



บทที่ 4

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่สนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่สร้างบ้านบนที่ดินตนเองและวัตถุประสงค์อีกข้อหนึ่งก็คือศึกษาการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทรับสร้างบ้าน ที่เป็นผลต่อความสำเร็จของบริษัทรับสร้างบ้านและมีผลต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทรับสร้างบ้านของผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลทางการตลาดให้กับธุรกิจรับสร้างบ้านทั่วไปนำไปใช้ในการบริหารการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นแรงกระตุ้นให้ธุรกิจรับสร้างบ้าน มีการพัฒนา ให้มีคุณภาพ และมาตรฐานที่สูงขึ้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง ต่อการประกอบธุรกิจประเภท นี้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคทั่วไป และความมั่นคงของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งรายละเอียดและขั้นตอนของการศึกษามีดังนี้

4.1 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยสามารถกำหนดขอบเขตได้ ดังนี้

4.1.1 กลุ่มประชากร (Population) ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

4.1.1.1 ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ใช้บริการปลูกสร้างบ้านบนที่ดินตนเองกับบริษัทรับสร้างบ้านโดยคัดเลือกจากผู้ที่จะจดทะเบียนขอบ้านเลขที่ ประเภทบ้านพักอาศัยที่สร้างเองจากสำนักงานเขตทวีวัฒนา

4.1.1.2 ผู้ประกอบการ คือ บริษัทรับสร้างบ้าน ที่จดทะเบียนนิติบุคคลในรูป บริษัทจำกัด ที่ประสบความสำเร็จด้านยอดขาย มีชื่อเสียง และเป็นกลุ่มบริษัทที่กำลังรวมตัวกันจัดตั้งสมาคมรับสร้างบ้านในประเทศไทย

4.1.2 พื้นที่ที่ทำการศึกษา

ในส่วนของผู้บริโภคจะทำการศึกษาในเขตทวีวัฒนาซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการจดทะเบียนประเภทบ้านเดี่ยวที่เจ้าของสร้างเองเพิ่มขึ้นในปี 2545 มากเป็นอันดับ 1 ของกรุงเทพมหานคร ไชนตะวันตก คือจำนวน 384 หลัง และมากเป็นอันดับ 5 ของกรุงเทพมหานคร ในจำนวนทั้งหมด 50 เขต ส่วนในด้านผู้ประกอบการจะศึกษา บริษัทรับสร้างบ้านที่อยู่ในพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ภาพที่ 4.1 แสดงพื้นที่ ที่ทำการศึกษา



4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 กลุ่มประชากร (Population) ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

4.2.1.1 ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ใช้บริการปลูกสร้างบ้านบนที่ดินตนเองโดยคัดเลือกจากผู้ที่ได้รับจดทะเบียนขอบ้านเลขที่ ประเภทบ้านพักอาศัยจากสำนักงานเขตทวีวัฒนาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2545 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 ซึ่งประชากรมีทั้งหมด 160 ราย

4.2.1.2 ผู้ประกอบการบริษัทรับสร้างบ้าน ที่จดทะเบียนนิติบุคคลในรูป บริษัท จำกัด ที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง และเป็นกลุ่มบริษัทที่กำลังรวมตัวกันจัดตั้งสมาคมรับสร้างบ้าน จำนวน 9 บริษัท ได้แก่

- (1) บริษัท ซีคอน จำกัด
- (2) บริษัท โฟว์พัฒนา จำกัด
- (3) บริษัท โมเดิร์นกรุ๊ป จำกัด
- (4) บริษัท รอยัลเฮาส์ จำกัด
- (5) บริษัท แลนด์ไฮม จำกัด
- (6) บริษัท ปทุมดีไซน์ จำกัด

- (7) บริษัท เมคเกอร์ แอนด์ เดคเคอร์ จำกัด
- (8) บริษัท มินบุรี รับสร้างบ้าน จำกัด
- (9) บริษัท ดี เอ็มเพอเรีย เฮาส์ จำกัด

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

4.2.2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Nop) ของกลุ่มประชากร 160 ราย ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขึ้นตามสูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่พอดิ YAMANE ด้วยความเชื่อมั่นที่ 95 % ความคลาดเคลื่อน $\pm 5 \%$

$$Nop = \frac{N}{1 + NE^2}$$

โดยที่ Nop คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของ
ประชากร N คน

N คือ จำนวนประชากรในที่นี่คือ 160 คน

E คือ ขนาดความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้
ในที่นี่คือ $\pm 5 \%$

เพราะฉะนั้นเมื่อแทนค่าสูตรแล้วจะได้ดังนี้

$$\begin{aligned} Nop &= \frac{160}{1 + [(160) (0.05)^2]} \\ &= 114.28 \quad \text{ใช้ } 114 \text{ ราย} \end{aligned}$$

การคัดเลือกตัวอย่างทั้งหมด 160 ราย ได้ส่งแบบสอบถามให้กับประชากรทุกรายตามจำนวนประชากรทั้งหมดเพื่อให้ประชากรทุกรายได้รับ และส่งแบบสอบถามกลับมามากที่สุดตามจำนวนที่เหมาะสมตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ

4.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด แบ่งออกเป็น

- (1) คำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและการศึกษา

(2) คำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกบริษัทรับสร้างบ้านที่สนองต่ออุปสงค์ของผู้บริโภค

4.3.2 ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในนิตยสารและข้อมูลทาง Internet เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการนำมาใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และรูปแบบการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน

4.3.3 โครงสร้างของข้อมูลและตัวแปร

4.3.3.1 การกำหนดตัวแปรที่ศึกษา พัฒนามาจากรายงานการวิจัย ทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทรับสร้างบ้าน จาก อินเทอร์เน็ต จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลเข้าด้วยกัน สามารถจำแนกตัวแปรให้เป็นแบบสอป ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านที่สร้างบ้านบนที่ดินตนเอง เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพหลักของตนเองและคู่สมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้รวมของครอบครัว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและการบริการที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นคำถามที่เกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบ ของบ้านที่สร้างและความต้องการในด้านการบริการ เช่น ประเภทของผู้รับเหมา ลักษณะของบ้านที่สร้าง แบบบ้าน ระบบโครงสร้าง ระดับราคากบ้าน และขนาดที่ดินในการสร้างบ้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการสร้างบ้าน เป็นคำถามที่เกี่ยวกับเหตุผลในการสร้างบ้านบนที่ดินตนเอง เช่น สถานภาพการครอบครองบ้านหลังเดิม วัตถุประสงค์ในการสร้างบ้าน และเหตุผลในการสร้างบ้านบนที่ดินตนเองโดยไม่ซื้อบ้านจัดสรร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกบริษัทรับสร้างบ้าน เป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ที่ริเริ่มและมีอิทธิพลในการเลือกบริษัทรับสร้างบ้าน และผู้ที่ดูแลและตัดสินใจระหว่างการก่อสร้าง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการตัดสินใจสร้างบ้าน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการตัดสินใจในการสร้างบ้านบนที่ดินตนเอง

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางและแหล่งในการติดต่อบริษัทรับสร้างบ้าน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ สื่อสิ่งพิมพ์ที่เข้าถึงผู้บริโภค สื่อโฆษณาที่เข้าถึงผู้บริโภค แหล่งในการพิจารณาตัดสินใจเลือกบริษัทรับสร้างบ้าน และสถานที่ที่สะดวกในการติดต่อบริษัทรับสร้างบ้าน

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการในการสร้างบ้าน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบตัดสินใจ ระยะเวลาในการตัดสินใจ บุคคลที่ต้องการติดต่อ

4.3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.3.4.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัย ได้ทำแผนผังโครงสร้างของแบบสอบถามที่ประกอบด้วยประเด็นหลัก และตัวแปรในแต่ละประเด็น โดยเทียบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความตรง ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4.3.4.2 การทดสอบ (Pretest) ใช้วิธีการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย เพื่อนำมาแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้องเหมาะสม จึงได้แบบสอบถามที่จะส่งจริง

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้มาจากการใช้แบบสอบถามจากรายชื่อผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปลูกสร้างอาคารพักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยว

4.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้มาจากวิทยานิพนธ์ ข้อมูลด้านประชากรจากสำนักงานเขต การรวบรวมข้อมูลสถิติจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ สื่อสิ่งพิมพ์ วารสารวิชาการต่างๆ นิตยสารด้านอสังหาริมทรัพย์ สมุดรายนงานโทรศัพท์ และข้อมูลทาง Internet เกี่ยวกับบริษัทรับสร้างบ้าน

4.4.3 การรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างแล้วให้ผู้ตอบส่งคืนกลับมาทางไปรษณีย์ถึงผู้วิจัย โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- (1) ออกหนังสือจากภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไปยังฝ่ายปกครอง สำนักงานเขตทวีวัฒนาเพื่อขอรายชื่อผู้ที่สร้างบ้านบนที่ดินตนเองที่ขอบ้านเลขที่จากสำนักงานเขตทวีวัฒนาในช่วงเดือนกรกฎาคม-เดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 160 ราย

- (2) ทำการส่งแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 160 ราย เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2546
- (3) ติดต่อขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ทราบหมายเลขโทรศัพท์ โดยใช้วิธีทางโทรศัพท์แจ้งให้ทราบว่าได้จัดส่งแบบสอบถาม และขอความกรุณาให้กลุ่มตัวอย่างรีบดำเนินการและส่งกลับมายังผู้วิจัย
- (4) ใช้เวลารอแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัยประมาณ 30 วัน และได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 116 ราย

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้มาดำเนินการดังนี้

4.5.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

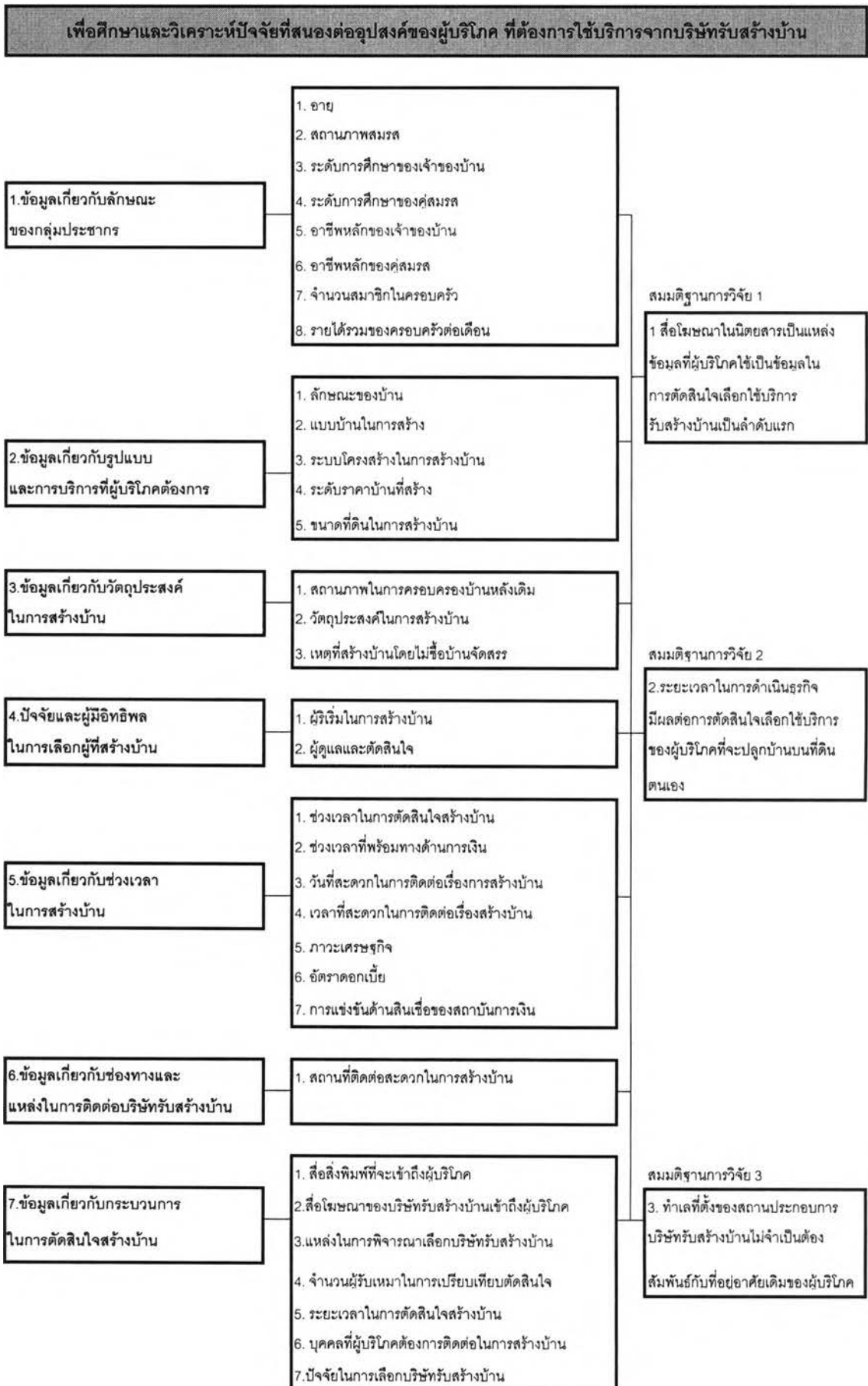
4.5.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้าสำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ending)

4.5.3 วิเคราะห์ข้อมูลหัตถยภูมิประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถาม ดูแผนผังที่ 4.1 และ 4.2 ประกอบ

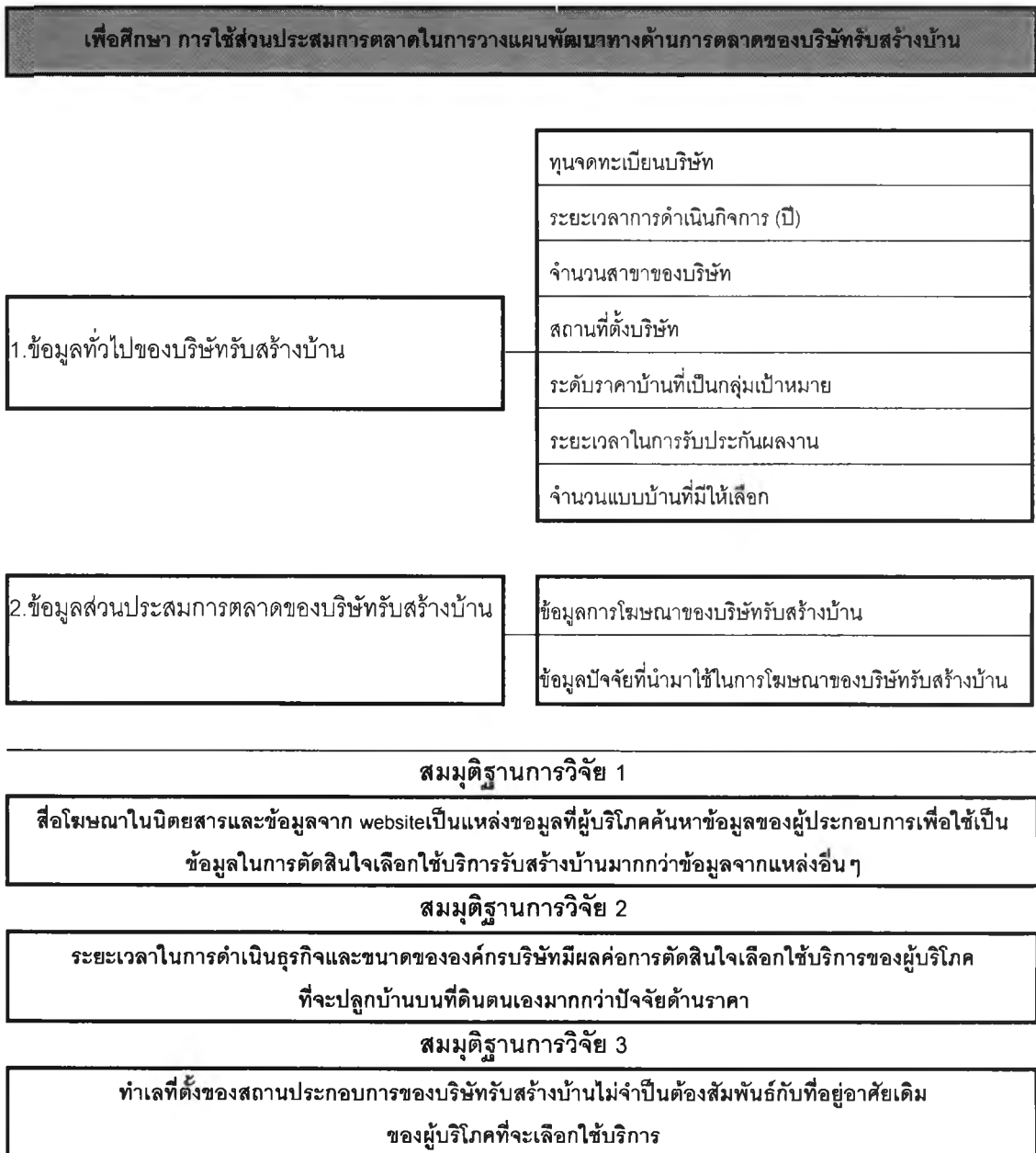
4.5.4 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) โดยการแจกแจงความถี่ของตัวแปรแล้วคำนวณที่ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับตัวแปรเชิงปริมาณที่วัดได้ (Quantitative Variable) ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสำคัญจะใช้รูปแบบของตารางความสัมพันธ์ (Crosstabs) ดำเนินการในเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547

4.5.6 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา โดยนำเสนอผลการศึกษา ในรูปการบรรยายตาราง แผนภูมิ และแผนผังการศึกษา

แผนผังที่ 4.1 แสดงโครงสร้างข้อมูลและขอบเขตการวิเคราะห์ (ด้านผู้บริโภค)



แผนผังที่ 4.2 แสดงโครงสร้างข้อมูลและขอบเขตการวิเคราะห์ (ด้านผู้ประกอบการ)



แผนผังที่ 4.3 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย

ความสำคัญของปัญหา

การสำรวจข่าว บทความ สื่อโฆษณา เกี่ยวกับบริษัทรับ
สร้างบ้าน

สรุปประเด็นปัญหาจากข่าว และสื่อโฆษณา

กำหนดแนวคิด วัตถุประสงค์และ ตั้งสมมติ
ฐาน

กำหนดขอบเขตงานวิจัย

ออกแบบเครื่องมือในการวิจัย

ศึกษาทฤษฎี แนวความคิด
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความ
ต้องการที่อยู่อาศัย

แนวความคิดเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัย

การวิเคราะห์พฤติกรรมทางเลือกซื้อ
บริการการก่อสร้างของผู้บริโภค

แนวความคิดในการวิเคราะห์ส่วนประสม
การตลาดของธุรกิจรับสร้างบ้าน

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
ซื้อของผู้บริโภค

ข้อมูลด้านผู้บริโภค

ข้อมูลด้านผู้ประกอบการ

ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชากร ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด

ข้อมูลทฤษฎี	ข้อมูลปฐมภูมิ	ข้อมูลทุติยภูมิ
<p>วารสารของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สื่อโฆษณาจากนิตยสาร</p> <p>รายชื่อผู้ที่สร้างบ้านจาก สำนักงานเขต</p> <p>การเลือกกลุ่มตัวอย่างอ้างอิง อิง โดยสูตร YAMANE ความเชื่อมั่นที่ 95%</p>	<p>สร้างผังข้อมูลจากทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>สร้างแบบสอบถามจากผังข้อ มูล</p> <p>Pretest 10 ชุดเพื่อตรวจ สอบความเข้าใจ สื่อภาษา</p> <p>สรุปแบบสอบถามจากการ แก้ไข</p> <p>แจกแบบสอบถามทาง ไปรษณีย์</p> <p>จัดเก็บแบบสอบถามให้ได้ ตามจำนวน</p> <p>วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS</p>	<p>สร้างผังข้อมูลจากทฤษฎี ส่วนประสมการตลาด</p> <p>เว็บไซต์ของบริษัทรับ สร้างบ้านต่างๆ</p> <p>ข้อมูลจากกระทรวง พาณิชย์</p> <p>ข้อมูลของธนาคารอาคาร สงเคราะห์</p> <p>สื่อโฆษณานิตยสารบ้าน และสวน</p>

สรุปผล นำเสนอ โดยการบรรยาย ตาราง และแผนภูมิ

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย