



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

โลกยุคข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน การสื่อสารในรูปแบบของอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่สนใจ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นรุ่นที่มีความคุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี การพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันได้สร้างสภาพแวดล้อมใหม่ของการสื่อสารที่เปลี่ยนลักษณะจากสื่อมวลชน (Mass Media) ที่องค์กรธุรกิจ ส่งข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อและกระจายไปสู่ผู้ซื้อ ไปสู่การสื่อสารลักษณะ Many to Many ในปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 75 ล้านคน อัตราการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 30 ใน 175 ประเทศต้นปี พ.ศ. 2539

ในประเทศไทยพบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 5,000 คน ปี พ.ศ. 2537, 65,000 คน ปี พ.ศ. 2539, 102,000 คน ปี 2540 จาก The World Competitiveness Yearbook 1997. และจากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 กับฝ่ายการตลาดของผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตของเอกชนทุกบริษัท ที่ได้ใบอนุญาตและเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการในประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 11 บริษัท พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 96,000 รายที่เป็นสมาชิกรายบุคคลและ 2,000 รายที่เป็นสมาชิกประเภทนิติบุคคล

เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการเชื่อมโยงของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกและสามารถติดต่อถึงกันได้ในระยะเวลานับตั้งแต่ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับทั่วโลกว่าระบบอินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่มีความจำเป็นและเหมาะสมที่ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพราะเป็นระบบที่กว้างไกล รวดเร็วและประหยัด ด้วยเหตุนี้อินเทอร์เน็ตจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทในทุกๆ ส่วนของธุรกิจและชีวิตประจำวันมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า บ้านเทิง การศึกษาค้นคว้า วิจัย ให้คำปรึกษา ตลอดจนจนถึงธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องด้านที่อยู่อาศัย

ช่วงเวลาที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปี พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ. 2542 อันเนื่องจากวิกฤตค่าเงินบาท จึงส่งผลให้ประเทศไทยต้องขอความช่วยเหลือและเข้ากองทุนการเงินระหว่างชาติ(IMF.) รัฐบาลและหน่วยงานเอกชนจึงส่งเสริมให้เกิด ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ขึ้น โดยอาศัยคุณสมบัติของ

อินเทอร์เน็ตข้างต้นเพื่อเสริมศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถเป็นธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ หลายประเทศได้เริ่มเปิดบริการในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อมูลประกอบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ให้คำปรึกษาด้านที่อยู่อาศัย ตลอดจนโฆษณาที่อยู่อาศัย เป็นต้น

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะและมีอัตราการเพิ่มอย่างรวดเร็ว การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจถึงกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยว่าคนกลุ่มนี้มีความต้องการที่อยู่อาศัยหลังใหม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
2. ศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
3. ศึกษาการใช้สื่อด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความต้องการที่อยู่อาศัย ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง, ประเภทที่อยู่อาศัย, ระดับราคาที่อยู่อาศัย, การออกแบบ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี กับตั้งแต่อายุ 25 ปี ขึ้นไป มีความแตกต่างกัน
2. ปัจจัยในที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยช่วงอายุน้อยกว่า 5 ปี กับตั้งแต่อายุ 25 ปี ขึ้นไปมีความแตกต่างกัน
3. กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่าผู้มีรายได้ปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร
4. กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลจากโครงการอื่น ๆ มากกว่าผู้มีรายได้ปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
2. ศึกษากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบนเครือข่าย World Wide Web (WWW.)
3. ศึกษาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร,นนทบุรีและ
ธนบุรี

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. แบบสอบถามเป็นการส่งแบบสอบถามลักษณะไม่เจาะจงกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. การส่งแบบสอบถามผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการส่งแบบสอบถามที่ไม่ได้พบกับผู้
ตอบแบบสอบถามโดยตรง และมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตอบแบบสอบถามซ้ำ ในงานวิจัยนี้ผู้
วิจัยจึงใช้ชื่อและเบอร์ E-Mail ที่มีอยู่ในแบบสอบถามในการคัดแยกแบบสอบถามที่ซ้ำออก
3. ผู้วิจัยไม่สามารถตรวจสอบคัดเลือกแบบสอบถามที่ซ้ำกันออกได้ ในกรณีที่ผู้ตอบไม่
ได้ให้ชื่อหรือเบอร์ E-Mail ที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเปรียบเทียบ
ผลที่ได้จากงานวิจัยที่ผ่านเพื่อเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
4. เนื่องจากระยะเวลาในการวิจัยจำกัดผู้วิจัยจึงจัดส่งแบบสอบถามในช่วงวันที่ 21
กุมภาพันธ์ 2542 ถึง 11 มีนาคม 2542
5. ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามภาษาไทย
ผ่านผู้ให้บริการเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยและพิจารณาจากที่อยู่ที่อยู่กรอกในแบบสอบ
ถาม

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ความต้องการที่อยู่อาศัย หมายถึง ความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน
ประเทศไทยจำแนกตามความต้องการที่อยู่อาศัย ได้แก่ เหตุผล, ระยะเวลา, ทำเลที่ตั้ง, ประเภท,
ราคา, การออกแบบ และการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผ่านทางบริการ World Wide Web (WWW.) ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ที่อยู่อาศัย หมายถึง ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร, ธนบุรี, นนทบุรี ที่กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต้องการหรือคาดหวังจะเป็นเจ้าของ

ประชากรและขนาดการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ของการวิจัยนี้คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวน 102,000 คน ช่วงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2542 ถึงวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2542
2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 399 ตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ YAMANE โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95 %

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างจำแนกได้กว้างๆ 2 วิธีคือ วิธีสุ่มแบบอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และวิธีสุ่มแบบไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยวิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) รายละเอียดการสำรวจและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยมีวิธีการกระจายการสำรวจและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. เริ่มจัดทำแบบสอบถามและคู่มือการลงทะเบียนวันที่ 1 พฤศจิกายน 2541
2. จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ในรูปของ Web Pages โดยเข้าพื้นที่บน Web Site URL : <http://www.varut.th.com/> ระหว่างวันที่ 8 มกราคม – 5 มีนาคม 2542 โดยการแก้ไขแบบสอบถามดังกล่าวก่อนออนไลน์สามารถตรวจสอบการแก้ไขผ่านอินเทอร์เน็ตตาม URL ข้างต้น
3. จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ (Banner) ตาม Web Site ต่างๆ เพื่อเชื่อมโยง (link) มายัง Web Site หลักของแบบสอบถาม
4. การเชิญชวนให้ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตมีวิธีดังต่อไปนี้
 - 4.1 ฝาก Banner ใน Web Site เอกชนที่มีเข้าเยี่ยมชมสูงเช่น
 - 1.1.1. <http://www.pantip.com/>
 - 1.1.2. <http://www.sanook.com/>
 - 1.1.3. <http://www.huasa.com/>

4.2 ฝาก Banner ใน Web Site ที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เช่น

1.1.1 <http://www.mrhome.com>

4.3 ฝาก Banner ใน Web Site ในเมืองไทยที่มีประสบการณ์ในการจัดแบบสอบถาม และมีผู้ตอบจำนวนมากและมีลิงค์กับ Web Site อื่นๆที่มีอัตราการเยี่ยมชมลำดับต้นในเมืองไทย เช่น <http://www.ksc.net.th>

4.4 ให้สัมภาษณ์ Web Site น่าสนใจผ่านรายการวิทยุไอที100.5

4.5 ส่ง e-mail ไปถึงกลุ่มผู้ใช้จำนวนมากในครั้งเดียวโดยขอความร่วมมือกับ

Thailand's ICQ Users Center

4.6 โทรศัพท์ติดต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน (Internet Service Provider) ทั้งหมดที่ได้ขึ้นทะเบียนกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย

4.7 เขียนข้อความไปตัดฝากใน Bulletin Board ตาม Chart Room สนทนาทั่วไป

5. การส่งข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะส่งข้อมูลโดยใช้ E-mail ข้อมูลที่ส่งทาง E-mail จะเป็นรหัสที่ได้แปลงจากแบบสอบถามแล้วตามคู่มือการลงรหัส การส่ง E-mail จะส่งมาให้เฉพาะเบอร์ E-mail ชื่อ varut@ksc.net.th และ E-mail สำรอง d120@bkk.a-net.net.th โปรแกรมที่ใช้เช็ค E-mail คือ Eudora Light

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ,ระดับการศึกษา
2. ความต้องการในการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่
 - 2.1 ทำเลที่ตั้ง
 - 2.2 ประเภทที่อยู่อาศัย
 - 2.3 ราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ
 - 2.4 การออกแบบที่อยู่อาศัย
3. ระยะเวลาที่คาดว่าจะมีที่อยู่อาศัยหลังใหม่
4. เหตุผลในการเลือกที่อยู่อาศัย
5. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
6. จำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบ
7. ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ
8. การใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่
 - 1.1 ลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
 - 1.2 ลักษณะผู้บริโภคยุคใหม่
 - 1.3 แนวความคิดเรื่องความต้องการที่อยู่อาศัย
 - 1.4 แนวความคิดเหตุผลการย้ายที่อยู่อาศัย
 - 1.5 อายุเฉลี่ยในการซื้อที่อยู่อาศัย
 - 1.6 ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย
 - 1.7 ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจซื้อ
 - 1.8 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ
 - 1.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต
 - 1.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. รวบรวมแนวคิดหลักเกณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องมาใช้กำหนดกรอบและแนวทางการวิจัย
3. จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามลักษณะ Home Page , Banner สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลจาก Home Page อื่นๆมายัง Home Page หลักของแบบสอบถามและกำหนดเบอร์ E-mail ที่ใช้ในการส่งแบบสอบถามและเชื่อมโยงข้อมูลมายังแบบสอบถามใน Web Site หลักของแบบสอบถาม สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะส่งผ่านโดยใช้ E-mail
4. ดำเนินการเชิญชวนให้ตอบแบบสอบถามผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเช่น ฝาก Banner , E-mail , โทรศัพท์ , ออกอากาศทางวิทยุ
5. นำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์หาผลสรุปและข้อเสนอแนะ
6. การนำเสนอข้อมูล
 - 6.1 นำเสนอข้อมูลในรูปของพรรณนาความ
 - 6.2 นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางร้อยละ (Percentage)
 - 6.3 นำเสนอข้อมูลโดยสถิติวิเคราะห์ Chi-square
7. เสนอแนะหัวข้อเรื่องที่น่าทำการศึกษาวิจัยต่อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
2. เป็นแนวทางสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
3. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร