

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษา พฤติกรรมการเช่าหนังสือของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยใน กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษาประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้
5. สถานที่ศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเช่าหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กรอบทฤษฎี 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Whom, When, Where และ How และ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนนักศึกษามาก และเคยเช่าหนังสือจากร้านให้เช่าหนังสือทั่วไป

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Seymour Sudman (1976 : 87) และใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และเลือกตัวอย่างตาม

สะดวก จากนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีนักศึกษาจำนวนมาก ที่เคยเช่าหนังสือจากร้านให้เช่าหนังสือทั่วไป

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการสำรวจข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ราย ที่เคยเช่าหนังสือจากร้านให้เช่าหนังสือทั่วไปจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเช่าหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือในกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือ
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

แบบสอบถามในส่วนที่เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามของการให้เรียงลำดับความคิดเห็น ตามมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) (Zikmund William G., 1997 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541 : 168) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความคิดเห็นแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับและหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
ความสำคัญมากที่สุด	5
ความสำคัญมาก	4
ความสำคัญปานกลาง	3
ความสำคัญน้อย	2
ความสำคัญน้อยที่สุด	1

ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความสำคัญในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความสำคัญในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ศึกษาระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัด
สมุทรสาคร ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนมิถุนายน 2552 โดยเก็บข้อมูลใน
เดือนเมษายน 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved