

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ คณะวิชาที่ศึกษาอยู่ รายได้ ที่พักอาศัย และพาหนะเดินทาง รวมถึงข้อมูลพฤติกรรมกรการซื้อเทปหรือซีดีเพลงของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย

ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้จะทำการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในปี 2544 ซึ่งมีจำนวน 17,851 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ คือ ประชากรที่ศึกษาเป็นจำนวนหมื่น ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยร้อยละ 1 (ณรงค์ศรีสวัสดิ์, 2542: 63) จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 178 คน ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นประมาณ 93% หลังจากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษา 3 สาขาวิชา (ฝ่ายทะเบียนการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ธันวาคม 2544) ดังนี้

สาขาวิชา	จำนวนนักศึกษา	จำนวนตัวอย่าง
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	5,176	52
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	5,818	58
สังคมศาสตร์	6,857	68
รวม	17,851	178

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวน 178 รายโดยใช้แบบสอบถามทั้งนี้การเก็บข้อมูลจะทำที่สำนักหอสมุดและห้องสมุดคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของนักศึกษาแต่ละกลุ่มสาขาวิชา โดยจะทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ 2545 ซึ่งเป็นช่วงภาคเรียนฤดูร้อน ประจำปีการศึกษา 2544

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้จากหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน เอกสาร หนังสือ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเทปหรือซีดีเพลง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 9.0 for Windows โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics) คือ การอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average)

สำหรับการวัดเกณฑ์ในการเลือกซื้อหรือซีดีเพลงใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (วินัส พิษวณิชย์, 2537 : 43) โดยมีเกณฑ์การให้น้ำหนัก ดังนี้

อันดับ 1 ให้น้ำหนักเท่ากับ 3

อันดับ 2 ให้น้ำหนักเท่ากับ 2

อันดับ 3 ให้น้ำหนักเท่ากับ 1

โดยน้ำหนักรวมเท่ากับ $3 + 2 + 1 = 6$

และการคำนวณหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากคะแนนรวมหารด้วยน้ำหนักรวม

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) (สุปัญญา ไชยชาญ , 2542 : 74) ซึ่งลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ (อุเทน ปัญโญ , 2539 : 236) จากช่วงคะแนนต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา เดือน ธันวาคม 2544 ถึง มิถุนายน 2545