

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย ขอบเขตของการศึกษาวิจัย วิธีการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้จะมุ่งเน้นการติดตามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีการออกแบบสอบถามไปยังผู้ที่กำลังใช้บริการอยู่ในร้าน โดยจะคัดเลือกจากร้านกาแฟที่เป็นระบบแฟรนไชส์ดังกล่าวยังข้างต้นได้แก่

1. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ สาขา เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	ตัวอย่าง
2. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ สาขา เซ็นทรัล ซิตลม	10	ตัวอย่าง
3. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ สาขา โซโก้	10	ตัวอย่าง
4. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ สาขา เซ็นทรัล บางนา	10	ตัวอย่าง
5. คอฟฟี่ เวิลด์ สาขา มานูญครอง	10	ตัวอย่าง
6. คอฟฟี่ เวิลด์ สาขา ซีคอน	10	ตัวอย่าง
7. คอฟฟี่ เวิลด์ สาขา เซ็นเตอร์พ้อยท์	10	ตัวอย่าง
8. คอฟฟี่ เวิลด์ สาขา สีลม	10	ตัวอย่าง
9. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ บาร์ สาขา เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	ตัวอย่าง
10. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ บาร์ สาขา สยามคฟิสคัฟเวอร์	10	ตัวอย่าง
11. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ บาร์ สาขา เอ็มโพเรียม	10	ตัวอย่าง
12. ร้าน โอ บอง แปง สยามเซ็นเตอร์	10	ตัวอย่าง
รวม	120	ตัวอย่าง

ร้านแฟรนไชส์ทั้งหมดรวม 12 ร้านด้วยกัน และกลุ่มตัวอย่าง 120 ตัวอย่าง

การเก็บตัวอย่างจะใช้เชิงคุณภาพเป็นหลักในการกำหนดขนาดตัวอย่างตามความเหมาะสม การเลือกตัวอย่างใช้วิธีตามแบบสะดวก (Accidental Sampling)⁹ โดยกำหนดให้สุ่มตัวอย่างเป็นชาย 50% และหญิง 50 % ตามแต่ละร้านที่เข้าไปเก็บตัวอย่าง

⁹ ดร.กฤษณะ เวชการ “การวิจัยตลาด” การกำหนดขนาดของตัวอย่าง (กรุงเทพฯ ๗ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ,2540).

3.2 วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดย 2 วิธีดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการออกแบบสอบถามไปยังผู้ที่กำลังใช้บริการร้านกาแฟเป้าหมาย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ เช่น โบรชัวร์ที่แจกภายในร้าน หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ หนังสือ “รินหัวใจใส่ธุรกิจ”¹⁰

ทำการประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS version 9.01 for Windows โดยการหาค่าอัตราร้อยละ มีรายงานตารางแจกแจง และค่าเฉลี่ยของค่าลำดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและบริการกับข้อมูลเฉพาะตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 9.01 for Windows และการใช้ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบ ตาราง (Table) ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับลักษณะคำถาม ในข้อ 3.8 เป็นคำถามให้เลือก 7 ระดับ เป็นแบบสอบถามแบบ Likert scale¹¹ คือ

ระดับความสำคัญ	คะแนน
ลำดับที่ 1	7
ลำดับที่ 2	6
ลำดับที่ 3	5
ลำดับที่ 4	4
ลำดับที่ 5	3
ลำดับที่ 6	2
ลำดับที่ 7	1

¹⁰ สายฟ้า พลาวยุ . รินหัวใจใส่ธุรกิจ สตาร์บัคส์ กาแฟบ้านสื่อโลก. กรุงเทพฯ : บริษัทเออาร์บิสสินสเพรส, 2541

¹¹ คุณเจลี เวชสาร, “การวิจัยการตลาด.” (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540) หน้า 108

การกำหนดคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ¹² โดยการกำหนดคะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด	1.00-2.19
น้อย	2.20-3.39
ปานกลาง	3.40-4.59
มาก	4.60-5.78
มากที่สุด	5.79-7.00

¹² กุณชาติ เวชสาร, "การวิจัยการตลาด." (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540) หน้า 108