

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษาซึ่งได้แก่ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการศึกษา และการรายงานผลการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มีขอบเขตเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคคือหลัก 6W 1H ได้แก่ ใครคือตลาดเป้าหมาย ตลาด(ผู้บริโภค)ชื่ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร และทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการรวม 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3.1.2 ขอบเขตประชากรและการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenient Sampling)

วิธีการหาขนาดตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง จะทำการกำหนดโดยใช้สัดส่วน (Sample size determination : proportions) ซึ่งผู้ศึกษาต้องการหาสัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น โดยวิธีการสุ่มสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน พบว่ามีผู้บริโภคเคยใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น จำนวน 17 คน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.85 และผู้ศึกษาต้องการให้การศึกษารุ่นนี้มีความเชื่อมั่น อย่าง

น้อย 95% จากนั้นจึงทำการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากสูตร กรณีประชากรมีสมาชิกจำนวนไม่แน่นอน ดังนี้

$$E = Z_{\alpha/2} \sqrt{P(1-P)/n}$$

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า $Z = 1.96$, $E = 0.05$

แทนค่าในสูตร จะได้ $0.05 = 1.96 \sqrt{0.85(1-0.85)/n}$

$$(0.05)^2 = (1.96)^2 [0.85(0.15)]/n$$

$$n = \frac{(1.96)^2 [0.85(0.15)]}{(0.05)^2}$$

$$(0.05)^2$$

$$n = 195.84 \approx 200 \text{ คน}$$

จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 200 คน เพื่อความสะดวกในการสุ่มตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ภัตตาคาร ทำการสุ่มภัตตาคารละ 40 คน ได้แก่ ฟุจิ (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เชียงใหม่) โออิชิ (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่) เซน (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่) ชูชิบาชินามิ (บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่) และอิซากาญา (บริเวณหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่) รวมจำนวน 200 คน ซึ่งเหตุผลในการเลือกภัตตาคารดังกล่าว เนื่องจากเป็นภัตตาคารที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเปิดให้บริการมานานกว่า 1 ปี

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ทั้งจากข้อมูลในรูปแบบเอกสาร บทความวิชาการ รายงานวิจัย วารสารสิ่งพิมพ์

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ โดยปกติเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้รู้จักภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ความชอบภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นเรียงตามลำดับ เวลาในการเข้าใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ความถี่ต่อเดือน เวลาที่ใช้บริการ เมนูที่ทานประจำ วิธีการปรุงอาหารที่ชอบทาน รสชาติที่ชอบรับประทาน วิธีการนั่งที่ชอบ เครื่องดื่มที่นิยมรับประทาน แหล่งที่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นตั้งอยู่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง รายการส่งเสริมการตลาดที่ชอบ โดยเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือกและคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง รวม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง รวม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

โดยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง มีการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 5 ชุด เมื่อทดสอบแล้วได้มีการปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถามให้สมบูรณ์ขึ้นก่อนใช้เก็บข้อมูลจริง

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ภัตตาคาร ได้แก่ ฟุจิ (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตเชียงใหม่) โออิชิ (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตเชียงใหม่) เซน (สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตเชียงใหม่) ซูชิบาซึนามิ (บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่) และอิซากาญา (บริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ทำแบบสอบถาม โดยทำการสุ่มภัตตาคารละ 40 คน

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผลทาง และค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกิดขึ้นได้ ได้แก่ การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted average) โดยวัดระดับการให้ความสำคัญของคำถามแบบ Likert Scale มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ (คุณชาติ รื่นรมย์, 2545) ดังนี้

มีความสำคัญมากที่สุด	หมายถึง	5	คะแนน
มีความสำคัญมาก	หมายถึง	4	คะแนน
มีความสำคัญปานกลาง	หมายถึง	3	คะแนน
มีความสำคัญน้อย	หมายถึง	2	คะแนน
มีความสำคัญน้อยที่สุด	หมายถึง	1	คะแนน

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยดังกล่าว โดยใช้เกณฑ์ การแบ่งอัตราภาคชั้นออกเป็น 5 ชั้น (กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์, 2529) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 - 5.00	ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมในระดับมาก
2.50 - 3.49	ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมในระดับน้อย
1.00 - 1.49	ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

3.2.5 ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2550
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.