

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์สถานภาพและการพัฒนากลยุทธ์การบริหารด้านการตลาดของมหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ประกอบการศึกษา โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูงและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารการตลาดของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครทั้ง 6 แห่ง ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ รวมไปถึงกลยุทธ์ด้านการตลาด การปรับตัว และ สถานภาพของมหาวิทยาลัยท่ามกลางการแข่งขัน นโยบายการบริหารงาน หลักสูตรการจัดการเรียนการสอน การคัดเลือกบุคลากร การประชาสัมพันธ์ ค่าธรรมเนียมการศึกษา เป็นต้น

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเช่น เอกสารด้านยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย เอกสารการประกันคุณภาพ คู่มือการปฏิบัติงาน เอกสารการจัดการเรียนการสอน และ เอกสารเชิงวิชาการของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครทั้ง 6 แห่ง

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตประชากร

ผู้บริหารมหาวิทยาลัยชั้นนำในกรุงเทพ ทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 6 คน

2. ขอบเขตเนื้อหา

- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
- กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตลาดการศึกษาในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง
- การประกันคุณภาพการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากเอกสาร และจากการสัมภาษณ์

การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารจากข้อมูลทุติยภูมิ
2. กำหนดและตั้งประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์
3. ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความครบถ้วนของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน
4. จัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดทำแบบสัมภาษณ์
2. ประสานงานการเก็บข้อมูลกับมหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 6 แห่ง
3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์
4. วิเคราะห์ข้อมูล
5. จัดทำรายงานและนำเสนอ

PAYAP UNIVERSITY