

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังมีรายละเอียด ที่จะนำเสนอต่อไปนี้

- 3.1 แบบแผนการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ศึกษา
- 3.4 เครื่องมือและการรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้

3.1 แบบแผนการวิจัย

การบริหารจัดการที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่าเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ตามแบบแผนการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้วิธีศึกษาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้จากการค้นคว้า เช่น การศึกษาข้อเท็จจริงของสภาพการวิจัยและพัฒนา การบริหารจัดการทางการเงิน การตลาด และทรัพยากรบุคคลของบริษัทผู้พัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของชุดตัวแปร (Interrelationship research) การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อการเกิดนวัตกรรมเชิงคุณค่าและนวัตกรรมเชิงคุณค่าของโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของบริษัทผู้พัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร โดยคาดหวังว่าผลการวิเคราะห์จะนำมาสู่แนวทางการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่าสำหรับการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรต่อไป

ในการออกแบบการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษานำร่อง (pilot study) เพื่อศึกษาการมีอยู่จริงของนวัตกรรมเชิงคุณค่าในวงการอสังหาริมทรัพย์ เมื่อเดือนตุลาคม 2550 และออกแบบพัฒนาเครื่องมือวิจัยเพิ่มเติม เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลในส่วนที่เหลือทั้งหมดในเดือนมีนาคม 2551

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาประกอบด้วย 3 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่มีแนวโน้มจะมีการสร้างนวัตกรรมในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และมีการดำเนินการก่อสร้างโครงการอยู่ในขณะนี้ โดยเหตุที่ต้องกำหนดเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินได้ง่าย กลุ่มที่สอง คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ที่ทราบข้อมูลการพัฒนาวัตกรรมการของบริษัทในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการวิจัยและพัฒนา ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการออกแบบ และฝ่ายทรัพยากรบุคคล กลุ่มที่สาม คือ เจ้าของบ้านผู้อยู่อาศัยในโครงการจำนวน 9 โครงการ ส่วนประชากรในการศึกษานำร่องคือ ผู้บริหารฝ่ายพัฒนาธุรกิจหรือออกแบบของบริษัทที่มีแนวโน้มจะมีการสร้างนวัตกรรม และเจ้าของบ้านผู้อยู่อาศัยในโครงการ

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

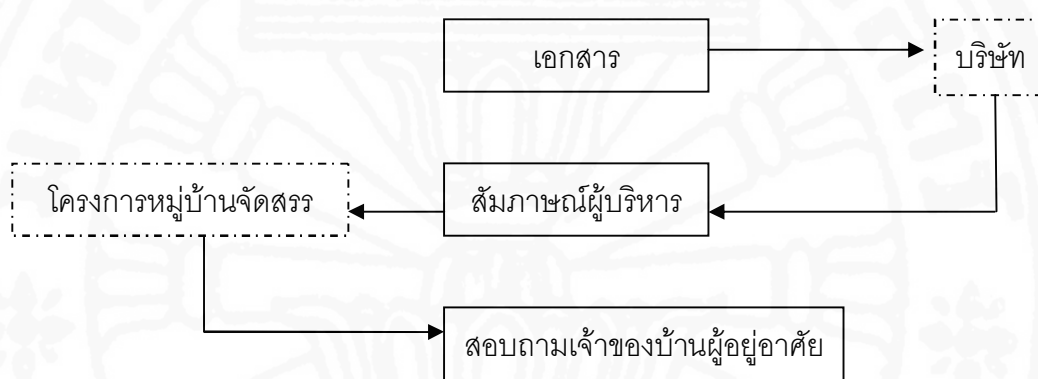
กลุ่มที่ 1 บริษัทที่มีแนวทางในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารซึ่งแสดงถึงผลงานของบริษัทต่าง ๆ ด้วยตนเอง และเก็บข้อมูลภาคสนามในการศึกษานำร่อง เนื่องจากไม่ปรากฏการรวบรวมจำนวนนวัตกรรมเชิงคุณค่าในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมาก่อน ผลที่ได้คือบริษัทจำนวน 4 บริษัท ได้แก่ บริษัทแลนด์ แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัทเอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) บริษัทเอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทพุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) มีโครงการหมู่บ้านที่ศึกษารวม 9 โครงการ จำแนกตามบริษัทดังนี้

- | | | | |
|---------------------------------|------------------------------|-----------|-----------|
| 1) บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ฯ | จำนวน 38 โครงการ | | |
| แบ่งเป็น 2 ชุดตัวแปร | เลือกชุดตัวแปรละ 10% เท่ากับ | 3 โครงการ | |
| | รวมเป็น | 6 โครงการ | |
| 2) บริษัทเอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ฯ | จำนวน 1 โครงการ | เลือก | 1 โครงการ |
| 3) บริษัทเอสซี แอสเสทฯ | จำนวน 1 โครงการ | เลือก | 1 โครงการ |
| 4) บริษัทพุกษา เรียลเอสเตทฯ | จำนวน 1 โครงการ | เลือก | 1 โครงการ |

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการ ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยพิจารณาตามดุลยพินิจ และการคัดกรองของผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นหลัก บริษัทละ 5 ฝ่าย ฝ่ายละ 1 คน และเจ้าหน้าที่ในฝ่ายต่าง ๆ บริษัทละ 10 คน

กลุ่มที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จาก 9 โครงการ โครงการละ 10-20 คน โดยขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ 3 ดังแสดงในภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ 3



3.3 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย

3.3.1 ตัวแปรชุดที่ 1

ตัวแปรชุดที่ 1 คือ การบริหารจัดการที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่า ซึ่งมีทั้งการบริหารจัดการทางการเงิน การวิจัยและพัฒนา การตลาด และทรัพยากรบุคคล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ และสรุปได้ตามตารางที่ 3.1

1) การบริหารจัดการทางการเงิน ศึกษาเรื่องการสร้างสรรค์รูปแบบการบริหารต้นทุน อันประกอบด้วย การลดต้นทุน และการจัดหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ

2) การบริหารจัดการทางด้านการวิจัยและพัฒนา ศึกษาเรื่องระบบวิจัยและพัฒนา และการบริหารแบบบูรณาการอันเป็นการประสานงานระหว่างแต่ละฝ่ายในองค์กร ได้แก่ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายออกแบบ

3) การบริหารจัดการการตลาด ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ตลาดและแนวคิดในการสร้างสิ่งใหม่และเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อและบริษัท

4) การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ศึกษาเรื่องบทบาทและวิสัยทัศน์ของผู้นำ ประกอบกับการจัดการองค์กร

3.3.2 ตัวแปรชุดที่ 2

ตัวแปรชุดที่ 2 คือ นวัตกรรมเชิงคุณค่า ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ อันประกอบด้วย สถานที่ตั้ง รูปแบบบ้าน พื้นที่ใช้สอยและการจัดวางผัง การก่อสร้างวัสดุ สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้นวัตกรรมเชิงคุณค่าเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยศึกษาในการศึกษานำร่อง

3.3.3 ตัวแปรชุดที่ 3

ตัวแปรชุดที่ 3 คือ ผลสัมฤทธิ์ของบริษัท ซึ่งศึกษาเฉพาะมุมมองทางด้านการเงินและมุมมองทางด้านลูกค้า ได้แก่ ความเติบโตของบริษัท ภาพลักษณ์ของบริษัท และความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ และสรุปได้ตามตารางที่ 3.2

- 1) ความเติบโตของบริษัท วัดที่การเติบโตของยอดขายและผลกำไร
- 2) ภาพลักษณ์ของบริษัท วัดที่การยอมรับและการรับรู้ภาพลักษณ์ของลูกค้า ในแง่ชื่อเสียงของบริษัท ความเป็นผู้นำทางด้านสินค้า ความเชื่อมั่นในสินค้า
- 3) ความพึงพอใจของลูกค้า วัดที่ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า

ตารางที่ 3.1

ตัวแปรด้านการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่า

ตัวแปร	ประเด็นที่ศึกษา	รายละเอียด
การบริหารจัดการทางการเงิน	การสร้างสรรครูปแบบการบริหาร ต้นทุน	1) การจัดหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ 2) การลดต้นทุน
การบริหารจัดการด้านการวิจัย และพัฒนา	1. ระบบฝ่ายวิจัยและพัฒนา	1) มีการจัดตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนา อย่างเป็นทางการ 2) สนับสนุนให้มีการพัฒนาจาก โครงการนำร่อง 3) มีกระบวนการสร้างนวัตกรรม ตามลำดับขั้นตอน 4) มีการวิจัยลูกค้า
	2. การบริหารแบบบูรณาการ	1) ส่งเสริมการประสานงาน ระหว่างฝ่าย 2) ส่งเสริมความเข้าใจใน กระบวนการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของฝ่ายอื่น ๆ
การบริหารจัดการการตลาด	1. การวิเคราะห์ตลาด	สำรวจความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์สภาพความต้องการทั้งใน ปัจจุบันและในอนาคต
	2. แนวคิดในการสร้างสิ่งใหม่ซึ่ง เป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ และบริษัท	1) มีการพิจารณาประโยชน์ที่ผู้ซื้อ ได้รับว่ามีประโยชน์เด่นชัด เป็นสิ่ง ใหม่ หรือพิเศษ 2) การยอมรับฟังและศึกษาในสิ่งที่ ลูกค้าพูด 3) การพิจารณาเรื่องต้นทุนเพื่อให้ บริษัทได้กำไร 4) เตรียมการแก้ปัญหาความไม่ คุ้นเคยและต่อต้านแนวคิดใหม่

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ประเด็นที่ศึกษา	รายละเอียด
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล	1. บทบาทและวิสัยทัศน์ของผู้นำ	1) ผู้นำต้องสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันภายในองค์กร
		2) การพิจารณาและยอมรับความเสี่ยง
	2. การจัดการองค์กร	1) การหมุนเวียนบุคคลกร
		2) การประชุมระดมความคิดอย่างสม่ำเสมอ
	3) การให้รางวัลสำหรับผู้สร้างสรรคนวัตกรรม	

ตารางที่ 3.2

ตัวแปรด้านผลสัมฤทธิ์ขององค์กร

ตัวแปร	ประเด็นที่ศึกษา	รายละเอียด
มุมมองทางด้านการเงิน	การเติบโตของบริษัท	1) การเติบโตของยอดขาย
		2) การเติบโตของผลกำไร
	ภาพลักษณ์ของบริษัท	1) ความเด่นชัดของภาพลักษณ์
2) ความเป็นผู้นำทางด้านสินค้า		
3) ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริษัท		
มุมมองทางด้านลูกค้า	ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

3.4 เครื่องมือและการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ และแบบสอบถาม

3.4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants)

1) แบบสัมภาษณ์วิธีการบริหารที่ใช้กับผู้บริหารของบริษัทพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อทราบข้อมูลการบริหารด้านการเงิน การตลาด การวิจัยและพัฒนา และทรัพยากรบุคคล

2) แบบสัมภาษณ์ถึงการมีนวัตกรรมเชิงคุณค่าในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในการศึกษานำร่อง ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากกลุ่มตัวอย่างที่สองและสาม อันได้แก่ผู้บริหารฝ่ายพัฒนาธุรกิจ หรือออกแบบของบริษัทที่มีแนวโน้มจะมีการสร้างนวัตกรรม และเจ้าของบ้านผู้อยู่อาศัยในโครงการ

3.4.2 แบบสำรวจลักษณะทางกายภาพ

แบบสำรวจที่ใช้สำรวจการมีนวัตกรรมเชิงคุณค่าของโครงการหมู่บ้านจัดสรร ทั้งจากแหล่งข้อมูลจากเอกสาร และสภาพจริงของโครงการ มีลักษณะเป็นแบบสำรวจเชิงตรวจสอบรายการ 4 รายการ ได้แก่ การสร้างความแปลกใหม่และแตกต่าง การสร้างมาตรฐานใหม่ ก่อให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ซื้อ

3.4.3 แบบสอบถาม

แบบสอบถามใช้ศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมเชิงคุณค่าจากผู้ซื้อบ้านในแต่ละโครงการดังกล่าว และแบบสอบถามใช้ศึกษาข้อมูลการบริหารจัดการอันจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมเชิงคุณค่าจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือต่าง ๆ จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือให้อาจารย์ที่ปรึกษา 3 ท่าน ตรวจสอบความ

ตรง (validity) ตามเนื้อหา และทดสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและได้ตรวจสอบข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีการดังนี้

1) มีการส่งเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์มอบแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์ล่วงหน้าทุกครั้ง เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเนื้อหาการวิจัย ซึ่งคาดว่าจะสามารถส่งผลให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2) มีการตรวจสอบโดยการวิเคราะห์ความสอดคล้องของความคิดเห็นของข้อมูล 3 กลุ่ม เพื่อยืนยันข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างประกอบกัน เช่น การยืนยันข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ บทความ หนังสือ วารสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์ โครงการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จัดทำขึ้นโดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เอง ร่วมกับ บทความ หนังสือ วารสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์โครงการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กล่าวถึงผลงานของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังใช้การสอบถามข้อมูลจากเจ้าของบ้านผู้อยู่อาศัยนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยยืนยันข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอีกด้วย

3.5 วิธีการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้

1) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ในช่วงทำการศึกษานำร่อง และศึกษาการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงคุณค่า

2) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมเชิงคุณค่าของบริษัทผู้พัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งประกอบด้วยความแปลกใหม่และการสร้างมาตรฐานใหม่ โดยใช้วิธีการทางสถิติร้อยละ (percentage) และวิเคราะห์คุณค่าต่อผู้ซื้อและผู้ประกอบการโดยวิธีหาค่าเฉลี่ย (mean) ซึ่งมีเกณฑ์อธิบายดังนี้

$$\text{เกณฑ์} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

โดยที่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ความเห็นหรือความพึงพอใจในระดับน้อยมาก

1.81 – 2.60 หมายถึง ความเห็นหรือความพึงพอใจในระดับน้อย

2.61 – 3.40 หมายถึง ความเห็นหรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3.41 – 4.20 หมายถึง ความเห็นหรือความพึงพอใจในระดับมาก

4.21 – 5.00 หมายถึง ความเห็นหรือความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

3) ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับการเกิดนวัตกรรมเชิงคุณค่า และความสัมพันธ์ระหว่างการมีนวัตกรรมเชิงคุณค่าของโครงการหมู่บ้านจัดสรรกับผลสัมฤทธิ์ของบริษัทผู้พัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร ศึกษาโดยวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมพันธ์แบบเพียร์สันไคแอสควร์ (Pearson Chi-Square Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับการเกิดนวัตกรรมเชิงคุณค่าด้านการสร้างความแปลกใหม่และมาตรฐานใหม่ ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้จากการวัดแบบแบ่งกลุ่ม (nominal level) กับข้อมูลที่ได้จากการวัดแบบจัดอันดับ (ordinal level) และสถิติสหสัมพันธ์ (Pearson Correlation-r) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับการเกิดนวัตกรรมเชิงคุณค่าด้านประโยชน์แก่บริษัทและประโยชน์แก่ผู้ซื้อ รวมถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีนวัตกรรมเชิงคุณค่ากับผลสัมฤทธิ์ของบริษัทผู้พัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้จากการวัดแบบจัดอันดับ (ordinal level) โดยผู้วิจัยอธิบายด้วยค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งมีเกณฑ์อธิบายดังนี้

0.00 – 0.39 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

0.40 – 0.59 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

0.60 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับมาก

ชำนาญการหอสมุด