บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตการศึกษา และวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชนและมีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 สถาบัน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรในกลุ่มที่ต้องการศึกษาได้ชัดเจนเพราะมีการเปลี่ยนแปลงของประชากรอยู่ตลอดเวลาจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 ตัวอย่าง และแบ่งตามสถาบันที่กำลังเปิดสอนภาษาญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียว และตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แห่งละ 35 ตัวอย่าง ดังนี้

1. โรงเรียนภาษาญี่ปุ่นเชียงใหม่
2. โคะคุโช เอ็ดดูเคชั่นเซ็นเตอร์
3. อาจารย์คัมภีร์
4. โฮคุโตะเจแปนนิสแลงเกจพ้อยน์
5. บ้านภาษาญี่ปุ่น
6. สมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่นภาคเหนือ ในพระบรมราชูปถัมภ์

2. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการศึกษา

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามสำหรับ ผู้มาใช้บริการของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 6 แห่ง

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนภาษาญี่ปุ่นเชียงใหม่ โคะคุโช เอ็ดดูเคชั่นเซ็นเตอร์ อาจารย์คัมภีร์ โฮกุโตะเจแปนนิสแลงเกจพ้อยน์ บ้านภาษาญี่ปุ่น และสมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่นภาคเหนือ ในพระบรมราชูปถัมภ์ แห่งละ 35 ตัวอย่าง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง ในแบบสอบถามประกอบด้วยรายละเอียด 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithematic Mean) โดยที่การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆนั้นจะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert's Scale) ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

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

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

กุมภาพันธ์ 2548 – มกราคม 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved