

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหาร อิสลามของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.นนทบุรี ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยในเขตพื้นที่ อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี ซึ่งมีร้านอาหารอิสลามที่มีชื่อเสียงอยู่ทั้งสิ้น 4 ร้าน ได้แก่

1. ร้านไอชะฮ์
2. ร้านอาอิชะห์
3. ร้านมานิดโกชนา
4. ร้านฮาวาโกชนา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ เนื่องจากในแต่ละวันมีจำนวนของผู้ที่มารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามไม่เท่ากัน อีกทั้งยังมีบางช่วงที่มีจำนวนผู้บริโภคลดลงเป็นอย่างมาก เช่นในช่วงเดือนรอมฎอนหรือเดือนที่มุสลิมต้องถือศีลอดซึ่งจะตรงกับช่วงเดือนตุลาคมนั้น จำนวนผู้บริโภคก็จะลดลงอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นมุสลิมไม่สามารถบริโภคอาหารหรือน้ำดื่มได้ ตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นไปจนกว่าพระอาทิตย์จะตกดิน ดังนั้นในช่วงเวลาดังกล่าวก็จะมีเพียงกลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช่มุสลิมเท่านั้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ต้องใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Indefinite Population) ซึ่งได้ประมาณการจำนวนประชากรไว้ 1,200 คน/วัน และเมื่อนำมาเทียบกับตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเคร็ชชีและมอร์แกน ก็จะได้กลุ่มตัวอย่าง 291 ตัวอย่าง โดยในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ตัวอย่าง เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยในการเก็บข้อมูลจะทำการแจกแบบสอบถามให้ผู้ที่เข้ามารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามทั้ง 4 แห่ง ๆ ละ 75 ตัวอย่าง ซึ่งจะแบ่งเป็นช่วงเวลาดังนี้

ช่วงเช้า	เวลา 07.30-11.00	จำนวนแบบสอบถาม 5 ชุด
ช่วงเที่ยง	เวลา 11.00-13.00	จำนวนแบบสอบถาม 5 ชุด
ช่วงเย็น	เวลา 13.00-19.30	จำนวนแบบสอบถาม 5 ชุด

โดยจะทำการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เสาร์ และวันอาทิตย์ ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลร้านละ 5 วัน จึงจะครบร้านละ 75 ตัวอย่าง รวมเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 20 วัน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างแน่นอน (Structured Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) ทั้งหมด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เป็นสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารอิสลามในเขต อ.เมือง จ.นนทบุรี โดยสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ซึ่ง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

การรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง(Structured Questionnaires) โดยผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีรับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลาม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรีทั้งหมด 4 แห่ง ๆ ละ 75 ชุด โดยทำการขออนุญาตเจ้าของร้านอาหารอิสลามจำนวน 4 ร้าน ในการเก็บแบบสอบถาม หลังจากผ่านการอนุญาตจากทางร้านทั้ง 4 ร้าน ให้อนุญาตให้เก็บแบบสอบถามระหว่างวันที่ 19-22 มิถุนายน 2549

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา เอกสาร ตัวอย่างงานวิจัย หนังสือ บทความ ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลจากเว็บไซต์ด้วย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 300 ตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS for Window) สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ซึ่งมีดังนี้

1. ความถี่ (Frequency)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. อัตราร้อยละ (Percentage)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
5. ค่าไคสแควร์

โดยในส่วนของในส่วนของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดนั้น จะเป็นลักษณะของมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) (สุปัญญา ไชยชาญ, 2542: 74) โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนดังนี้

สำคัญมากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	4
สำคัญมาก	มีคะแนนเท่ากับ	3
สำคัญน้อย	มีคะแนนเท่ากับ	2
สำคัญน้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	1

การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 4 ระดับ (อุเทน ปัญญา, 2539: 236) จากช่วงคะแนนต่อไปนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
3.26 – 4.00	มากที่สุด
2.51 – 3.25	มาก
1.76 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.75	น้อยที่สุด