

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบของการวิจัย
2. ประชากรและหน่วยวิเคราะห์
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ เป็นการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey research)

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการที่ทำสัญญาเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์ จำนวน 500 คน จากจำนวนห้อง 500 ห้อง

หน่วยวิเคราะห์ คือ หน่วยบุคคล ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่พักอาศัยที่ทำสัญญาเช่าใน ดิ ออคิด อพาร์ทเมนต์

การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการที่ทำสัญญาเช่าที่พักอาศัยใน ดิ ออคิโด อพาร์ทเมนต์ จำนวน 500 คน จากจำนวนห้อง 500 ห้อง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

และใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามานะ ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

สูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

E = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{600}{1+600(0.05)^2} \\ &= \frac{600}{2.50} \\ &= 240 \\ &= 240 \text{ คน} \end{aligned}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ดิ ออคิโด อพาร์ทเมนต์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จะใช้แบบสอบถามแบบตรวจเช็ครายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยในด้านปัจจัยทางการตลาดบริการ ได้แก่ ห้องพัก ราคา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด พนักงาน

กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยแบ่งเป็น สภาพสิ่งแวดล้อมภายในและสภาพ สิ่งแวดล้อมภายนอก ผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ ลิเคิร์ท (Likert's scale) ในการวัดระดับความคิดเห็น

เกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

5	หมายถึง	ความพึงพอใจ มากที่สุด
4	หมายถึง	ความพึงพอใจ มาก
3	หมายถึง	ความพึงพอใจ ปานกลาง
2	หมายถึง	ความพึงพอใจ น้อย
1	หมายถึง	ความพึงพอใจ น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลผลค่าระดับคะแนนเฉลี่ย มีดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจ มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ความพึงพอใจ มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ความพึงพอใจ ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ความพึงพอใจ น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ให้ครอบคลุม เนื้อหาในด้านต่าง ๆ ของปัจจัยทางการตลาดบริการ ได้แก่ ห้องพัก ราคา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริม การตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยแบ่งเป็นสภาพสิ่งแวดล้อม ภายในและสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอก

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้อง เทียบตรงเชิงเนื้อหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

ขั้นที่ 4 นำผลการตรวจสอบของอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เกณฑ์การยอมรับคือ ข้อที่มีค่า $IOC > 0.5$ ขึ้นไป ข้อใดมีค่าน้อยกว่าก็จะทำการปรับปรุง แก้ไขตามข้อเสนอแนะต่อไป

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม

ขั้นที่ 6 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาหาค่าความเที่ยง วิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ถ้ามีค่า ≥ 0.80 ขึ้นไป จึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความเที่ยง



ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวมได้เท่ากับ 0.9599 ค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์จึงถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้จัดการฝ่ายบุคคลของดิ ออคิต อพาร์ทเมนต์ เพื่อขอเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามช่วยส่งคืนแบบสอบถามได้ที่ฝ่ายการเงินของดิ ออคิต อพาร์ทเมนต์
3. ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืน ใช้ระยะเวลา 9 สัปดาห์ ระหว่างเดือนธันวาคม 2552 – เดือนมกราคม 2553 ในช่วงเวลาดังกล่าว ผู้วิจัยได้มีการติดตามและติดต่อสอบถามถึงการส่งคืนแบบสอบถาม และได้จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
5. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยของ ดิ ออคิต อพาร์ทเมนต์ ของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยของ ดิ ออคิต อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้สถิติเชิง

อนุมาน (Inferential) ได้แก่ ค่า t-test ค่า F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) แล้วทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ้ (Scheffe')

3. ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยของ
ดี ออกคิด อพาร์ทเมนต์ ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product
moment correlations coefficient : r_{xy}) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression
analysis)

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlations
coefficient : r_{xy}) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis)