

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล ระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

3.1.2 ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรคือผู้บริโภคร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้กำหนดตัวอย่าง 220 ตัวอย่าง (Sudman, Seymour 1976 : 87) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) (คุณทลี เวชสาร, 2546: 146) โดยทำการเก็บข้อมูลในร้านกาแฟทุกร้านในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แอร์พอร์ต เชียงใหม่ จำนวน 11 แห่ง ได้แก่

- | | |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. ร้านสตาร์บัค คอฟฟี่ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 2. ร้านกาแฟวาวิ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 3. ร้านกาแฟคอฟฟี่เวิร์ล สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 4. ร้านChic Café | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 5. ร้านcoffee 4 u สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 6. ร้าน Mag coffee | จำนวน 20 ตัวอย่าง |

- | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 7. ร้านกาแฟคอดอยช้าง สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 8. ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 9. ร้าน The Aries coffee | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 10. ร้าน Segafredo Zanetti Espresso | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| 11. ร้าน Blue Cup Coffee | จำนวน 20 ตัวอย่าง |
| | รวม 220 ตัวอย่าง |

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

- 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 220 ราย
- 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลออนไลน์โดยการสืบค้นข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทั่วไปในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แอร์พอร์ต เชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และ ข้อเสนอแนะ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวัดค่าตัวแปรจะใช้ มาตรการของไลเคิร์ต (Likert's Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541: 167) โดยให้ระดับที่มีผลและระดับคะแนนดังนี้

ระดับที่มีผล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

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

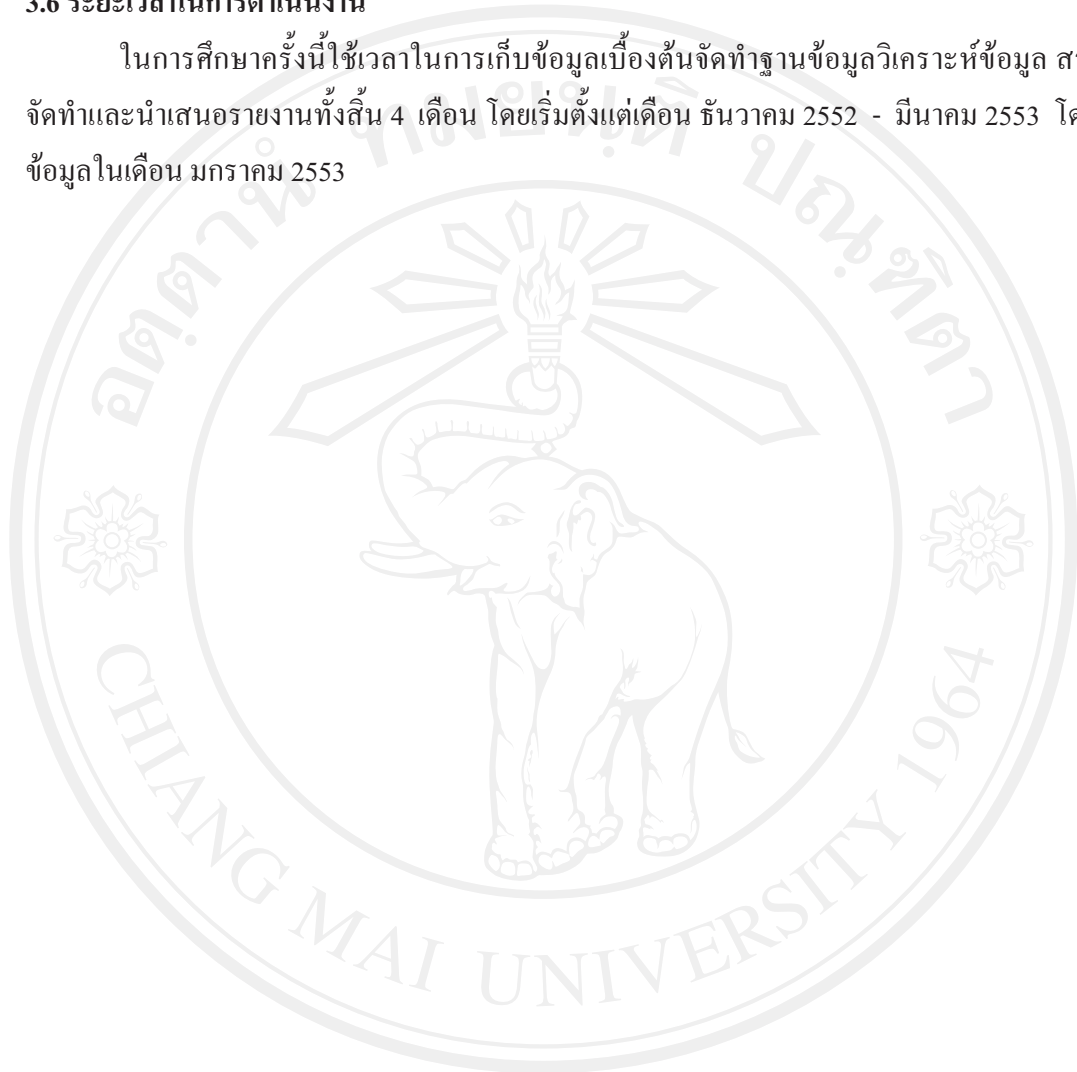
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ร้านสตาร์บัคคอฟฟี่ ร้านกาแฟแพววิ ร้านกาแฟคอฟฟี่เวิร์ล ร้าน Chic Café ร้าน Coffee 4 u ร้าน Mag coffee ร้านกาแฟดอยช้าง ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ร้าน The Aries coffee ร้าน Segafredo Zanetti Espresso ร้าน Blue Cup Coffee ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเบื้องต้นจัดทำฐานข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลจัดทำและนำเสนอรายงานทั้งสิ้น 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2552 - มีนาคม 2553 โดยเก็บข้อมูลในเดือน มกราคม 2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved