

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา ประชากร และขนาดตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง ที่มีความประสงค์จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี 2 ปีต่อเนื่อง สาขาการบัญชี อันประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยทางด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ นักศึกษาภาคปกติ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ปีการศึกษา 2545 ของสถาบันการศึกษาในจังหวัดลำปาง ซึ่งมีนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 1,187 คน (สำรวจ ณ สิงหาคม 2545) การกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาใช้เกณฑ์ตามตาราง การกำหนดขนาดตัวอย่างของ Herbert Askin and Raymond R. Colton. ในระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดตัวอย่าง 244 คน¹ และทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษาแต่ละสถาบันการศึกษา ดังนี้

¹ Herbert Askin and Colton Raymond R., *Tables for Statisticians* (New York : Barnes & Noble, 1963), pp. 151 – 152.

สถาบันการศึกษา	จำนวนนักศึกษา	จำนวนตัวอย่าง
วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง	385	79
วิทยาลัยการอาชีพเกาะคา	39	8
วิทยาลัยการอาชีพเถิน	7	1
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตลำปาง	97	20
วิทยาลัยพลศึกษาจังหวัดลำปาง	52	11
โรงเรียนลำปางพาณิชยการและเทคโนโลยี	550	113
โรงเรียนลำปางเทคโนโลยี	57	12
รวม	1,187	244

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามของสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ทั้ง 7 สถาบัน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วง เดือนกุมภาพันธ์ 2546 เนื่องจากเป็นช่วงการเลือกสถานที่ศึกษาต่อของนักศึกษา ที่จะสำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2545
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ วารสาร บทความ และการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าสถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 244 ชุด

การวัดความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)² ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามให้เลือกตอบ 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลการแปลความหมายของระดับคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีระดับความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มกราคม 2546 ถึง เดือน มีนาคม 2546

² กุณเทลี เวชสาร, การวิจัยการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545), หน้า 122 – 124.