

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”ฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางที่จะทำการศึกษาค้นคว้าเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมทั่วไปของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ ปัจจัยส่วนผสมการตลาด (8 Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่า Apartment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และความคาดหวังและความต้องการของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ซึ่งจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมสาระสำคัญของประเด็นที่จะทำการศึกษาย่างครบถ้วน และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยนำไปสู่คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1. ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำเสนอในบทที่ 2 และได้ดำเนินการตามขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน คือ

- 1.1 การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 1.3 การเก็บและรวบรวมข้อมูล
- 1.4 การจัดเตรียมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล และ
- 1.5 การสรุปผลการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัย

2. การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ในอัตราเช่าระหว่าง 2,500 – 30,000 บาทต่อเดือนในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 50 เขต

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ในส่วนขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างของการวิจัยเรื่องนี้เป็น คือกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ในอัตราค่าเช่าระหว่าง 2,500 – 30,000 บาทต่อเดือนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในขณะนี้ยังไม่ได้มีข้อมูลการสำรวจจำนวนผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ เฉพาะอัตราค่าเช่าดังกล่าวว่าในปัจจุบันมีผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในอัตราค่าเช่าดังกล่าวในเขต กรุงเทพมหานครเป็นจำนวนทั้งสิ้นกี่คน อาจเป็นเพราะความต้องการของผู้เช่าในแต่ละช่วงเวลาไม่แน่นอนและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สามารถคำนวณ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548: 121) โดยใช้หลักการคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง ซึ่งมีสูตรกรณีที่ทราบจำนวนประชากร สูตรดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

$$n = \left(\frac{Z^2}{4e^2} \right)$$

โดยที่	n	คือ	จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	คือ	ค่ามาตรฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

การวิจัยในครั้งนี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่น ณ 95% ดังนั้นจึงสามารถกำหนด ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 ทำให้ค่า $Z = 1.96$ และความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ ไม่เกินร้อยละ 5 คือ $e = .05$

ซึ่งสามารถแทนสูตรได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96^2}{4(.05)^2} \right)$$

$$= 384.16 \text{ หรือประมาณ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

นั่นคือจะต้องใช้ขนาดตัวอย่างประมาณ 385 ตัวอย่าง จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 (หรือ 5%) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สำหรับในการ

วิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อความน่าเชื่อถือและความถูกต้องแม่นยำในผลการวิเคราะห์

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Area Sampling)

ในขั้นตอนแรกจะเป็นการสุ่มเลือกพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต (ภาคผนวก ตารางที่ 1.2 หน้า 160) ในที่นี้จะสุ่มเลือกเขตพื้นที่โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เนื่องจากพิจารณาว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างกันมาก ซึ่งตามหลักของการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548: 121) กรณีทราบจำนวนเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 50 เขต และยอมรับค่าคลาดเคลื่อน 10 % จะได้พื้นที่เขตที่สุ่มตัวอย่างจำนวน 33 เขต แต่เนื่องจากต้องการให้ข้อมูลที่ได้กระจายไปทุกเขต ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 50 เขต

ในขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยจะใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรแต่ละเขตออกมาเป็นสัดส่วนในการเก็บข้อมูล (ภาคผนวก ตารางที่ 1.2 หน้า 160) รวมทั้งหมดเป็น 400 ตัวอย่าง

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้น โดยอาศัยการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 โดยแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ ซึ่งถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ การสมรส

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 10 ข้อ ซึ่งถามเกี่ยวกับอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าในปัจจุบันมีภาพลักษณ์ตรงกับแบบใดมากที่สุด ลักษณะอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าในปัจจุบัน แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการหาเช่าอพาร์ทเมนต์ อัตราค่าเช่าต่อเดือนของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านเช่าในปัจจุบัน ขนาดห้องพักที่ท่านเช่าในปัจจุบัน จำนวนคนที่อาศัยในห้องพัก ระยะเวลาที่ผ่านมาท่านย้ายอพาร์ทเมนต์มาก็

ครั้ง ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านเช่าอพาร์ทเมนต์ในแต่ละแห่ง เหตุผลในการย้าย อพาร์ทเมนต์ และ ปัญหาที่พบในการเช่าอพาร์ทเมนต์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่า Apartment ของผู้บริโภคนในเขต กรุงเทพมหานคร โดยสอบถามถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8 Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านสัมพันธภาพกับลูกค้า เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ สำหรับหลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นดังนี้ คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

ดังนั้น ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมาก จึงแสดงว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่า Apartment ของกลุ่มตัวอย่างมากตามไปด้วย

โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548: 76)

ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.20 เป็นระดับที่ผู้บริโภคนเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เป็นระดับที่ผู้บริโภคนเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เป็นระดับที่ผู้บริโภคนเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เป็นระดับที่ผู้บริโภคนเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เป็นระดับที่ผู้บริโภคนเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เพื่อศึกษาความคาดหวังและความต้องการของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ซึ่งจะเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ

4. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น โดยมีวิธีดำเนินงานดังนี้

4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การทดสอบแบบสอบถาม (Pretest)

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pretest) จำนวน 30 ชุด กับผู้ที่เข้าหอพักมาแล้ว โดยได้ทำความเข้าใจระหว่างผู้ทำวิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามให้ถูกต้องตรงกันก่อนนำไปทดสอบ ผลการทดสอบความเชื่อถือพบว่าทั้งฉบับมีค่าความเชื่อถือได้ในระดับสูง แสดงว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยพิจารณาถึงความเที่ยงตรง (Reliability) และความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Validity) ดังนี้

1) ความเที่ยงตรงของมาตรวัด ผู้วิจัยใช้ในการสร้างมาตรวัดเพื่อการวิจัยในเรื่องนี้ โดยเลือกความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เป็นเกณฑ์ในการวัดความเที่ยงตรงเพราะมีลักษณะสอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษา โดยพิจารณาความตรงประเด็นและความครอบคลุมของมาตรวัดต่อเรื่องที่ศึกษาเป็นสำคัญ ผู้วิจัยได้ศึกษาสำรวจจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีประกอบกับประสบการณ์ของผู้วิจัยมาสร้างข้อคำถามให้ตรงประเด็นที่ต้องการวัดให้มากที่สุด โดยมีการจำแนกข้อคำถามตามปัจจัยต่าง ๆ อย่างชัดเจน พร้อมให้ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา (รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง) ช่วยตรวจสอบอีกชั้นหนึ่ง แล้วนำไปปรับปรุงจนเป็นที่พอใจและให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันตแพทย์หญิงปรารมภ์ ซาลิม อาจารย์ประจำคณะทันตแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกษมศักดิ์ ภูมิศรีแก้ว อาจารย์พิเศษคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดร.กฤษฎิกา คงสมพงษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ช่วยพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง จึงนำไป Pretest และทำการปรับปรุงหลังการทำ Pretest จนเป็นที่มั่นใจว่ามาตรวัดที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ต้องการ

2) ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด หมายถึง ค่าบ่งชี้ความคงเส้นคงวา (Consistency) โดยได้ทำการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 ชุด ผลการทดสอบปรากฏว่า คำถามทุกข้อใช้ได้ดี ทั้งด้านการเรียงลำดับของข้อคำถาม การเรียงลำดับของตัวแปร กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบและเข้าใจข้อคำถามได้อย่างตรงกัน จึงได้ปรับปรุงรูปแบบการพิมพ์ให้มีความสวยงาม น่าอ่านยิ่งขึ้น

4.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2549 - 20 มีนาคม 2549

4.4 นำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบเสร็จแล้วมาทำการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล

5. การจัดเตรียมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.1 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Checking)

5.2 การลงรหัส (Coding) ทำการลงรหัสไว้ตามที่ได้มีการกำหนด เพื่อเตรียมบันทึกรหัสดังกล่าวลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป

5.3 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC) เพื่อนำมาคำนวณ ค่าร้อยละ (Percentiles) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่า ที (T-test) การทดสอบค่า เอฟ (F-test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมีดังนี้

6.1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentiles)

6.2 แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentiles)

6.3 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8 Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ (Apartment) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ การทดสอบค่า ที (T-test) ส่วนกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ การทดสอบค่า เอฟ (F-test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

6.4 สำหรับข้อมูลส่วนที่ 4 ที่ได้ คำถามปลายเปิด ผู้วิจัยจะนำมาพิจารณาความถูกต้อง จัดระบบและสังเคราะห์เพื่อประมวลผลสรุป ประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนอื่นๆ ต่อไป