

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการ บ้านจัดสรรกุลพันธ์วิไลในจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้คือ ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง และการกำหนดขนาดตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้จะทำการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าในโครงการกุลพันธ์วิไลทั้ง 9 โครงการในระหว่างปี 2540 - 2544 ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,010 ครอบครัว¹

จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างในการสุ่มตัวอย่างกำหนดขนาดตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนตัวอย่าง 244 ครอบครัว² ตัวอย่างที่สุ่มจะมีฐานะเป็นเจ้าของบ้าน โดยการสุ่มขนาดตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample) จะทำตามสัดส่วนของผู้พักอาศัยแต่ละโครงการดังนี้

¹ รายงานของฝ่ายบริการโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธ์วิไล, (เชียงใหม่ : บริษัท กุลพันธ์พร็อพเพอร์ตี้ 2544), หน้า 12.

² Herbert Askin and Raymond R. Colton, *Tables for Statisticians*. (New York : Barnes & Noble, 1963), pp. 151-152.

โครงการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กุลพันธวิทย์โครงการ 1	25	2.48	6
กุลพันธวิทย์โครงการ 2	72	7.12	17
กุลพันธวิทย์โครงการ 3	105	10.40	25
กุลพันธวิทย์โครงการ 4	116	11.49	28
กุลพันธวิทย์โครงการ 5	215	21.29	52
กุลพันธวิทย์โครงการ 6	236	23.37	57
กุลพันธวิทย์โครงการ 7	152	15.05	37
กุลพันธวิทย์โครงการ 8	20	1.98	5
กุลพันธวิทย์โครงการ 9	69	6.82	17
รวม	1,010		244

ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาส่วนประสมการตลาด 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ โครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์ และปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลูกค้าในโครงการกุลพันธวิทย์ จำนวน 244 ตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

(1) ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าในโครงการกุลพันธวิทย์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาเดิม ลักษณะบ้านที่พักอาศัย พื้นที่ที่ดิน ราคาบ้านพร้อมที่ดิน พ.ศ.ที่เข้ามาอยู่ในโครงการ

(2) ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์

(3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ โครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิทย์

(4) ปัญหาของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธ์
วิลด์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์
และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของ โครงการกุลพันธ์วิลด์

ส่วนที่ 4 ปัญหา

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการ ประมวลผลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive
Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์
ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 244 ชุด

การวัดความพึงพอใจต่าง ๆ จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)³ ซึ่งลักษณะคำถาม
แบบ Rating Scale จะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจ พอใจน้อย
และพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

³ กุณทลี เวชสาร, การวิจัยการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545),
หน้า 122.

การจัดระดับและ การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลการแปลความหมายของระดับคะแนนที่ได้ กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความรู้สึก
4.50 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	พอใจมาก
2.50 – 3.49	พอใจ
1.50 – 2.49	พอใจน้อย
1.00 – 1.49	พอใจน้อยที่สุด

การวัดระดับปัญหาต่าง ๆ จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)⁴ ซึ่งลักษณะคำถามแบบ Rating Scale จะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ไม่มีปัญหา ปัญหาน้อยที่สุด ปัญหาน้อย ปัญหามาก และปัญหามากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีปัญหา	1

การจัดระดับและ การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลการแปลความหมายของระดับคะแนนที่ได้ กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
4.50 – 5.00	ปัญหามากที่สุด
3.50 – 4.49	ปัญหา
2.50 – 3.49	ปัญหาน้อย
1.50 – 2.49	ปัญหาน้อยที่สุด
1.00 – 1.49	ไม่มีปัญหา

⁴ กุณฑลี เวชสาร, การวิจัยการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545),

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2545 ถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546 (ช่วงการเก็บข้อมูล เดือน มีนาคม 2546)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University