

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ในแต่ละด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น คุณภาพการบริการหลังการขายหลังการโอนกรรมสิทธิ์ที่เสนอให้ลูกค้า แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ คุณภาพการบริการงานซ่อม และคุณภาพการบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ

2. ด้านราคา (Price) เช่น ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายกับระดับคุณภาพของการบริการที่นำเสนอให้ลูกค้าในด้านต่างๆ

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เช่น สถานที่ให้บริการ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง ช่องทางในการติดต่อเพียงพอต่อความต้องการลูกค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าเกี่ยวกับบริการ ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ของการบริการ โดยการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ให้แก่ลูกค้าภายในโครงการ

5. ด้านพนักงาน (People) เช่น ความรู้ความสามารถ ทักษะที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับลูกค้าได้ดี ความคิดริเริ่ม ความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ ของพนักงานผู้ให้บริการ

6. ด้านกระบวนการ (Process) เช่น กระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยความรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำ และประทับใจลูกค้า

7. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) เช่นความเหมาะสม ความสอดคล้อง และความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการการออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน เช่น การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน กระดาษต้นไม้ และอุปกรณ์สำนักงาน

พร้อมทั้งศึกษาถึงปัญหาของลูกค้าต่อการบริการหลังการขาย โดยจะศึกษาเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริงเท่านั้น

ขอบเขตประชากร

โครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ มีจำนวนบ้านขายแล้ว 271 แปลง เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริง จำนวน 241 แปลง ณ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2552 (จรรยา แก้วชม, 2551: สัมภาษณ์) ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ ศึกษาเฉพาะลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริงเท่านั้น

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ใช้วิธีเก็บตัวอย่าง เฉพาะลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริง จำนวน 241 ราย โดยจะทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของประชากร ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 193 ราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ดำเนินการเก็บข้อมูล ณ โครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ และเก็บตัวอย่างได้จริง 193 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริงจำนวนไม่น้อยกว่า 193 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยให้ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับตามมาตรวัดระดับ (Rating Scale)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ใช้มาตรวัดระดับ (Rating Scale) โดยลักษณะของคำถามจะประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546 : 75) มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละช่วง ดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย
ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50-5.00
มาก	3.50-4.49
ปานกลาง	2.50-3.49
น้อย	1.50-2.49
น้อยที่สุด	1.00-1.49

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงาน จะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ใช้เวลาดำเนินงานประมาณ 11 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนกันยายน 2552 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนสิงหาคม 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved