

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และการวิเคราะห์ลูกค้าของแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยศึกษาว่า ลูกค้าคือใคร ลูกค้าอยู่ที่ไหน ลูกค้าซื้อเมื่อใด ลูกค้าต้องการอะไร ลูกค้าซื้ออย่างไร

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้ที่เคยซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่แท้จริง จึงใช้การเปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (Sudman, 1976 อ้างใน กุณชาติ รื่นรมย์, 2549) จากนั้นจึงเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารมือเขียนจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งผู้บริโภคที่มารับประทานอาหารที่ร้าน และ/หรือซื้อกลับไปรับประทาน ในเวลา 17.00 - 24.00 น.

โดยแบ่งพื้นที่แหล่งจำหน่ายอาหาร เพื่อเก็บข้อมูล (เทศบาลนครเชียงใหม่ งานรักษาความสงบเรียบร้อยและมั่นคง, 2551) ดังนี้

สถานที่	จำนวนตัวอย่าง
กลุ่มที่ 1 แขวงกาวิละ	100 ตัวอย่าง
กลุ่มที่ 2 แขวงนครพิงค์	100 ตัวอย่าง
กลุ่มที่ 3 แขวงเม็ງราย	100 ตัวอย่าง
กลุ่มที่ 4 แขวงศรีวิชัย	100 ตัวอย่าง
รวม	400 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารจากแหล่งจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่โดยการนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน หรือซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน จำนวน 400 ตัวอย่าง
- 2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร งานวิจัย สิ่งพิมพ์ และข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารจากแหล่งจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ อาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจากแหล่งจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแหล่งจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People)

กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และร้อยละ (Percentage)

โดยการวัดระดับการมีผลของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถาม จะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มีผลในระดับมากที่สุด มีผลในระดับมาก มีผลในระดับปานกลาง มีผลในระดับน้อย มีผลในระดับน้อยที่สุด ตามวิธี Rating Scales (กฤษณี รื่นรัมย์, 2549) โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน ดังนี้

ระดับที่มีผล		
มีผลในระดับมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มีผลในระดับมาก	หมายถึง	4 คะแนน
มีผลในระดับปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
มีผลในระดับน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
มีผลในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อมูลการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยดังกล่าว โดยใช้เกณฑ์การแบ่งอันตรภาคชั้นออกเป็น 5 ชั้น ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	ปัจจัยมีผลในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ปัจจัยมีผลในระดับมาก
2.50 – 3.49	ปัจจัยมีผลในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	ปัจจัยมีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.49	ปัจจัยมีผลในระดับน้อยที่สุด

3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ศึกษา แผลลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และคณะ
บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 - ธันวาคม
พ.ศ. 2551 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2552 - มีนาคม พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved