

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทั่วไปในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล ระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทั่วไปในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านต่างๆอันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรคือผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน ถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 11 แห่ง

##### กลุ่มตัวอย่าง และ ขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้กำหนดตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง(Sudman, 1976 : 87) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ และวิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) (กฤษชาติ เวชสาร, 2546: 146) โดยกระจายการเก็บข้อมูลในร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 11 แห่งดังนี้

- |                         |                   |
|-------------------------|-------------------|
| 1. ร้าน Rico de Rica    | จำนวน 18 ตัวอย่าง |
| 2. ร้านวาซาบิ           | จำนวน 18 ตัวอย่าง |
| 3. ร้านฮาเทหน้า         | จำนวน 18 ตัวอย่าง |
| 4. ร้าน@Kix Shabu Shabu | จำนวน 18 ตัวอย่าง |
| 5. ร้านแก๊งกิ ราเม็ง    | จำนวน 18 ตัวอย่าง |
| 6. ร้านนินจา ราเม็ง     | จำนวน 18 ตัวอย่าง |

7.ร้านโมโม ยากิ พอร์คช้อป	จำนวน 18 ตัวอย่าง
8.ร้านเมชิยะ	จำนวน 18 ตัวอย่าง
9.ร้านซามูไร บาร์	จำนวน 18 ตัวอย่าง
10.ร้านทาเบรุ	จำนวน 18 ตัวอย่าง
11.ร้านโออิชิราเม็ง	จำนวน 20 ตัวอย่าง
	<b>รวม 200 ตัวอย่าง</b>

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data)คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)และ การวัดค่าตัวแปรจะใช้ มาตรการวัดของไลเคิร์ต (Likert's Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541: 167)โดยให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจและระดับคะแนนดังนี้

ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจาก ช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	การมีผลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	การมีผลมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	การมีผลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	การมีผลน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	การมีผลน้อยที่สุด

ปัญหาที่พบในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินท์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

#### สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ ร้าน Rico de Rica

ร้านวาซาบิ ร้านฮาเททหน้า ร้าน@Kix Shabu Shabu ร้านเก็งกิราเม็ง ร้านนินจาราเม็ง ร้านโมโมยากิ พอร์คช้อป ร้านเมชิยะ ร้านซามูไรบาร์ ร้านทาเบรุ และ ร้านโออิชิราเม็ง ย่านถนนนิมมานเหมินท์

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาศึกษาทั้งหมด ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2552 ถึง กันยายน 2552 และระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามในช่วงเดือนพฤษภาคม 2552