

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการ คอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ จำนวน 10 โครงการ ที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2563 ซึ่งไม่สามารถกำหนดขนาดของประชากรได้ (สำนักงานเขตบางกะปิ, 2563) จำนวน 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ คอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G Cochran (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

- เมื่อ
- n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 - P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ
 - Z = ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)
 - e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$n = 384.16$ หรือ $n = 385$ ราย

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 385 และในการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจจะพบความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามบางชุด ผู้วิจัยจึงจะทำการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2563 จำนวน 10 โครงการ (สำนักงานเขตบางกะปิ, 2563) เนื่องจากในฐานข้อมูลกรุงเทพมหานคร ปรากฏข้อมูลคอนโดมิเนียมที่ขออนุญาตการก่อสร้างจากสำนักงานเขตบางกะปิดังปรากฏรายชื่อต่อไปนี้

- (1) พลัมคอนโด ราม 60 อินเตอร์เชนจ์ (Plum Condo Ram 60 Interchange) บริษัท พุกษาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)
- (2) มอนเต้ พระราม 9 (Monte Rama 9) บริษัท แคปปิตอล จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
- (3) ไชน์บิค พระราม 9 รามคำแหง (CYBIQ Rama 9 Ramkhamhaeng) บริษัท เจ้าพระยา จำกัด (มหาชน)
- (4) ไฮ ลาดพร้าว 130 คอนโด (Hi Ladprao 130 Condo) บริษัท คอนเน็กซ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
- (5) เดอะคิวบ์ ลอฟท์ ลาดพร้าว 107 (The Cube Loft Ladprao 107) บริษัท คิวบ์ เรียลเพอร์ฟอร์มิตี้ จำกัด
- (6) เย็นสบายดีคอนโด ลาดพร้าว 101 (Yensabaidee Condo) บริษัท เย็นสบายดีเรสซิเดนซ์ จำกัด
- (7) นิช โมโน รามคำแหง (Niche Mono Ramkhamhaeng) บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
- (8) โครงการเดอะวันพลัส แกรนด์ รามคำแหง (The1plus Grand Ramkhamhaeng) บริษัท ไนน์ตี้ไนน์ เอสเตท จำกัด
- (9) โครงการยูนิโอ รามคำแหง-เสรีไทย (UNIO Ramkhamhaeng-Serithai) บริษัท เฮลิกซ์ จำกัด
- (10) โครงการสราญวิลล์ @ แฮปปี้แลนด์ (Saranville @ Happy Land) บริษัท กรปภาโฮมแลนด์ จำกัด

ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีการเจาะจง (Purposive Random Sampling) โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการดังกล่าว โครงการละ 40 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือโครงการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคาของคอนโดมิเนียม ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยสังคมและจิตวิทยา นโยบายภาครัฐ ด้านสุขภาวะในการอยู่อาศัย ด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านการแข่งขันทางการตลาด ด้านการรักษาผู้บริโภครายเก่า/เพิ่มผู้บริโภครายใหม่ และด้านสภาวะและเศรษฐกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Liker Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

5 หมายถึง ความต้องการในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความต้องการในระดับมาก

3 หมายถึง ความต้องการในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ความต้องการในระดับน้อย

1 หมายถึง ความต้องการในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบปลายเปิด

3.2.1 การสร้างเครื่องมือวิจัย

มีขั้นตอนในการสร้างดังต่อไปนี้

3.2.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการซื้อและความต้องการขายคอนโดมิเนียม เพื่อช่วยกำหนดประเด็นคำถาม

3.2.1.2 นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและครอบคลุม

3.2.1.3 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ IOC (Index of Item-Objective Congruence) เพื่อหาความสอดคล้องของคำถามในแต่ละข้อ ค่าดัชนีได้ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรง แต่ถ้าได้น้อยกว่า 0.5 ต้องปรับปรุง แก้ไข ข้อคำถามข้อนั้น

3.2.1.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มลูกค้าธุรกิจคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจะต้องมีมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ (Nunnally, 1978) โดยมีรายละเอียดดังปรากฏในตาราง (ตารางที่ 3.1) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าจำนวนข้อคำถาม ค่า IOC และค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC	ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)
1. ด้านผลิตภัณฑ์และโครงการ	6	0.95	0.870
2. ด้านทำเลที่ตั้ง	9	0.85	0.731
3. ด้านราคาของคอนโดมิเนียม	8	0.79	0.922
4. ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท	7	0.86	0.867
5. ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	9	0.96	0.875
6. ปัจจัยสังคมและจิตวิทยา	7	0.86	0.820
7. ด้านนโยบายภาครัฐ	3	0.89	0.735
8. ด้านสุขภาวะในการอยู่อาศัย	5	0.87	0.816
9. ด้านนวัตกรรมการตลาด	4	1.00	0.838
10. ด้านการแข่งขันทางการตลาด	5	0.87	0.881
11. ด้านการรักษาผู้บริโภครายเก่า/เพิ่มผู้บริโภครายใหม่	4	0.92	0.764
12. ด้านสถานะและเศรษฐกิจ	3	1.00	0.926
รวม	70	0.90	0.919

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ในภาพรวม มีจำนวน 70 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC เท่ากับ 0.90 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องที่ต่ำที่สุดที่ผ่านมาตรฐานของการหาค่าความเที่ยงตรงซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 (กัลยา วาณิชขัญญา, 2552) แสดงว่าการศึกษาค้นคว้าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

จากผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างทดลอง (Try Out) ในแต่ละด้าน พบว่า มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ระหว่าง 0.731-0.926 โดยค่าความเชื่อถือที่มีค่าต่ำที่สุดอยู่ในช่วงที่สามารถยอมรับได้ คือมากกว่า 0.7 (Cortina, 1993) ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งเป็นลูกค้าที่เดินเข้ามาชมโครงการทั้ง 10 โครงการดังกล่าว

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด จากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม มีแนวทางในการวิเคราะห์และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสังคมศาสตร์ โดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนานำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 99-100)

ระดับความต้องการมากที่สุด กำหนดให้เป็น 5 คะแนน

ระดับความต้องการมาก กำหนดให้เป็น 4 คะแนน

ระดับความต้องการปานกลาง กำหนดให้เป็น 3 คะแนน

ระดับความต้องการน้อย กำหนดให้เป็น 2 คะแนน

ระดับความต้องการน้อยที่สุด กำหนดให้เป็น 1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้คำนวณหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 102-103)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแบบโลว์ไรส์ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง กรณีข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มี 2 ตัวแปร จะทำการวิเคราะห์โดยวิธี t-Test (Independent Samples t-test) และข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มี 3 ตัวแปรขึ้นไป จะใช้การวิเคราะห์โดยวิธี F-Test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference หรือวิธี Dunnett's T3) ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขความแปรปรวนของประชากรแต่ละกลุ่ม

ตอนที่ 4 สำหรับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3.4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

- 1) ความถี่ (Frequency)
- 2) ร้อยละ (Percentage)
- 3) ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X})
- 4) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3.4.2.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่

- 1) การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence:

IOC)

- 2) การทดสอบความเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Test) โดย ค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา (Cronbach Alpha)

3.4.2.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

- 1) สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (T-Test) ใช้วิธีการ Independent sample t-test
- 2) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน F-Test ใช้วิธีการ One-way ANOVA

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา