

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

- 1) ประชากรคือผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์วัสดุปูพื้นและกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าพื้นไม้ลามิเนตที่มารับบริการกับผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่กับ
- 2) เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจาก ลูกค้าพื้น ไม้ลามิเนตที่เข้ารับบริการร้าน ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่กับ Floor Dec จำนวน 100 ชุด Index Living Mall จำนวน 200 ชุดและร้าน Home Pro จำนวน 200 ชุด รวมทั้งหมด 500 ชุด แบบสอบถาม

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง อธิบายด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดย วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency), วิธีการอัตราส่วน ร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางเพื่ออธิบายข้อมูล
- 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อพื้น ไม้ลามิเนตของกลุ่มตัวอย่าง จะอธิบายด้วยวิธีการ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้มา โดย วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency), อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางเพื่ออธิบายข้อมูล
- 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้พื้น ไม้ลามิเนตของกลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์ประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ Marginal effects

รูปแบบสมการตามแบบจำลอง Logit Model

$$\text{Prob}(Y = 1) = \frac{e^{\beta'x}}{1 + e^{\beta'x}}$$

ตัวแปรต้น คือ Y_i หาก

$Y_i = 1$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อวัสดุพื้น ไม้ลามิเนต

$Y_i = 0$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ซื้อวัสดุพื้น ไม้ลามิเนต

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อวัสดุพื้น ไม้ลามิเนต ได้แก่

	X_1	หมายถึง อายุ
ถ้า	$X_1 = 1$	ต่ำกว่า 35 ปี
ถ้า	$X_1 = 0$	35 ปีขึ้นไป
	X_2	หมายถึง สถานภาพการสมรส
ถ้า	$X_2 = 1$	สถานภาพอื่น ๆ
ถ้า	$X_2 = 0$	โสด
	X_3	หมายถึง อาชีพ
ถ้า	$X_3 = 1$	อาชีพที่มีรายได้แน่นอน
ถ้า	$X_3 = 0$	อาชีพที่รายได้ไม่แน่นอน
	X_4	หมายถึง อัตราเงินรายได้ต่อเดือน
ถ้า	$X_4 = 1$	ต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน
ถ้า	$X_4 = 0$	รายได้ 20,000 บาท/เดือนขึ้นไป
	X_5	หมายถึง ราคาสินค้าทดแทนอื่น ๆ เช่น กระเบื้อง, ปาร์เก้, ไม้จริง
ถ้า	$X_5 = 1$	ราคาสินค้าทดแทนอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_5 = 0$	ราคาสินค้าทดแทนอื่น ๆ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_6	หมายถึง ความทนทานของสี
ถ้า	$X_6 = 1$	ความทนทานของสีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_6 = 0$	ความทนทานของสีไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_7	หมายถึง ความทนทานต่อแรงขีดข่วน
ถ้า	$X_7 = 1$	ความทนทานต่อแรงขีดข่วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_7 = 0$	ความทนทานต่อแรงขีดข่วนไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_8	หมายถึง ความยากง่ายต่อการทำความสะอาด
ถ้า	$X_8 = 1$	ความยากง่ายต่อการทำความสะอาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_8 = 0$	ความยากง่ายต่อการทำความสะอาดไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_9	หมายถึง ความหลากหลายของตัวอย่างสินค้า
ถ้า	$X_9 = 1$	ความหลากหลายของตัวอย่างสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_9 = 0$	ความหลากหลายของตัวอย่างสินค้าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_{10}	หมายถึง ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม
ถ้า	$X_{10} = 1$	ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_{10} = 0$	ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

	X_{11}	หมายถึง ความรู้สึกเหมือนธรรมชาติของสินค้า
ถ้า	$X_{11} = 1$	ความรู้สึกเหมือนธรรมชาติมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถ้า	$X_{11} = 0$	ความรู้สึกเหมือนธรรมชาติไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
	X_{12}	หมายถึง ความทนทานต่อปลวก
ถ้า	$X_{12} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{12} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{13}	หมายถึง รอยต่อบนวัสดุ
ถ้า	$X_{13} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{13} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{14}	หมายถึง ความลื่นของพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{14} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{14} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{15}	หมายถึง น้ำหนักของพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{15} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{15} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{16}	หมายถึง เสียงที่เกิดจากการใช้งานของพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{16} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{16} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{17}	หมายถึง กลิ่นของวัสดุพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{17} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{17} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{18}	หมายถึง เพศของพนักงาน
ถ้า	$X_{18} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{18} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
	X_{19}	หมายถึง ความชำนาญและประสบการณ์ของพนักงานขาย
ถ้า	$X_{19} = 1$	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
ถ้า	$X_{19} = 0$	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต

X_{20} หมายถึง การโฆษณาทางเว็บไซต์

ถ้า $X_{20} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{20} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{21} หมายถึง การติดป้ายกำกับราคาสินค้า

ถ้า $X_{21} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{21} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{22} หมายถึง การบริการขนส่งและติดตั้ง

ถ้า $X_{22} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{22} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{23} หมายถึง บริการการคำนวณค่าใช้จ่าย

ถ้า $X_{23} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{23} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{24} หมายถึง การบริการหลังการขาย

ถ้า $X_{24} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{24} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{25} หมายถึง การรับประกันตัวสินค้า

ถ้า $X_{25} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{25} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{26} หมายถึง ชื่อเสียงของบริษัท

ถ้า $X_{26} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{26} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{27} หมายถึง ความน่าเชื่อถือของบริษัท

ถ้า $X_{27} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{27} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{28} หมายถึง ตัวอย่างผลงานของบริษัท

ถ้า $X_{28} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{28} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

X_{29} หมายถึง สถานที่ตั้งของร้านค้า

ถ้า $X_{29} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

ถ้า $X_{29} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ไม้อามิเน็ต

- X_{30} หมายถึง การโฆษณาร้านขายพื้นไม้ลามิเนตทางอินเทอร์เน็ต
- ถ้า $X_{30} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{30} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- X_{31} หมายถึง การโฆษณาร้านขายพื้นไม้ลามิเนตจากแผ่นพับ
- ถ้า $X_{31} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{31} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- X_{32} หมายถึง การโฆษณาร้านขายพื้นไม้ลามิเนตจากหนังสือพิมพ์
- ถ้า $X_{32} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{32} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- X_{33} หมายถึง การรู้จักร้านขายพื้นไม้ลามิเนตจากเพื่อนหรือคนรู้จัก
- ถ้า $X_{33} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{33} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- X_{34} หมายถึง การตระเวนหาร้านขายพื้นไม้ลามิเนตด้วยตนเอง
- ถ้า $X_{34} = 1$ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{34} = 0$ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- X_{35} หมายถึง ขนาดความหนาของพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{35} = 1$ พื้นไม้ลามิเนตมีความหนา 8 มิลลิเมตร
- ถ้า $X_{35} = 0$ พื้นไม้ลามิเนตมีความหนา 12 มิลลิเมตร
- X_{36} หมายถึง จำนวนครั้งที่ในการใช้บริการร้านขายพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{36} = 1$ 1 ครั้ง
- ถ้า $X_{36} = 0$ มากกว่า 1 ครั้ง
- X_{37} หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นไม้ลามิเนต
- ถ้า $X_{37} = 1$ ไม่เกิน 30,000 บาทต่อครั้ง
- ถ้า $X_{37} = 0$ มากกว่า 30,000 บาทต่อครั้ง