

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยเป็นการวิจัย 2 ช่วงดังนี้ ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และช่วงที่ 2 ขึ้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด ซึ่งมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยที่จะนำเสนอ ดังนี้

1. ขั้นตอนการวิจัย
2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขั้นตอนการวิจัย

ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัย ตำราวิชาการที่เกี่ยวข้อง และศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. นำผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปจัดลำดับความสำคัญของพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

ช่วงที่ 2 ขึ้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด

1. ร่างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการจัดสรรทุนกลุ่ม

2. สร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ด้วยการจัดสรรทุนกลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ทั้ง 4 ประเด็นที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ดังนี้

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 2.2 ด้านราคา
- 2.3 ด้านการจัดจำหน่าย
- 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด

ประชากร

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟคั่วบด ที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่

1. ร้านเบตส์แคนยอน (Black Canyon) ชั้น 2 ของห้างบิ๊ก ซี สาขาจังหวัดนครสวรรค์
2. ร้านคอฟฟี่ บลูม (Coffee Boom) ทางขึ้นไปชั้น 2 ของห้างบิ๊ก ซี สาขาจังหวัดนครสวรรค์
3. ร้านบ้านซากาแฟ ถนนรังสิตโยทัย ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
4. ซุ้มกาแฟสด เมืองวิทยาลัยเทคนิค ถนนสวรรค์วิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์
5. ร้านกรุ่นกลิ่นกาแฟสด ถนนอารักษ์ ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
6. ร้านบลูเบอร์รี่ ถนนอารักษ์ ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
7. ร้านกาแฟสด ป๊อมน้ำมันเอสโซ่ ตรงข้ามโรงเรียนนวมินทราชูทิศ มัชฌิมถนนพหลโยธิน ตำบลวัดไพร อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
8. ร้านคอฟฟี่ पार्टी (Coffee Party) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ถนนสวรรค์วิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟสด ที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในร้านกาแฟสดจำนวน 8 ร้านๆ ละ 10 คน รวมจำนวน 80 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ

ช่วงที่ 2 ชั้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด

ประชากร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน

โดยเสนอร่างสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดให้ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ตรวจสอบความเหมาะสมและประสิทธิผล ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี/ระดับสูงกว่าขึ้นไปด้านการบริหารจัดการ
2. มีประสบการณ์ด้านการตลาดหรือธุรกิจกาแฟสด
3. ปฏิบัติงานในตำแหน่งเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจกาแฟสดอย่างน้อย 2 ปี

ซึ่งมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. นายศิริชัย ลิ้มถาวร บริษัท ขจรเกียรติกาแฟ จำกัด
2. นางสาวกวนันท์ พงษ์ประดิษฐ์ ร้านคอฟฟี่ ปาร์ตี้
3. นางสาวอุษณีย์ ทองอำไพ ร้านบ้านชากาแฟและไทกาแฟ

นครสวรรค์

4. นายมารุต โรจน์สุนิษกร โรงงานโมจิ เอ็ม.เอ็ม.
5. นายนวพร โรจน์สุนิษกร ผู้จัดการร้านโชคดี โมจิ เอ็ม.เอ็ม.
6. นางสาวโสรายา เกษศิลาปี ร้านแบล็คแคนยอน สาขา

นครสวรรค์

7. นายพัลลภ สิริอด ร้านแบล็คแคนยอน สาขา

นครสวรรค์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สถานภาพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นแบบตรงคำตอบ (Check list) มีทั้งหมด 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดลำดับกลยุทธ์ 4 Ps ของธุรกิจกาแฟสด ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 อันดับ ซึ่งมีค่าคะแนนดังนี้ (ประคอง กระมณสูตร.2535 :154)

| | | | |
|-----------------------|-----|---|-------|
| มีผลมากที่สุด | ได้ | 5 | คะแนน |
| มีผลมาก | ได้ | 4 | คะแนน |
| มีผลปานกลาง | ได้ | 3 | คะแนน |
| มีผลน้อย | ได้ | 2 | คะแนน |
| ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ | ได้ | 1 | คะแนน |

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์การวิจัย
2. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแบบสอบถาม วิธีสร้าง เทคนิคการเขียน การวัดและการประเมินผล
3. ร่างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไข
5. การหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เป็นผู้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ระเบียบวิธีวิจัยและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิดังนี้
 1. รศ.ดร.ธานี เกสทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 2. ผศ.ปรีชา สนธิรักษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 3. ผศ.ธนศ มีศรีสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 4. นายศิริชัย ลิ้มถาวร บริษัท ขงรเกียรติกาเฟ จำกัด
 5. นางสาวอุษณีย์ ทองอำไพ ร้านบ้านชาคาเฟ่, โทกานเฟ่ สาขานครสวรรค์

ซึ่งเกณฑ์การประเมินตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ค่าความตรง (Index Of Congruence : IOC) ไม่น้อยกว่า 0.60 ทุกข้อ
6. การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability test) ของแบบสอบถามโดยการทำ Try Out กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ที่เป็นผู้บริโภคคาเฟ่โดยทั่วไปในจังหวัดชัยนาทและไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีหาค่า Alpha Coefficient ของ Cronbach (บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ. 2531 : 138) และได้ค่าเท่ากับ 0.87
7. จัดทำแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อนำไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ประสานโดยตรงกับผู้ประกอบการร้านกาแฟสด 8 ร้านที่กำหนดไว้เป็นกลุ่มประชากร โดยชี้แจงและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

2. ผู้วิจัยมอบแบบสอบถามไว้กับทางร้านทั้ง 8 ร้าน ๆ ละ 15 ฉบับ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้พนักงานในร้านช่วยแจกแบบสอบถามและรวบรวมไว้ให้ โดยผู้วิจัยกำหนดวัน เวลาในการไปรับแบบสอบถามคืนตามกรอบของขอบเขตเวลาของการวิจัย
3. การเก็บข้อมูลดังกล่าวนี้ได้จัดกระทำภายในเดือน สิงหาคม – กันยายน 2548
4. ผู้วิจัยได้แบบสอบถามกลับคืนสมบูรณ์ทั้ง 120 ฉบับ แต่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์เพียง 80 ฉบับ ตามที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้กำหนดแนวคำตอบเป็น 5 ระดับ คือ (ประคอง กรรณสูตร, 2535: 159)

- ค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 - 5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด
- ค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 - 4.49 หมายถึง มีผลมาก
- ค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 - 3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง
- ค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 - 2.49 หมายถึง มีผลน้อย
- ค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)