บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ขอบเขตและวิธีการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา และวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาใช้บริการของศูนย์อาหาร ในไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งสามแห่งได้แก่ คาร์ฟูร์ โอชอง โลตัส โดยศึกษาในเรื่อง

- ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 210 คน ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และเขตที่อยู่อาศัย

- ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์อาหาร ในไฮเปอร์มาร์เก็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคว่า ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร ตลอดจนความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดของธุรกิจบริการซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย กระบวนการ และบุคลากร

- ศึกษาถึงปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการมาใช้บริการที่ศูนย์อาหารใน ไฮเปอร์มาร์เก็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย กระบวนการ และบุคลากร

2. วิธีการศึกษา

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary Source of Data)

- การสอบถามโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามผู้บริโภคที่มาใช้บริการ และรับประทานอาหารที่ศูนย์อาหาร ในไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ทั้งสามแห่ง

2. แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Source of data)

- ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร งานวิจัย สิ่งพิมพ์ และเอกสารอื่นๆ

3. กลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากวิธีดังต่อไปนี้

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆกันในแต่ละแห่ง (Equal Number Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างจากศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต ทั้ง 3 แห่ง ในจำนวนที่เท่ากัน ได้แก่

- คาร์ฟูร์	70	ตัวอย่าง
- โอชอง	70	ตัวอย่าง
- โลตัส	70	ตัวอย่าง
รวม	210	ตัวอย่าง

2. คัดเลือกโดยใช้วิธีแบบจงใจ (Purpostive sampling or Judgement sampling) คือ เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่ผู้เลือกจะทำการเลือกโดยใช้ความคิดเห็นหรือการคาดคะเนเป็นส่วนตัวว่าควรจะเลือกหน่วยใดเป็นตัวอย่างจึงจะเหมาะสมหรือเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเจาะจงยังผู้บริโภคที่ใช้บริการของศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ตโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้ที่กำลังใช้บริการศูนย์อาหาร
3. คัดเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการคอยดักสัมภาษณ์บุคคลที่ได้พบในศูนย์อาหารโดยการขอให้ผู้ที่มาใช้บริการที่ศูนย์อาหารตอบแบบสอบถาม จนได้จำนวนผู้ใช้บริการในศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ตครบตามจำนวนที่ต้องการ

โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีระเบียบวิธีในการเก็บข้อมูลดังนี้

ตารางการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งตาม สถานที่ วันและเวลา

ศูนย์อาหารคาร์ฟูร์ (ชุดแบบสอบถาม 001-070)			
วัน	เวลา	เลขที่แบบสอบถาม	จำนวนชุด
จันทร์ที่ 26 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	001-004	4
	ช่วงเย็น	021-024	4
อังคารที่ 27 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	005-008	4
	ช่วงเย็น	025-028	4
พุธที่ 28 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	009-012	4
	ช่วงเย็น	029-032	4
พฤหัสที่ 29 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	013-016	4
	ช่วงเย็น	033-036	4
ศุกร์ที่ 30 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	017-020	4
	ช่วงเย็น	037-040	4
เสาร์ที่ 1 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	041-047	7
	ช่วงเย็น	055-062	8
อาทิตย์ที่ 2 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	048-054	7
	ช่วงเย็น	063-070	8
ศูนย์อาหารโอชอง (ชุดแบบสอบถาม 071-140)			
วัน	เวลา	เลขที่แบบสอบถาม	จำนวนชุด
จันทร์ที่ 26 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	071-074	4
	ช่วงเย็น	091-094	4
อังคารที่ 27 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	075-078	4
	ช่วงเย็น	095-098	4
พุธที่ 28 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	079-082	4
	ช่วงเย็น	099-102	4
พฤหัสที่ 29 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	083-086	4
	ช่วงเย็น	103-106	4
ศุกร์ที่ 30 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	087-090	4
	ช่วงเย็น	107-110	4
เสาร์ที่ 1 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	111-117	7
	ช่วงเย็น	125-132	8
อาทิตย์ที่ 2 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	118-124	7
	ช่วงเย็น	133-140	8

ศูนย์อาหารโลตัส (ชุดแบบสอบถาม 141-210)			
วัน	เวลา	เลขที่แบบสอบถาม	จำนวนชุด
จันทร์ที่ 26 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	141-144	4
	ช่วงเย็น	161-164	4
อังคารที่ 27 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	145-148	4
	ช่วงเย็น	165-168	4
พุธที่ 28 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	149-152	4
	ช่วงเย็น	169-172	4
พฤหัสที่ 29 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	153-156	4
	ช่วงเย็น	173-176	4
ศุกร์ที่ 30 เมษายน 2542	ช่วงเที่ยง	157-160	4
	ช่วงเย็น	177-180	4
เสาร์ที่ 1 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	181-187	7
	ช่วงเย็น	195-202	8
อาทิตย์ที่ 2 พฤษภาคม 2542	ช่วงเที่ยง	188-194	7
	ช่วงเย็น	203-270	8

โดยในการเก็บข้อมูลนั้นจะนำตารางนี้ใช้ในการเก็บข้อมูลกับไฮเปอร์มาร์เก็ตแต่ละแห่งโดยจะเก็บในวันและเวลาเดียวกัน และจะเฉลี่ยเก็บเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ และโปรแกรม SPSS/PC$^+$ ช่วยในการประมวลผลข้อมูล

5. สถิติที่ใช้

1. สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)โดยทั้งนี้จะวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูป

- ความถี่ (Frequency)
- ร้อยละ (Percentage)
- มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean)

2. สถิติวิเคราะห์ที่ไม่เป็นตัวแปร (Non Parametric Statistics) ได้แก่

- ค่าไคสแควร์ (Chi - Square Test)
- Oneway – ANOVA

โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่แสดงความคิดเห็นดังนี้

- ในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาใช้บริการที่ศูนย์อาหารจะมีระดับคะแนน ตามแนวความคิดของ Likert Scale ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน 1	หมายถึง	ไม่สำคัญ
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	สำคัญน้อย
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	สำคัญมาก

- ในส่วนของปัญหาที่พบจากการมาใช้บริการที่ศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต จะมีระดับคะแนนของปัญหาที่พบดังนี้

ระดับคะแนน 1	หมายถึง	ไม่พบปัญหา
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	พบปัญหาน้อย
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	พบปัญหาปานกลาง
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	พบปัญหามาก

โดยช่วงระดับคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

1.00-1.75	=	ไม่สำคัญ หรือ ไม่พบปัญหา
1.76-2.50	=	สำคัญน้อย หรือ พบปัญหาน้อย
2.51-3.25	=	สำคัญปานกลาง หรือ พบปัญหาปานกลาง
3.26-4.00	=	สำคัญมาก หรือ พบปัญหามาก

ซึ่งสามารถคำนวณหาได้จาก คะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่เป็นไปได้ เท่ากับ 4.00
คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่เป็นไปได้ เท่ากับ 1.00

ดังนั้น จึงแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 4 ช่วงดังนี้ (4.00 - 1.00)/4 เท่ากับ ช่วงละ 0.75

6. สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

7. ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาหัวข้อการวิจัยนี้ใช้เวลา 9 เดือน ในระหว่าง เดือนตุลาคม 2541 ถึง มิถุนายน 2542

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University