

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา ขอบเขตจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการศึกษา การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ที่เกี่ยวกับสถานะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่เคยพบในการใช้บริการร้านกาแฟ

3.2 ขอบเขตประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ใช้บริการ จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 300 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับผู้ใช้บริการร้านกาแฟที่ตั้งอยู่บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอัตราส่วนเพศชายต่อเพศหญิงที่เก็บได้จริงคือ เพศชาย 228 คน และเพศหญิง 72 คน

3.3 วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data)** โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ทำการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ที่ผู้บริโภคเคยพบในการใช้บริการร้านกาแฟ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยใช้ Cluster Analysis ด้วยวิธี K-Mean ซึ่งมีปัจจัยที่มีผลต่อการแบ่งกลุ่มได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการได้แล้วจึงวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประเมินค่าแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล โดยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มาก	หมายถึง	4 คะแนน
น้อย	หมายถึง	3 คะแนน
น้อยที่สุด	หมายถึง	2 คะแนน
ไม่มีผล	หมายถึง	1 คะแนน

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ย จะได้ค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 คะแนน ซึ่งมีความหมายแทนระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการใช้บริการร้านกาแฟ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความคิดเห็นดังกล่าวไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย การแปลความหมาย

4.50 – 5.00	ปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในระดับมาก
2.50 – 3.49	ปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในระดับน้อย
1.50 – 2.49	ปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในระดับน้อยที่สุด
1.00 – 1.49	ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

3. ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัญหาที่ผู้บริโภคเคยพบในการใช้บริการร้านกาแฟ แบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

3.5 ระยะเวลาและสถานที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาใช้เวลาประมาณ 6 เดือนระหว่างเดือน 1 พฤศจิกายน 2549 ถึง 30 เมษายน 2550 เก็บข้อมูลช่วง เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม 2550

สถานที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่