

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วน  
ประสมการตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
โดยรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงบรรยายในลักษณะการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจถึงความ  
คาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นต่อส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ได้มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อส่วนประสม  
การตลาดบริการของหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดย  
คำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้าน  
กระบวนการ

นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัญหาในการใช้บริการของผู้มารับบริการอบรมหลักสูตร  
ภาษาอังกฤษระยะสั้น และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพในการบริการด้านต่างๆของ  
สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อไป

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น ณ  
สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทั้งที่เคยใช้บริการและใช้บริการอยู่ โดยจากข้อมูลประจำปี  
งบประมาณ 2553 (ตุลาคม 2552 - กันยายน 2553) มีผู้มาเข้าอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น  
จำนวนทั้งสิ้น 1,379 ราย (รายงานประจำปี 2553, 2553)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

จากประชากรในการศึกษาข้างต้น ใช้เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเทียบขนาด  
ตัวอย่างจากตารางของ Seymour Sudman (กุนทลี รื่นรมย์, 2549) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน  
การทำวิจัยเท่ากับ 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience

Sampling) โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้ที่เคยใช้บริการหรือกำลังใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### วิธีการศึกษา

#### ข้อมูลและการเก็บข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่กำลังใช้บริการหรือเคยใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้น ณ สถาบันภาษาจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัย ตลอดจนฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แยกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษระยะสั้นสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวิเคราะห์ระดับความคาดหวัง เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ หรือเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คาดหวังมากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
คาดหวังมาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
คาดหวังปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
คาดหวังน้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
คาดหวังน้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ หรือเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
พึงพอใจมาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
พึงพอใจปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
พึงพอใจน้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยความคาดหวังในแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	คาดหวังมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	คาดหวังปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	คาดหวังน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

### สถิติที่ใช้ในการศึกษา

1. ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แหล่งการรับทราบข้อมูลของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ หลักสูตรที่เคยเข้ารับการอบรม ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ของผู้ที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรอังกฤษระยะสั้นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาคือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสถานที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2554 – ตุลาคม 2554  
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม 2554 – กันยายน 2554