

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

การศึกษานี้ ต้องการศึกษาดังพฤติกรรมของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ในการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน ประกอบด้วย เวลาที่ใช้บริการ ความถี่ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง การเลือกร้านบริการ การมีร้านประจำ ผู้ชักชวนหรือตัดสินใจในการเลือกร้านบริการ เป็นใคร เช่น หัวหน้าครอบครัว แม่บ้าน ลูก เพื่อน หัวหน้าที่ทำงาน หรือรับรองแขก นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงปัจจัยภายนอกที่เป็นปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการรวม 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์และบริการ สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคลากร

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสถานที่ที่ใช้ในการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะเลือกสอบถามจากสถานที่ทำงาน สถานประกอบการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น หน่วยงานราชการ สถานศึกษา สถานพยาบาล บริษัทห้างร้าน ตลาด ศูนย์การค้า ตลอดจนองค์กรรัฐวิสาหกิจต่างๆ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลในรูปเอกสาร บทความวิชาการ สถิติข้อมูลของหน่วยงานรัฐ และเอกชน รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งรวบรวมได้จากหนังสือตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ขอบเขตประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีทะเบียนบ้านอยู่ในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีกำลังซื้อ และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ จำนวน 160,139 คน แบ่งเป็น ชาย 75,246 คน หญิง 84,893 คน (สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนครเชียงใหม่, 2545)

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนมาก จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนประชากรดังกล่าว และเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้วิธีเปิดตารางกำหนดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ของ Herbert Askın and Raymond R. Colton (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2543) ได้ขนาดตัวอย่าง 321 คน

3.3.3 วิธีสุ่มตัวอย่าง

โดยการสุ่มตัวอย่างแยกเป็น 4 อาชีพ คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ และแบ่งสัดส่วนของคนในแต่ละอาชีพ เป็นชายและหญิงเท่าๆกัน และเพื่อให้จำนวนตัวอย่างที่แบ่งเก็บตามกลุ่มอาชีพ และเพศมีจำนวนเท่ากัน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษานี้เพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง ดังรายละเอียดแสดงในตาราง

ตาราง ข แสดงจำนวนตัวอย่างที่จัดเก็บแยกเป็นอาชีพและเพศ

อาชีพ	ชาย(คน)	หญิง(คน)	รวม(คน)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	50	50	100
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	50	50	100
นักเรียน / นักศึกษา	50	50	100
อาชีพอิสระ / เจ้าของกิจการ	50	50	100
รวม	200	200	400

3.4 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ โดยเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกประเภทของร้านอาหารที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการ อัตราความถี่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง การมีร้านประจำผู้ชักชวน และการตัดสินใจเลือกร้านบริการ โดยเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง รวม 7 ด้าน ได้แก่ ผลិតภัณฑ์และการบริการ สถานที่ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคลากร

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ได้กำหนดขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่ถูกต้องสมบูรณ์ มีความเที่ยงตรงตามประเด็นที่ศึกษา สำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามต่อไป

2. รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่มีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยการสุ่มตัวอย่างอาชีพ 4 อาชีพ คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ ในจำนวนเท่า ๆ กันและทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ทำงาน สถานประกอบการ ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น หน่วยงานราชการ สถานศึกษา สถานพยาบาล บริษัทห้างร้าน ตลาด ศูนย์การค้า ตลอดจนองค์กรรัฐวิสาหกิจต่างๆ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งก่อนแจกแบบสอบถามจะถามกลุ่มเป้าหมายทุกครั้งก่อนว่า มีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่หรือไม่เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ รวมทั้งจะต้องเป็นผู้ที่ยังไม่เคยตอบแบบสอบถามนี้มาก่อน

3. เมื่อรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามครบตามจำนวนแล้ว จึงได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถามแต่ละชุดจนครบทุกชุด แล้วตรวจให้คะแนนพร้อมลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด

4. ทำการบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Window (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

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

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

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม 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

3.7 ระยะเวลาการศึกษา

เดือนตุลาคม 2545 ถึง เดือนเมษายน 2546