

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ใน กรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษาความเป็นไปได้โดยวิเคราะห์ด้านการตลาด การจัดการและการเงิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย และผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้สัญจรบริเวณจัตุรัสแดง (Red Square) ห้างสรรพสินค้ากุม (Gum) ย่านอาร์บัต (Arbat) เนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนมีผู้สัญจรไปมา อยู่เสมอ และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครจำนวน 3 ราย ได้แก่ร้านบางกอก (Bangkok, 10 Bolshoy Strochenovsky street) ร้านลาอูนา (Laluna, 69 Sadovnicheskaya street) และร้านกากาดู (Kakadu, 28 Lenniski Avenue)

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษา โดยเน้นศึกษาถึงความเป็นไปได้ (Feasibility) และแนวทางการดำเนินงานของร้านอาหารไทยที่ผู้ลงทุนต้องการเปิดให้บริการ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยสอบถามจากบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 300 ราย และสัมภาษณ์ผู้

ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ราย เกี่ยวกับข้อมูลการจัดหาอุปกรณ์ บุคลากร การกำหนดราคา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการ และข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ซึ่งค้นคว้าได้จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าได้ผ่านอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมี 2 ลักษณะคือ แบบสอบถามภาษารัสเซียและแบบ สัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในมอสโก

คำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจใช้คำถามแบบมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กุลชาติ เวชสาร, 2545: 123) โดยแต่ละข้อคำถาม จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ คะแนนระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	พึงพอใจมากที่สุด
4	พึงพอใจมาก
3	พึงพอใจปานกลาง
2	พึงพอใจน้อย
1	พึงพอใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง พึงพอใจระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง พึงพอใจระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยที่มีค่าน้อยกว่า 1 หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยในการรับประทานอาหารนอกบ้าน

คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยใช้คำถามแบบมาตรวัดแบบประมาณค่า โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับความสำคัญ 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง สำคัญระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง สำคัญระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง สำคัญระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง สำคัญระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง สำคัญระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4 การรวบรวมข้อมูล

สำหรับขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาได้กำหนดขั้นตอนดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ครอบคลุมทุกประเด็น โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ทดสอบแบบสอบถามที่ออกแบบ (Pretest)
3. หลังจากตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถามจนมีความสมบูรณ์ถูกต้อง ผู้ศึกษาได้แปลเป็นภาษาไทยสละ และใช้เป็นเครื่องมือสำหรับรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และนำมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) และข้อมูลทุติยภูมิเพื่อทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ทางด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้ระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2548 ถึงเดือนสิงหาคม 2548 โดยเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2548