

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี” เพื่อหาคำตอบว่ากลยุทธ์การตลาดวิธีใดมีผลต่อยอดขายและจำนวนผู้บริโภครที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี

รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางโดยวัดครั้งเดียว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Sectional Study) จึงได้เสนอวิธีการและการออกแบบงานวิจัยสำหรับการศึกษารื่องดังกล่าวตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ประชากรและการเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ทำการแบ่งขนาดตัวอย่างแบบ (Quota Sampling) และแบ่งสัดส่วนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 21 ราย โดยสำรวจตามเส้นทางหลักและสุขุมวิทในแหล่งชุมชนตามอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีและกลุ่มผู้บริโภครที่ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 210 ราย โดยสอบถามผู้บริโภครที่มาใช้บริการภายในร้านที่มีจำนวนมาก และจำนวนน้อยผู้บริโภครที่มาใช้บริการในแต่ละร้านจะมีจำนวนไม่เท่ากัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ข้อมูลจากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาด และโอกาสประสบความสำเร็จของธุรกิจร้าน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม การวิจัยเชิงสำรวจนี้ใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษาคือ แบบสอบถามสำหรับการสร้างแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary Source) เป็นการสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยการพูดคุย สัมภาษณ์ และศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของกิจการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยเก็บรวบรวมเป็นเอกสาร บทความจากหนังสือ ผลงานวิจัย ตลอดจนความคิดเห็นจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ เว็บไซต์ และรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ จากห้องสมุดของสถาบันการศึกษา แหล่งข้อมูลสาธารณะเป็นต้น

ข้อมูลสำคัญ ๆ ที่รวบรวมมาได้นั้น นำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ระบุตัวแปรและตั้งคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษาและประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบหรือสองคำตอบ (Multiple Choice Questions and Dichotomous Questions) ทั้งนี้ ส่วนคำถามแบบปลายเปิด จะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ ผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามดังนี้

1. แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร ประเภทของธุรกิจร้านอาหาร ความรู้ทางธุรกิจทางร้านอาหาร บิдамารดาเคยประกอบธุรกิจร้านอาหารมาก่อน แหล่งเงินทุน ระยะเวลาการดำเนินงาน ประเภทสถานที่ ยอดขายต่อเดือน จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มี 15 ข้อ ด้านราคามี 5 ข้อ ด้านการจัดจำหน่าย มี 9 ข้อ และ ด้านโปรโมชันมี 13 ข้อ โดยมีการตอบคำถามความคิดเห็นโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 คะแนน (5 – Point Likert Scale) ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ลูกค้านักของร้าน จะเน้นบริการลูกค้า การตั้งราคาเปรียบเทียบคู่แข่ง การชำระเงิน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ขายดี วัตถุดิบ การสั่งซื้อ การเก็บรักษา การจ้างพ่อครัว จุดเด่นของร้าน จำนวนพนักงาน การรองรับการใช้บริการ จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน การเปรียบเทียบยอดขาย ความประสบความสำเร็จในธุรกิจ จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 4 ลักษณะปัญหา, อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

2. แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เวลาที่รับประทานอาหาร ความถี่ในการรับประทานอาหาร สาเหตุที่ไปรับประทานอาหาร พาใครไปรับประทานอาหาร สาเหตุที่รับประทานอาหาร รูปแบบอาหารที่รับประทาน ลักษณะอาหารที่สนใจ ประเภทอาหารที่สนใจ ระดับราคาอาหาร ราคาอาหารแต่ละมื้อ ใช้ระยะเวลาในการรับประทาน สถานที่ร้านที่ใช้บริการ รูปแบบร้านอาหารที่ชอบ ปัจจัยที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหาร โปรโมชันที่สนใจ จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มี 20 ข้อ ด้านราคามี 7 ข้อ ด้านการจัดจำหน่าย มี 11 ข้อ และ ด้านโปรโมชันมี 17 ข้อ โดย มีการตอบคำถามความคิดเห็นโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ลักษณะปัญหา, อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และได้หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของคอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้สูตรดังนี้

$$R_{\alpha} = \frac{k}{k-1} \left(\frac{1 - \sum Si^2}{St^2} \right)$$

เมื่อ r_{α} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum Si^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของข้อสอบแต่ละข้อ

St^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทุกข้อทั้งในส่วนที่ต้องการ

ในส่วนของผู้ประกอบการ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ในส่วนข้อคำถามที่วัด กลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้จำแนกค่าความเชื่อมั่นตามองค์ประกอบ 4 ด้าน ในภาพรวม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9435 เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8905
2. ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8628
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้งมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7271
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9406

ในส่วนของผู้บริโภค

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ในส่วนข้อคำถามที่วัด กลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้จำแนกค่าความเชื่อมั่นตามองค์ประกอบ 4 ด้าน ในภาพรวม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9550 เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8791
2. ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7983
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้งมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8606
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9193

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลตามสะดวก โดยไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพและร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพจำหน่าย ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้เวลา 2 สัปดาห์ จำนวนรวมทั้งหมด 210 รายโดยใช้การสุ่มตัวอย่างกระจายตามช่วงอายุ โดยการขอสอบถามพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามกับผู้จัดการสาขาที่ดูแลในแต่ละร้านและพนักงานเสิร์ฟด้วย เพราะพนักงานเสิร์ฟสามารถสื่อสารกับผู้บริหารได้โดยตรงและทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคขณะสั่งอาหารเพื่อสุขภาพมารับประทาน จึงได้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหารอย่างแท้จริง ซึ่งเก็บในช่วงเวลาการเก็บคือ 10.30-18.00 น. ส่วนผู้บริโภคจะเก็บช่วงเวลา 12.00-20.00 น. เพราะเป็นเวลาที่ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด ซึ่งสามารถสอบถามและแนะนำข้อคำถามเป็นกลุ่มๆ ได้ จึงใช้เวลาการให้คำแนะนำไม่นานและได้ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาจัดทำดังนี้

1. ประมวลผลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อแปลความหมายของข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว เพื่อนำมาทำรายงานผลการวิจัยในขั้นต่อไป ดังนี้
 - 1.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และความถูกต้องของแบบสอบถาม
 - 1.2 บันทึกข้อมูลที่ป้อนรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์
 - 1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
 - 1.4 ประมวลผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย
2. การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไคสแควร์ สถิติ t-test และ สถิติ F-test
3. กำหนดการให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบสเกลการวัดความคิดเห็นโดยการใช้มาตราส่วนประมาณค่า ดังนี้

5 คะแนน มากที่สุด

4 คะแนน มาก

3 คะแนน ปานกลาง

2 คะแนน น้อย

1 คะแนน น้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบเสกการวัดความคิดเห็น โดยการประเมินค่าจาก

สูตร คือ

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด