บทที่ 4
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง"การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง"มีขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

การกำหนดแบบแผนการวิจัย

1.การศึกษาสภาพพื้นฐานของตลาดบ้านมือสองในประเทศไทย กลไกการตลาดและสถานการณ์การซื้อขายแท้จริงในปัจจุบัน โดยการรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริงต่างๆอันเป็นพื้นฐานก่อให้เกิดแนวคิดและความเข้าใจในประเด็นศึกษาได้กว้างขวางและถ่องแท้ยิ่งขึ้น

2.การศึกษา ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่กำหนดขึ้น โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยแบบสังเกตการณ์ (Observation Research)อันเป็นเทคนิคของกระบวนการกลุ่ม ใช้เพื่อหาคำตอบตรวจสอบและดำเนินการให้การตัดสินคุณค่าของผู้เชี่ยวชาญ มุ่งไปสู่ความเห็นพ้องต้องกันในหัวข้อการศึกษาที่กำหนด[1] ผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระ โดยไม่คำนึงถึงความคิดเห็นของผู้อื่น

สาเหตุที่ใช้เทคนิควิจัยแบบสังเกตการณ์นั้นเกิดจากข้อจำกัดในการวิจัยในหัวข้อนี้ กล่าวคือ บ้านมือสองเป็นตลาดใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดทำการรวบรวมสถิติข้อมูลพื้นฐานและข้อเท็จจริงทั้งหมด มีเพียงข้อมูลประมาณการเท่านั้น จึงวิจัยโดยอาศัยการสัมภาษณ์แบบเข้าพบกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับความเชื่อถือและมีประวัติการทำงานในธุรกิจบ้านมือสองมาเป็นเวลานาน โดยที่แต่ละท่านไม่มีโอกาสพบกัน เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน และทบทวนความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินผลทางเลือกต่างๆประกอบการตัดสินใจ เพื่อสรุปผลและแปลผลการวิจัย[2]

ขณะเดียวกัน ตลาดบ้านมือสองมีลักษณะกระจายออกไปอย่างไม่มีระบบ ผู้ขายบ้านมือสองและผู้ซื้อบ้านมือสองอาศัยอยู่กระจัดกระจาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างนี้ โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบเข้าพบ

ส่วนสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างบ้านมือสองที่ต้องการขาย ซึ่งมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการหากลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถทราบว่าบ้านหลังใดเป็นบ้านมือสองได้โดยการพิจารณาจากรูปลักษณ์ภาย

---

[1] ปีเตอร์ เดลพ์และคณะ,ระบบเครื่องมือสำหรับการวางแผนโครงการ,แปลโดย ปาริชาติ วลัยเสถียรและสุรพล ปธานวนิช (กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2535) หน้า 311.

[2] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์,(กรุงเทพฯ:B&B Publishing,2535)หน้า 160.

นอก ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เป็นการออกสำรวจภาคสนามเพื่อสุ่มหากลุ่มตัวอย่างบ้านที่มีการติดป้ายเสนอขาย เพื่อทดสอบปฏิกิริยาของผู้ขายบ้าน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มที่ต้องการศึกษานี้กำหนดขึ้นเพื่อศึกษาตั้งแต่ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบ้านมือสองตามประสบการณ์จริงของผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้ และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันและความคิดเห็นเรื่อง แนวโน้มของวิธีการทางการตลาดที่จะสามารถนำมาใช้ได้ในอนาคตอันใกล้ โดยเป็น กลุ่มผู้เป็นนายหน้า ได้แก่ เจ้าของกิจการนายหน้า โดยอาศัยแนวคิดของโทมัส ที แมคมิลเลน (Thomas T.Macmillan) ซึ่งกล่าวว่าหากจำนวนผู้ร่วมในโครงการวิจัยมีตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป จะมีอัตราลดลงของความคลาดเคลื่อนน้อยมาก ดังแสดงในตารางที่ 6 นี้

ตารางที่4-1 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

จำนวนผู้ร่วมโครงการ	การลดลงของความคลาดเคลื่อน	อัตราที่ลดลง
1-5	1.20-0.70	0.50
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ที่มา:Thomas T.Macmillan,The Delphi Technique.

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ 1 ผู้ที่เป็นนายหน้าที่เป็นสมาชิกสมาคมตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทยและผู้ที่เป็นสมาชิกเครือ อีอาร์เอ ที่ยังดำเนินกิจการนายหน้าบ้านมือสองอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15 ท่าน ส่วนกลุ่มที่สองและกลุ่มที่สาม กลุ่มละ 5 ท่าน รวมทั้งสิ้น 25 ท่าน ใช้เวลาสัมภาษณ์เฉลี่ยประมาณ 4 เดือน

เจ้าของกิจการนายหน้า ซึ่งกิจการนายหน้าส่วนใหญ่ เจ้าของกิจการมักจะเริ่มต้นจากการเป็นนายหน้าภายใต้สังกัดบริษัทใดบริษัทหนึ่ง หรือมีประสบการณ์เป็นนายหน้าอิสระมาก่อน จนมี

ประสบการณ์ มีชื่อเสียงมากพอ จึงเปิดกิจการนายหน้าเป็นของตนเอง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือก รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบกิจการนายหน้าบ้านมือสองที่มีอยู่ในระบบทั้งหมด โดยการขอสัมภาษณ์คุณ ธีรพันธ์ นาทีกาญจนลาภ นายกสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ และขอให้คุณธีรพันธ์ แนะนำรายชื่อ สมาชิกสมาคมที่ยังประกอบกิจการอยู่ในปัจจุบัน และขอสัมภาษณ์คุณโกสินทร์ โกเมน กรรมการผู้จัดการบริษัท อีอาร์เอ(ประเทศไทย)จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายแฟรนไชส์ ระบบนายหน้าบ้านมือสองจากสหรัฐอเมริกา และขอให้แนะนำรายชื่อสมาชิกของอีอาร์เอ ที่ยังดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน

โดยคุณ ธีรพันธ์ ได้ให้รายชื่อสมาชิกสมาคมที่ทางสมาคมได้มีการตรวจสอบรายชื่อสมาชิกที่ยังจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีล่าสุดมาให้ และคุณโกสินทร์ ได้ให้รายชื่อสมาชิกที่ยังดำเนินกิจการอยู่พร้อมแนะนำบริษัทที่ควรสัมภาษณ์

จากรายนามสมาชิกสมาคมและสมาชิกเครือข่ายอีอาร์เอ ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามไปตามรายชื่อดังกล่าวเพื่อหารายชื่อบริษัทที่ยังดำเนินกิจการนายหน้าบ้านมือสองเป็นหลักอยู่

ปัญหาที่ประสบในการขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนายหน้าเจ้าของกิจการ คือในปี 2540 เศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรง ประกอบกับกิจการในธุรกิจนี้มีลักษณะเปิดง่ายใช้ทุนก่อตั้งต่ำ ทำให้ปิดง่าย ดังนั้นตั้งแต่เศรษฐกิจตกต่ำเป็นต้นมา กิจการนายหน้าปิดไปเป็นจำนวนมาก บางกิจการดำเนินการเป็นธุรกิจรอง ทำเป็นระยะๆ ขาดความต่อเนื่อง จึงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสอบถามหาผู้ที่ดำเนินกิจการนายหน้ามาอย่างต่อเนื่อง

บางรายไม่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและเกรงความลับทางธุรกิจรั่วไหล ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อซ้ำทั้งสิ้น 3 ครั้ง โดยเว้นระยะสัปดาห์ละครั้ง หากไม่ได้รับความร่วมมือในครั้งสุดท้าย ผู้วิจัยจะตัดออกจากกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากงบประมาณและเวลาที่จำกัดในการทำวิจัย รายนามกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 แสดงรายชื่อผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนายหน้ามืออาชีพ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง
1.คุณ โกสินทร์ โกเมน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ(ประเทศไทย) จำกัด
2.คุณ ธีรพันธ์ นาทีกาญจนลาภ	นายกสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์
3.คุณ ชลกร ชัยณรงค์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท สานฝัน แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด
4.คุณ คณิต เศรษฐนันท์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟันด์เทคอน จำกัด
5.คุณ กิตติศักดิ์ ตากแสง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็กคลูซีฟ รัซอร์ซ

	จำกัด
6.คุณ มัลลิกา มุนีพีระกุล	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟอร์เบสท์ พร็อพเพอ ตี้ จำกัด
7.คุณ อดิศักดิ์ สถิตธำมรงค์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ กรีนเวย์ พร็อพเพอตี้ จำกัด
8.คุณ สาธิต รติธรรมกุล	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูนิตี้ เอสเตท จำกัด
9.คุณ วุฒิชัย บุญแสง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็นเอสวี เรียลเอสเตท จำกัด
10.คุณ ธิดารัตน์ นาให้ผล	กรรมการผู้จัดการ บริษัท จัสท์ เซอร์วิส จำกัด
11.คุณ เอกพัฒน์ วิเชียรแพทยาคม	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ รอยัลเรียลตี้ จำกัด
12.คุณ ธนกร สาครเสถียร	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ สาครเสถียร บ้านและที่ดิน จำกัด
13.คุณพิสิฐ ภัสราไพบูลย์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ โตมั่นคง จำกัด
14.คุณ จิรศักดิ์ เกียรติสาโรจน์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ เซิร์ทมาร์เก็ตติ้ง จำกัด
15.คุณ วุฒิ เตียวัฒนานนท์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ พีรพัฒน์ เรียลตี้ เพอร์เฟ็ค จำกัด

2.กลุ่มเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขายหรือผู้ฝากขาย ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกใช้วิธีการเดียวกับกลุ่มนายหน้าเจ้าของกิจการ หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์นายหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการแล้ว ได้ขอให้แนะนำรายชื่อเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขายหรือผู้ฝากขายด้วย เพื่อรวบรวมให้ได้ทั้งสิ้น 5 ท่าน

ข้อจำกัดในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ ประสบปัญหาที่บุคคลเหล่านี้อาศัยอยู่กระจัดกระจาย ไม่ได้รวมกลุ่มอย่างมีระบบ ไม่สามารถหาตัวได้พบจึงต้องอาศัยการแนะนำจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแม้แต่นายหน้าส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถให้ความร่วมมือได้ เนื่องจากต้องปิดรายชื่อลูกค้าเป็นความลับตามความต้องการของลูกค้า มีเฉพาะบางรายเท่านั้นที่แนะนำรายชื่อ จนกระทั่งได้รายชื่อ 5 ท่าน โดยให้มีทั้งรายที่ประสบความสำเร็จในการขายและไม่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้มีกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเสนอความคิดเห็นต่างแง่มุมตามรายชื่อดังแสดงในตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้ขายบ้านมือสอง

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้ขายบ้านมือสอง	ตำแหน่งทางสังคม
คุณ ปริษฐา ยุทธมานพ	เจ้าของกิจการส่วนตัว
คุณ พวง ตันตาศนี	เจ้าของกิจการเสื้อผ้าสำเร็จรูป
คุณ บำรุง มากลับ	พนักงานอาวุโสสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย
คุณ ฐิติมา ศรีอุทัยศิริวงศ์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เวดดิ้ง คาสเซิล จำกัด
คุณ นฤมล สินธุประภา	พนักงานฝ่ายบัญชี ธนาคาร เอชเอสบีซี

กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มผู้ต้องการขาย ที่ผู้วิจัยคัดเลือกมาโดยการออกสำรวจหาบ้านมือสองที่มีการติดป้ายแสดงความจำนงต้องการขาย ในหมู่บ้านที่ได้รับคำแนะนำจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญว่ามีบ้านมือสองที่ต้องการขายจำนวนมาก

ข้อจำกัดในการวิจัยกลุ่มนี้ คือบ้านมือสองมีลักษณะตั้งกระจายไปตามชุมชนต่างๆอย่างไม่มีระบบและไม่สามารถดูได้จากภายนอกว่าเจ้าของบ้านต้องการขายหรือไม่ จึงหากลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการตระเวนออกสำรวจดังกล่าว และกำหนดจำนวนบ้านกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 10 หน่วยนั้น เกิดจากข้อจำกัดว่าทัศนคติของคนไทยยังเห็นว่าการติดป้ายเสนอขายบ้านที่หน้าบ้านนั้น จะเป็นการเสียหน้า ทำให้จำนวนบ้านกลุ่มตัวอย่างมีรวมทั้งหมด 10 หน่วย ดังแสดงในตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 แสดงกลุ่มตัวอย่างบ้านติดป้ายขาย

บ้านติดป้ายขาย		เบอร์ติดต่อ
417/65	หมู่บ้านทับแก้ว	934-8989, 01 682-5391
1042/85	หมู่บ้านทับแก้ว	331-4140
665/9	หมู่บ้านสุขใจนิเวศน์	361-8050-55
341/64	หมู่บ้านรุ่งเจริญ	747-6602, 01 918-9001
211/100	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	744-0991,361-6485
211/98	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	881-6204, 01 900-4247
210/147	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	807-8249
210/82	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	712-6185, 712-8777
210/138	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	213-2711-5, 01 630-6039
210/148	หมู่บ้านไพโรจน์ โครงการ 4	751-4036-9

3.กลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเดียวกับกลุ่มเจ้าของบ้านมือสองที่ฝากขาย โดยการขอให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือนายหน้าแนะนำรายชื่อผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านทางบริษัท 5 ท่าน

ข้อจำกัดในการวิจัยกลุ่มนี้ คือ ผู้ซื้อบ้านมือสองนั้นไม่อาศัยอยู่รวมกันอย่างมีระบบ บ้านมือสองเมื่อซื้อแล้วอาจมีการขายต่อไปหรือไม่อยู่อาศัยเอง ผู้วิจัยไม่สามารถตั้งขอบเขตกลุ่มตัวอย่างได้ จึงอาศัยการแนะนำจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเช่นเดียวกับกลุ่มผู้ขายบ้านมือสอง ตามรายชื่อดังแสดงในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง

รายชื่อผู้ซื้อบ้านมือสอง	ตำแหน่งทางสังคม
คุณ มณฑิรา ลิมปนารมณ์	รองกรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัทชาเล้นท์กรุ๊ป
คุณ พรรณี เสน่ห์วงศ์	เจ้าของกิจการหอพักให้เช่า
คุณ สุรเธียร จักรธรานนท์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอส ซี แอสเซท จำกัด
คุณ ทิพย์สุดา อริยวัฒน์	กรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัทศิริดา
คุณ ขนิษฐา เกิดใหรัญ	ผู้อำนวยการ บริษัท เอ็นซีซี เมเนจเมนท์ จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือในการศึกษาได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลหลายวิธีตามความเหมาะสมของลักษณะข้อมูลและสภาวะแวดล้อม มีรายละเอียด ดังนี้

1.การรวบรวมเอกสารและสัมภาษณ์เพิ่มเติม เป็นเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับตลาดบ้านมือสอง การใช้สื่อ ลักษณะการซื้อขายบ้านมือสองในต่างประเทศ โดยรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องนำมาใช้อ้างอิงประกอบการวิจัย ประกอบกับการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วน

2.การศึกษาทัศนคติของผู้ซื้อและผู้ฝากขาย ได้ใช้การสังเกต(observation) และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนประเด็นที่คาดว่าจะมีความสำคัญ ที่ส่งผลต่อการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง

ในขั้นแรกของการติดต่อเพื่อสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แสดงตนในฐานะนิสิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่ได้ระบุถึงอาชีพผู้สื่อข่าวในสังกัดหนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกเกรงการตกเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ การถูกนำความคิดเห็นที่เป็นความลับส่วนตัว ความลับทางธุรกิจไปเผยแพร่ทาง

สื่อมวลชน หรือเกิดความหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการอาศัยผู้สื่อข่าวในกรณีใดๆ เพื่อให้ผู้ตอบถ่ายทอดสาระความคิดโดยไม่บิดเบือน

3.การวิเคราะห์คำตอบที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ เพื่อหาข้อสรุปที่ตรงกันมากที่สุด ภายใต้สมมติฐาน ดังนี้

ก.แนวคิดของผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนายหน้า

1.การใช้บริการนายหน้าในอนาคตจะเพิ่มมากขึ้น เพราะอัตราส่วนความสำเร็จมีสูงกว่าการขายด้วยตนเอง

2.การนำระบบการขายบ้านมือสองและการจัดองค์กรแบบในต่างประเทศ จะถูกนำมาใช้มากขึ้น โดยเฉพาะกิจการนายหน้าขนาดใหญ่และขนาดกลางที่มีชื่อเสียงและได้รับความเชื่อถืออยู่แล้ว โดยเฉพาะการพัฒนาตัวแทนพนักงานนายหน้าในสังกัด ให้สร้างชื่อเสียงเฉพาะเขตที่ตนเชี่ยวชาญ เพื่อเป็นตัวแทนประจำพื้นที่ของบริษัทในอนาคต

3.การพัฒนาบุคลากรให้เป็นนายหน้าที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับระบบการซื้อขายบ้านมือสองและความรู้เบื้องต้นที่จำเป็นทั้งหมด เพื่อเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้ต้องการซื้อและต้องการขายได้จะมีความสำคัญมากขึ้น

ข.แนวคิดของเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขายหรือผู้ฝากขาย

1.จะใช้บริการฝากขายกับนายหน้าบ้านมือสองมากขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากประหยัดเวลาและไม่มีความเชี่ยวชาญในการขายเหมือนนายหน้า

2.ทัศนคติไม่ดีที่มีต่อธุรกิจนายหน้าจะเริ่มหมดไป มีความเชื่อถือนายหน้าว่าจะไม่โกงมากขึ้น ไม่กลัวเปลืองค่าบริการ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดด้วยตนเองกับเสียค่าบริการให้นายหน้ามีมูลค่าใกล้เคียงกัน

ค.แนวคิดของผู้ซื้อบ้านมือสอง

1.ความต้องการซื้อบ้านมือสองจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากบ้านมือสองมีราคาถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ใกล้เคียงกัน เข้าอยู่อาศัยได้ทันที

2.บ้านมือสองกลายเป็นหนทางในการลงทุนระยะยาวอย่างหนึ่ง เนื่องจากปัจจัยเกี่ยวกับดอกเบี้ยเงินฝากต่ำมากอยู่ในระดับไม่ถึง 5% ในขณะที่ความเสี่ยงต่ำ ผู้ที่มีเงินสะสมเป็นก้อน ต้องการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ย

การทดสอบเครื่องมือ

1.การตรวจความตรงเชิงเนื้อหา(content validity)ได้เลือกใช้วิธีตรวจสอบโดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เริ่มจากการออกแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบแก้ไขในการวัดตัวแปรที่ต้องการและการวางโครงสร้างข้อมูลที่ต้องการ

พร้อมทั้งขอความคิดเห็นเพิ่มเติม และนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำกลับไปให้อาจารย์ตรวจแก้ไขจนกว่าจะครบถ้วนทุกแง่มุมที่ต้องการคำตอบมาประกอบการวิจัย จากนั้นได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้งเป็นลำดับสุดท้าย เพื่อหาคำถามที่เหมาะสม ตรงวัตถุประสงค์ และตัดข้อที่ไม่จำเป็นออก

2.การทดสอบกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสัมภาษณ์ทดลองทั้งหมด 10 กลุ่มตัวอย่าง พบข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไข 5 ข้อ ดังนี้ (1)คำถามไม่ครอบคลุมประเภทสินค้าที่นายหน้าบ้านมือสองซื้อขายอยู่ (2)คำถามเรียงลำดับไม่ต่อเนื่อง ทำให้ผู้ตอบสับสน(3)ใช้ภาษาที่เข้าใจยาก สร้างความสับสน (4)คำถามยาวเกินไป (5)คำถามเกี่ยวกับเทคนิคการซื้อขายบางข้อ ต้องการคำตอบที่เป็นความลับทางธุรกิจ ผู้ตอบไม่กล้าตอบ

หลังจากได้ผ่านการตรวจสอบ 3 ขั้นตอนใหญ่และได้ทราบถึงข้อบกพร่องแล้ว ก็นำแบบสัมภาษณ์ไปแก้ไขปรับปรุงให้เข้าใจได้ง่าย มีความต่อเนื่องและตัดคำถามที่สร้างความไม่ไว้วางใจต่อผู้ตอบออกไป เพื่อให้พร้อมนำไปใช้จริง

การศึกษาความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนายหน้า

ประเด็นแนวทางในการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน

1.เริ่มจากติดต่อประสานงานอย่างไม่เป็นทางการไปล่วงหน้า พร้อมทั้งแนะนำตัวต่อนายกสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ และกรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยแจ้งให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านทราบถึงหัวข้อการวิจัยและชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นรายบุคคล ณ.สถานที่ที่ได้นัดหมายและนำผลสัมภาษณ์ครั้งแรกมาประมวลหาข้อบกพร่องและส่วนที่ต้องการทราบเพิ่มเติม ก่อนเข้าสัมภาษณ์ครั้งที่สอง

2.รวบรวมผลสัมภาษณ์ในขั้นตอนที่ 1 แล้วนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ จากนั้นได้ทำการนัดหมายขอเข้าสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

3.เมื่อสัมภาษณ์ครบทุกรายตามที่กำหนดไว้ ได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติมเฉพาะในข้อมูลที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมีความเห็นแตกต่างจากท่านอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลยืนยันความคิดเห็น รวมใช้เวลาทุกขั้นตอนทั้งสิ้น 2.5 เดือน

การศึกษาความคิดเห็นเจ้าของบ้านมือสองผู้ฝากขายและกลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง

ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อไปอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อแนะนำตัวพร้อมขอนัดหมายสัมภาษณ์สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างคำแนะนำจากนายหน้าที่ได้แนะนำรายชื่อมาให้

1.นัดหมายสัมภาษณ์กลุ่มผู้ฝากขายและผู้ซื้อบ้านมือสอง เมื่อได้สัมภาษณ์แล้วได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับ มาวิเคราะห์ประเมินหาจุดบกพร่อง เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมี

โครงสร้าง ก่อนขอสัมภาษณ์ในแง่มุมที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นแตกต่างจากตัวอย่างอื่น เพื่อให้ได้ผลยืนยันความคิดเห็น

2.ออกสำรวจหมู่บ้านที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาบ้านมือสองที่เจ้าของติดป้ายต้องการขาย และทำการติดต่อไปตามเบอร์โทรศัพท์ที่ระบุไว้ที่ป้าย โดยผู้วิจัยได้แสดงตนเป็นผู้สนใจซื้อ เพื่อทดสอบปฏิกิริยาจากผู้รับสายในการติดต่อซื้อขายและหาผลที่ได้รับจากการติดต่อ ก่อนนำผลการติดต่อแต่ละรายมาหาผลการสังเกตการณ์ รวมทุกขั้นตอนใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

การกำหนดวัตถุประสงค์

ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่กำหนดขึ้น

กลุ่มเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขาย

กลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างบ้านมือสองที่ติดป้ายต้องการขาย

รวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (หนังสือ บทความและเอกสาร งานวิจัย)

อ้างThomas T.Macmillan ที่ความเชื่อมั่น95% มากกว่า13ท่าน

สัมภาษณ์กลุ่มเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขาย

สัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง

สำรวจหมู่บ้านที่ได้รับแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหาบ้านกลุ่มตัวอย่าง

ออกแบบสัมภาษณ์ Pre-Test แก้ไขและจัดเตรียม

ตลาดบ้านมือสอง (ประเภท การตลาด การโฆษณา ดสังหาริมทรัพย์)

กำหนดตัวแทนผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญแนะนำรายชื่อผู้ขายและผู้ซื้อบ้านมือสอง

รอบที่1นำเสนอรายละเอียดการศึกษาและสัมภาษณ์ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับบ้านมือสอง

นำเบอร์ติดต่อกลุ่มตัวอย่างมาติดต่อทดสอบปฏิกิริยา

การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ผ่านนายหน้า (ทฤษฎีนายหน้า นิยามนายหน้าเทคนิคการขายของนายหน้า แนวคิดที่เกี่ยวข้อง)

สัมภาษณ์ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญแนะผู้เชี่ยวชาญรายอื่น

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับแนะนำจากตัวแทน

คำถามข้อมูลทั่วไป

ทฤษฎีและแนวคิดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง(แนวคิดขั้นบันไดการเพิ่มคุณภาพที่อยู่อาศัย แนวคิดการพัฒนาเมือง)

รอบที่1นำเสนอรายละเอียดการศึกษาแก่ตัวแทนแล้วสัมภาษณ์ประเด็นสภาพปัญหาปัจจุบัน ข้อมูลทั่วไปและการขายบ้านมือสอง

รอบที่2 สร้างแบบสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์รอบที่1 นำเข้าสัมภาษณ์เพิ่มเติม

รวบรวมผลจากการทดสอบก่อนทำการทดสอบด้วยวิธีเดิมรอบที่2

คำถามเกี่ยวกับการตลาดบ้านมือสอง

การตลาดอสังหาริมทรัพย์ (การจัดการเปรียบเทียบบ้านใหม่และบ้านมือสอง ช่องทางการจำหน่าย การประมูลอสังหาริมทรัพย์)

รอบที่2สร้างแบบสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์รอบที่1 นำเข้าสัมภาษณ์เพิ่ม

รอบที่3สรุปผลการสัมภาษณ์สองรอบแรก สร้างแบบสัมภาษณ์รอบสุดท้ายถามเฉพาะประเด็นที่ความเห็นแตกต่าง

สรุปผลการทดสอบปฏิกิริยา

คำถามเกี่ยวกับการซื้อบ้านมือสอง

รอบที่3นำเสนอผลสรุปจากการสัมภาษณ์ในสองรอบแรก แล้วสร้างแบบสัมภาษณ์ชุดสุด, ท้ายเฉพาะประเด็นที่มีความเห็นแตกต่าง

กำหนดแนวคิด ตั้งสมมติฐานเพื่อตรวจสอบผลวิจัย

รวบรวมผลการสัมภาษณ์ทุกกลุ่มและผลการทดสอบปฏิกิริยา

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาผลที่ตรงกันมากที่สุดตามลำดับ

สรุปผลและนำเสนอผลการวิจัย