอหางดง
3. อำเภอสันทราย
4. อำเภอสารภี
5. อำเภอสันกำแพง
6. อำเภอแม่ริม.

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ทำการเก็บข้อมูลประชากรที่สร้างบ้านแล้วเสร็จในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการก่อสร้างบ้านโดยการว่าจ้างผู้รับเหมาโดยตรง ทั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่สร้างบ้านแล้วเสร็จแน่นอน จึงอาศัยข้อมูลประชากรทั้งหมดในแต่ละอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ (รายงานสถิติข้อมูลประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2544, 2545) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งสัดส่วน ทำการการสุ่มตัวอย่างจำนวน 120 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยพิจารณาจากบ้านมีสภาพใหม่ที่ก่อสร้างแล้วเสร็จไม่เกิน 5 ปี และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกได้ดังนี้

การแบ่งเขตประชากร	จำนวนประชากรทั้งหมด(คน)	จำนวนการเก็บตัวอย่าง (คน)
1.อำเภอเมืองเชียงใหม่	260,969	48
2.อำเภอหางดง	67,765	12
3.อำเภอสันทราย	95,168	18
4.อำเภอสารภี	75,088	14
5.อำเภอสันกำแพง	73,329	13
6.อำเภอแม่ริม	78,499	15
รวมทั้งหมด	**650,818**	**120**

วิธีการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ออกแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1.1 ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านที่สนใจก่อนตัดสินใจเลือก

1.2 ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน

1.3 ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ เอกสารและข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาครั้งนี้ ได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป SPSS for Windows วิธีการทางสถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ซึ่งแยกการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้
   - 2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
   - 2.2 ปัจจัยด้านราคา
   - 2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ
   - 2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
   - 2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร
   - 2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ
   - 2.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
3. การวิเคราะห์ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการจากผู้รับเหมา

มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ตามแนวทางของลิเกอร์ต (Likert) ผู้ศึกษาได้แบ่งการประเมินค่าเป็น 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีความสำคัญ โดยให้ผู้สอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็น และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	4
มาก	3
น้อย	2
น้อยที่สุด / ไม่มีความสำคัญ/ไม่มีปัญหา	1

นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.00-3.50	มากที่สุด
3.49-2.50	มาก
2.49-1.50	น้อย
1.49-1.00	น้อยที่สุด/ไม่มีความสำคัญ/ไม่มีปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา 9 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน 2546 ถึง เดือนมีนาคม 2547 โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved