บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษา ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลางในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การสื่อสารทางการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และแนวโน้มของพฤติกรรมการเรียนภาษาจีนกลาง ซึ่งเป็นองค์ประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลางตามแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ขอบเขตประชากรและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ขอบเขตประชากรที่ทำการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ บุคคลที่เคยเรียนภาษาจีนกลางหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และบุคคลที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย จากตาราง Typical Sample Sizes for Studies of Human and Institutional Populations (Seymour Sudman, 1976) เนื่องจากจำนวนตัวอย่างผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลางมีจำนวนน้อย ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นบุคคลที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำนวน 100 คน และกำหนดขนาดตัวอย่างของบุคคลที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำนวน 100 คนเท่ากัน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก และมีสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ห้างสรรพสินค้า สวนสาธารณะ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร บริเวณโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน สถาบันสอนภาษา มหาวิทยาลัย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำนวน 100 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำนวน 100 คน รวมทั้งหมดจำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ประกอบด้วยข้อมูลความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลความรู้สึกและความคิดเห็น และข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษาจีน ความเป็นมาของภาษาจีนกลาง การนำภาษาจีนกลางไปใช้

2.2 ด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของบุคคล ได้แก่ แนวโน้มการเรียนภาษาจีนกลางในอนาคต ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเรียนภาษาจีนกลาง แนวโน้มในการแนะนำผู้อื่นในการเรียนภาษาจีนกลาง

– เฉพาะผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละครั้ง สถานที่ที่เคยเรียนภาษาจีนกลาง และเหตุผลในการเลือกเรียนภาษาจีนกลาง

– เฉพาะผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ได้แก่ เหตุผลที่ไม่เลือกเรียนภาษาจีนกลาง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนภาษาจีนกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ในการวัดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของความรู้ความเข้าใจ ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนของความรู้ความเข้าใจ

คำตอบ	คะแนน
ตอบถูก	1
ตอบผิด	0

ผู้ศึกษาจะคะแนนความรู้ความเข้าใจในแต่ละข้อ แล้วสรุปเป็นคะแนนรวมและนำคะแนนรวมนั้นไปเทียบเป็นร้อยละ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจ โดยเกณฑ์การแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (William G. Zikmund อ้างในมัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ จารุวรินทร์ โอสถานุเคราะห์ และมรกต พรพิบูล, 2553)

เกณฑ์การแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจ

แปลผลคะแนน	ระดับคะแนน
มีความเข้าใจมากที่สุด	80.01 – 100.00
มีความเข้าใจมาก	60.01 – 80.00
มีความเข้าใจปานกลาง	40.01 – 60.00
มีความเข้าใจน้อย	20.01 – 40.00
มีความเข้าใจน้อยที่สุด	0.00 – 20.00

ในการวัดความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2551: 97-98)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

แปลผลระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21 – 5.00
เห็นด้วย	3.41 – 4.20
ไม่แน่ใจ	2.61 – 3.40
ไม่เห็นด้วย	1.81 – 2.60
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 – 1.80

ในการวัดพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดด้วยคะแนน (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2551: 97-98)

เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ

ระดับพฤติกรรม	คะแนน
เรียนแน่นอน/แนะนำแน่นอน	5
อาจจะเรียน/อาจจะแนะนำ	4
ไม่แน่ใจ	3
อาจจะไม่เรียน/อาจจะไม่แนะนำ	2
ไม่เรียนแน่นอน/ไม่แนะนำแน่นอน	1

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ 26 พ.ย. 2555
เลขทะเบียน 250707
เลขเรียกหนังสือ

เกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

แปลผลระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย
เรียนแน่นอน/แนะนำแน่นอน	4.21 – 5.00
อาจจะเรียน/อาจจะแนะนำ	3.41 – 4.20
ไม่แน่ใจ	2.61 – 3.40
อาจจะไม่เรียน/อาจจะไม่แนะนำ	1.81 – 2.60
ไม่เรียนแน่นอน/ไม่แนะนำแน่นอน	1.00 – 1.80

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การทดสอบค่าสถิติที (t – test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทดสอบความแตกต่างของทัศนคติระหว่างกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่เคยเรียนภาษาจีนกลางหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1. เก็บข้อมูลจากโรงเรียนรัฐและเอกชนที่สอนภาษาจีนกลาง สถาบันสอนภาษาจีนกลาง มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และธนาคาร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผล และการจัดทำรายงาน ได้ดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2555 โดยทำการเก็บข้อมูล เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554