

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาประกอบไปด้วการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

3.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศจำนวน 12 แห่ง คือ OEC Global Education, Overseasedu (OEG), O S Visas Co., Ltd., Westminster International, Australian Centre, Eden Education Centre, Student Pass, Mentor International, Education Gateway, Inter Academic Advisors, NES Baanpasa และ International Student Services (IDP)

3.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงที่มาใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 250 ตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มคนระดับท้องถิ่น (คุณทลี รื่นรมย์, 2553) สำหรับวิธีการเลือกตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไปเรียนภาษา 150 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ไป

ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตร หรือระดับปริญญาบัตร 100 ตัวอย่าง โดยกระจายการเก็บข้อมูลตาม ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศจำนวน 12 แห่ง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ได้มาจาก

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ 12 แห่งจำนวน 250 ตัวอย่าง

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้พัฒนามาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ ของผู้ใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ในการอธิบายถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ

ถูกค่าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ วัดระดับความสำคัญ
 ที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยคำถามแบบ Rating Scale (กุลฑลรี รื่นรมย์, 2553) ดังนี้

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

โดยมีช่วงคะแนนที่ใช้วิเคราะห์ผล 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง	มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง	มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง	มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง	มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง	มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศน้อยที่สุด

3.7 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศทั้ง 12 แห่ง คือ OEC Global Education, Overseasedu (OEG), O S Visas Co., Ltd., Westminster International, Australian Centre, Eden Education Centre, Student Pass, Mentor International, Education Gateway, Inter Academic Advisors, NES Baanpasa และ International Student Services (IDP)

3.8 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

เดือนมกราคม 2557 ถึง เดือนกันยายน 2557 รวมระยะเวลา 9 เดือน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในระหว่างกลางเดือนเมษายน 2557 ถึงกลางเดือนมิถุนายน 2557



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved