

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษาวิจัย วิธีการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรคือผู้ที่บริโภคกาแฟสดตามร้านกาแฟที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่นอนว่ามีจำนวนผู้นิยมดื่มกาแฟสด และไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่ซื้อกาแฟสดจากร้านจำหน่ายกาแฟสดอย่างชัดเจน

1.2 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

(1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของตราสินค้าของกาแฟสดในร้านกาแฟที่ดื่มในปัจจุบัน ชนิดของกาแฟสด สถานที่ ลักษณะในการบริโภค ความถี่ในการบริโภคกาแฟสด ผู้ที่บริโภค ผู้มีส่วนร่วมในการบริโภค

(2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- ปัจจัยภายนอกโดยเน้นแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Expanding Marketing Mix for Services) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการหรือขั้นตอนของการให้บริการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence)

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนว่ามีจำนวนผู้นิยมดื่มกาแฟสด และไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่ซื้อกาแฟสดจากร้านจำหน่ายกาแฟสดอย่างชัดเจน จึงกำหนดขนาดกลุ่มประชากร

ตัวอย่างผู้ที่บริโภคกาแฟสดจากร้านกาแฟสดที่ 300 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) และมีการกระจายการเก็บตัวอย่างตามช่วงเวลาต่างๆ (เช้า กลางวัน เย็น) โดยไม่มีชื่อ ผู้ตอบ
ในวงเล็บ
(non-)

โดยสอบถามข้อมูลจากลูกค้าที่กำลังใช้บริการในร้านกาแฟสดจำนวน 10 ร้าน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ร้านที่ดำเนินงานเป็นระบบแฟรนไชส์ จำนวน 5 ร้าน และร้านกาแฟสดตราสินค้าท้องถิ่น จำนวน 5 ร้าน

โดยจะคัดเลือกร้านกาแฟสดระบบแฟรนไชส์ที่มีการขายกาแฟเป็นหลัก ดังนั้นจึงคัดเลือกร้านที่จำหน่ายเฉพาะกาแฟสด ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีแบบแผนการดำเนินงานของร้านชัดเจนเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง จำนวน 5 ร้าน ได้แก่

1. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ สาขา จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน 30 ตัวอย่าง
2. ร้านบอง คาเฟ่ สาขา จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน 30 ตัวอย่าง
3. ร้านคอฟฟี่ เวลด์ สาขา จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน 30 ตัวอย่าง
4. ร้านแบดส์ แคนยอน สาขา จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน 30 ตัวอย่าง
5. ร้านกาแฟลาวี สาขา ถนนนิมมานเหมินทร์	จำนวน 30 ตัวอย่าง
รวม	150 ตัวอย่าง

และร้านกาแฟสดตราสินค้าท้องถิ่น ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไปและจดทะเบียนการค้าประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยระบุสินค้าหลักที่จำหน่ายเป็นกาแฟสด ณ ปี 2544 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ร้าน (จากการสำรวจจากการจดทะเบียนการค้าของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2545) ได้แก่

1. ร้านหวานละมุน	จำนวน 30 ตัวอย่าง
2. ร้าน Good Friend	จำนวน 30 ตัวอย่าง
3. ร้าน โบดี คาเฟ่	จำนวน 30 ตัวอย่าง
4. ร้านบ้านกาแฟ San Francisco	จำนวน 30 ตัวอย่าง
5. ร้าน แคน	จำนวน 30 ตัวอย่าง
รวม	150 ตัวอย่าง

3. วิธีการศึกษา

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล (ที่มา _____)

(๑) (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามจากลูกค้าที่กำลังใช้บริการในร้านกาแฟสดจำนวน 10 ร้าน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

ร้านที่ดำเนินงานเป็นระบบแฟรนไชส์ จำนวน 5 ร้าน และร้านกาแฟสด คราตินค้าท้องถิ่น จำนวน 5 ร้าน ดังกล่าว

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ได้แก่ ใครที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคว่าอย่างไร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรที่ให้บริการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการทางสถิติ และเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้ตารางประกอบการบรรยายที่ได้จากค่าสถิติตามส่วนต่างๆที่ศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค

ทั้ง 3 ส่วนมีการใช้ค่าสถิติ คือ ความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage)

5. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 4 เดือน มกราคม – เมษายน 2546