

บทที่ 3 ระเบียบการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้กำหนดระเบียบและวิธีการศึกษาไว้ดังนี้ คือ ขอบเขตการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการจากเว็บไซต์บริการการศึกษาของไทยตลอดจนการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการ

ผู้ทำการศึกษาได้ ทำการสำรวจกลุ่มประชากรโดยการเลือกตัวอย่างจากกลุ่มนักเรียนไทย ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการออกแบบสอบถาม และสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience Sampling) ทำการเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต

3.2 ขอบเขตประชากร

ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดประชากรในการศึกษานี้จากตัวเลขประมาณการผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)¹⁴ ว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 600,000 ถึง 800,000 คน และข้อมูลอาชีพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากงานวิจัย “การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย”¹⁵ ระบุว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 10% ดังนั้นจึงประมาณได้ว่ามีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใช้อินเทอร์เน็ต 60,000 ถึง 80,000 คน จากจำนวนประชากรดังกล่าวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับนัยสำคัญ 5% จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 321 คน¹⁶

¹⁴ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, “The Internet Index of Thailand”, Internet Information Resource center : <http://www.nectec.or.th/user/htk/Internet/>.

¹⁵ สนอง คำชื่น, “การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล 2542, หน้า 13.

¹⁶ นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ : ตารางที่ 6.4 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับความเชื่อมั่น 95%, หน้า 119.

3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลในการวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากงานวิจัย ตำราวิชาการ วารสาร Website สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) การศึกษาเอกสาร เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาสร้างแบบสอบถาม
- 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 321 หน่วยที่สุ่มมาด้วยวิธีการตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยวิธี
 - 1.1 สร้างแบบสอบถามขึ้นบน โฮมเพจ (Homepage)
 - 1.2 จัดส่งแบบสอบถามโดยไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งรายชื่อที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail address) ของนักเรียนไทยชั้นมัธยมปลายได้จากเครื่องมือค้นหาเฉพาะกลุ่มของโปรแกรมสื่อสารไอซีคิว (I Seek You)
(หมายเหตุ : กรณีที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail address) ของผู้ตอบแบบสอบถามตรงกันทั้งในวิธีที่ 1 และ 2 จะทำการเลือกเพียง 1 ฉบับ)

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา
 - สาขาวิชา
 - ผลการเรียน
 - ภูมิลำเนา
 - ประสบการณ์
- 2) สิ่งกระตุ้นการตลาดที่มีผลต่อความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษา
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - ช่องทางจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมผลิตภัณฑ์

3) การตอบสนองในการใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา

- การเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ
- การเลือกผู้ให้บริการ
- การเลือกเวลาที่ใช้บริการ
- การเลือกปริมาณการใช้บริการ (ชั่วโมงที่ใช้รวมต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่ใช้ต่อ 1 เดือน)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ด้วยวิธีการสถิติแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับการให้ความสำคัญของคุณสมบัติของเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)¹⁷ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีความสำคัญ	1

การแปลผลความสำคัญ

ค่าเฉลี่ย	ความสำคัญ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	ไม่มีความสำคัญ

¹⁷ กนกทิพย์ พัฒนาพิวพันธ์. "การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยศึกษา". คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2529.

3.6 นิยามศัพท์

เว็บไซต์บริการการศึกษาของไทย หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในประเทศไทย ซึ่งบริการทางการศึกษาที่มีในปัจจุบันได้แก่ บริการข่าวสารและข้อมูลการศึกษาบริการแจ้งคะแนนสอบเข้ามหาวิทยาลัย บริการกระดานรับฟังความคิดเห็นในหัวข้อเกี่ยวกับการศึกษา เป็นต้น โดยเว็บไซต์บริการการศึกษาที่ให้บริการในประเทศไทยในขณะนี้ได้แก่

- | | |
|--|--|
| - www.eduzones.com | - www.thaiedu2000.com |
| - www.entrance.co.th | - www.eduprogress.com |
| - www.dekd.com | - www.thaituter.com |
| - www.vcharkarn.com | - www.kradandumonline.com |
| - www.teamentrance.f2s.com | - entrance.mweb.co.th |
| - www.nationent.com | เป็นต้น |

ความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษา หมายถึง ความรู้ลึกที่อยากให้ได้รับการสนองตอบเพื่อให้ได้รับความพอใจ ในการเยี่ยมชมเว็บไซต์บริการการศึกษา ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ประกอบด้วย

- 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2) ราคาของบริการ
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์