

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง เชียงราย เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในดำเนินการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย พฤติกรรมในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงราย โดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ หลัก 6Ws 1H ได้แก่ ใครคือตลาดเป้าหมาย ตลาด (ผู้บริโภค) ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร และทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการรวม 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงราย ที่เคยรับประทานอาหารญี่ปุ่นภายในระยะเวลา 6 เดือน นับจากวันที่รับประทานอาหารญี่ปุ่นครั้งสุดท้าย โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและการเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างจะทำการกำหนดโดยใช้สัดส่วน (Sample Size Determination: Proportions) ซึ่งผู้ศึกษาต้องหาสัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น ในอำเภอเมืองเชียงราย โดยวิธีการสุ่มสัมภาษณ์ประชากรเบื้องต้นตามสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย (7 ราย) ห้างสรรพสินค้าอภิสแควร์ (7 ราย) ห้างสรรพสินค้าเอดิสัน (6 ราย) จำนวน 20 คน พบว่ามีผู้บริโภคเคยรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นจำนวน 16 คน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.80 และผู้ศึกษาต้องการให้การศึกษานี้มีความเชื่อมั่นได้อย่างน้อย 95% จึงทำการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากสูตรการคำนวณประชากรที่มีจำนวนไม่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

กรณีประชากรที่มีจำนวนไม่แน่นอน

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

E = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากร (p) ด้วยสัดส่วนตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน

p = สัดส่วนประชากรของลักษณะที่สนใจ

n = ขนาดตัวอย่าง

เมื่อกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ค่า Z = 1.96, E = 0.05

$$0.05 = 1.96 \sqrt{0.80(1-0.80)/n}$$

$$n = (0.80)(0.20)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$n = 245.8624$$

$$n = 246$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 246 คน จึงกำหนดขนาดของตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลคือ 250 คน และไม่ทราบถึงโอกาสของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาที่จะถูกคัดเลือกเข้ามาว่าเป็นจำนวนเท่าใด จึงสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และคัดเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นและอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงราย โดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าอภิสแควร์ เอดิสัน ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เนื่องจากเป็นห้างสรรพสินค้าใหญ่ในอำเภอเมืองเชียงราย และร้านอาหารญี่ปุ่นชินกังเซ็น (บริเวณ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง) ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูมิซูกิ (บริเวณตลาดไนท์บาซาร์) และร้านอาหารญี่ปุ่น โดเมโต้ (บริเวณริมแม่น้ำกก) เนื่องจากเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดให้บริการในปัจจุบัน (อัมพวา ไชยเหล็ก (สัมภาษณ์), 2551)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคที่เคอร์รับประทานอาหารญี่ปุ่น และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงราย ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 250 ชุด ในสถานที่ต่างๆดังนี้

สถานที่	จำนวนแบบสอบถาม (ชุด)
ห้างสรรพสินค้าอภิสแควร์	40
ห้างสรรพสินค้าเอ็ดสัน	40
ห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	50
ร้านอาหารญี่ปุ่นชินกังเซ็น	40
ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูมิซูกิ	40
ร้านอาหารญี่ปุ่น โดเมโต้	40
รวม	250

โดยแต่ละสถานที่ที่มีจำนวนแบบสอบถามที่เก็บในสัดส่วนที่เท่ากันคือ 40 ชุด ยกเว้นห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ที่เก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 50 ชุด เนื่องจากเป็นห้างขนาดใหญ่ และมีผู้คนมาใช้บริการจำนวนมากในอำเภอเมืองเชียงราย (อัมพวา ไชยเหล็ก (สัมภาษณ์), 2551)

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ซึ่งค้นคว้าได้ทางหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงราย ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ประกอบด้วยลักษณะพฤติกรรมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงราย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่พบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average) โดยวัดระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นแบบ Likert Scale มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ (กฤษทลี รื่นรัมย์, 2549: 122) ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	5	คะแนน
มาก	หมายถึง	4	คะแนน
ปานกลาง	หมายถึง	3	คะแนน
น้อย	หมายถึง	2	คะแนน
น้อยที่สุด	หมายถึง	1	คะแนน

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งอันตรภาคชั้นออกเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีผลในระดับน้อยที่สุด

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

ห้างสรรพสินค้าอภิสแควร์ เอดิสัน ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงราย
 ร้านอาหารญี่ปุ่นชินกังเซ็น (บริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง) ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูมิซูกิ (บริเวณตลาด
 ไนท์บาซาร์) และร้านอาหารญี่ปุ่น โตเมโต้ (บริเวณสะพานแม่น้ำกก) และคณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552
 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552