# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ในโครงการต่าง ๆ ในเขตจังหวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวน 610 คน(หลัง) (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. 2550 : ออนไลน์)

2. กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณตามหลัก Yamane กรณีทราบจำนวนประชากร กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% มีสูตรคำนวณดังนี้ (อภินันท์ จันตะนี. 2549 : 82)

สูตร $$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อให้ n = ขนาดของกลุ่มประชากร

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

แทนค่าในสูตร $n = \frac{610}{1+610(0.05)^2}$

$= \frac{610}{2.525}$

$n = 241.58$

กลุ่มตัวอย่างลูกค้า ที่คำนวณได้ มีเท่ากับ 241.58 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็น 242 คน จากลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังตาราง 1

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

| ลำดับที่ | ประเภทอาคารพาณิชย์ | จำนวนอาคารพาณิชย์ (หลัง) | กลุ่มตัวอย่าง (คน) |
|---|---|---|---|
| 1 | อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น | 60 | 24 |
| 2 | อาคารพาณิชย์ 3 ชั้นครึ่ง | 344 | 136 |
| 3 | อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น | 206 | 82 |
| | รวม | 610 | 242 |

ที่มา : ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. 2550 : ออนไลน์

3. การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ โครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

1. ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิธีการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามชนิดต่าง ๆ จากเอกสารและตำราที่ศึกษาในวิชาวิจัยทางธุรกิจ

1.3 สร้างแบบสอบถามโดยกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และสามารถวัดตัวแปรที่นิยามไว้ได้

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

2.1 การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนอคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ และ ดร.ปรีชา วรารัตน์ไชย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความถูกต้องเชิงเนื้อหาเท่ากับ 1

2.2 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงที่จะศึกษาจำนวน 30 ราย แล้วนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการของ Cronbach และวิเคราะห์โดย SPSS ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ = 0.8245

3. ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้ต่อเดือน
6. สถานภาพสมรส
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เป็นแบบสอบถาม มาตรส่วน ประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วย

1. ด้านอาคารพาณิชย์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์
6. ด้านความปลอดภัย
7. ด้านความสะดวก

ตรวจให้คะแนนเป็นรายข้อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด | 5 | คะแนน |
| มีระดับการตัดสินใจมาก | 4 | คะแนน |
| มีระดับการตัดสินใจปานกลาง | 3 | คะแนน |
| มีระดับการตัดสินใจน้อย | 2 | คะแนน |
| มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความพึงพอใจซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ 2536 : 156-157)

$$\text{ระดับ} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ค่าเฉลี่ย | 4.20 – 5.00 | หมายถึง | ระดับการตัดสินใจมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 3.40 – 4.19 | หมายถึง | ระดับการตัดสินใจมาก |
| ค่าเฉลี่ย | 2.60 – 3.39 | หมายถึง | ระดับการตัดสินใจปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย | 1.80 – 2.59 | หมายถึง | ระดับการตัดสินใจน้อย |
| ค่าเฉลี่ย | 1.00 – 1.79 | หมายถึง | ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเสนอด้วยการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ขอหนังสือแนะนำตัวจากสำนักงานคณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ถึงผู้ประกอบการอาคารพาณิชย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยพบผู้จัดการหรือผู้ประกอบการอาคารพาณิชย์ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการทำวิจัย

3. แนะนำตัวกับลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. ทำการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตั้งแต่ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2550 รวมเวลาประมาณ 90 วัน และตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ

5. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติต่อไป

**การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ค่าเฉลี่ย ( $\overline{X}$ )ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t –test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มี 2 กลุ่ม กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

5. การทดสอบสมมติฐานด้วย One–Way ANOVA : F-test และLSD. (Least – significant different) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least–significant different) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ากับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา