

บทที่ 3

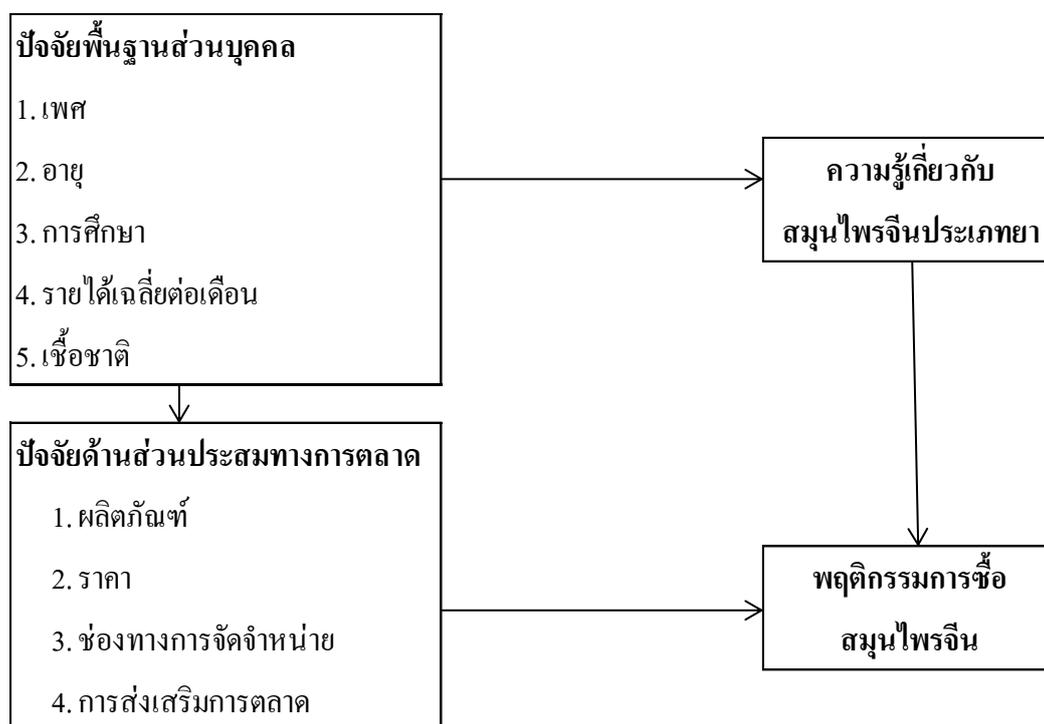
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ
สมุนไพรมูลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” นี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความรู้ของ
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อสมุนไพรมูล และศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรมูล โดยการศึกษาครั้งนี้มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ
ศึกษาดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา
- 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรจีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ลูกค้าที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อสมุนไพรจีนทั้งชายและหญิง ที่อาศัยอยู่ในเขต

กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง เป็นส่วนหนึ่งของประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยเลือกขึ้นมาเป็นตัวแทนในการ
 วิจัยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากเขตสัมพันธวงศ์
 ซึ่งเป็นเขตที่ตั้งของถนนเยาวราชและเป็นแหล่งขายสมุนไพรจีนที่ใหญ่ที่สุดที่มีลูกค้าเดินทางไปซื้อ
 มากที่สุดในประเทศไทย โดยจะเริ่มทำการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้าออกร้านขายยา
 สมุนไพรจีน

ผู้วิจัยจะใช้วิธีให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนด้วยตนเอง โดยมีผู้วิจัยคอยให้คำแนะนำหาก
 ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยในคำถามสำหรับการกำหนดขนาดของตัวอย่างจากการประมาณที่
 ให้ค่าขนาดตัวอย่างที่มากที่สุด โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$n = (Z^2_{1-\alpha/2})/4E^2$$

เมื่อ	n	:	จำนวนของแบบสอบถาม
	E	:	ค่าความผิดพลาดในการสรุปสูงสุด
	1- α	:	ระดับความเชื่อมั่น หรือ ระดับนัยสำคัญ
	$Z_{1-\alpha/2}$:	ค่าที่ได้จากตารางสถิติ Z เป็นค่าคะแนนมาตรฐานจากการ กำหนด ระดับความเชื่อมั่น

ในการศึกษารั้งนี้จะกำหนดให้มีความผิดพลาดในการสรุปสูงสุด (E) ไม่เกิน 0.05 ที่
 ระดับความเชื่อมั่น 95% (ซึ่งจะได้คะแนนมาตรฐาน $Z = 1.96$) สามารถคำนวณตัวอย่างของกลุ่ม
 ตัวอย่างขั้นต่ำตามสูตรดังกล่าวได้ดังนี้

$$n = 1.96^2 / 4(0.05)^2 = 384.16$$

ในการเก็บข้อมูลจริงจะกำหนดให้เก็บข้อมูลมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ใน
 กรณีที่ข้อมูลที่สุ่มมาไม่สมบูรณ์ หรือไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการแจก
 แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. สร้างแบบสอบถาม โดยตั้งคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย แบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วยคำถามส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ เชื้อชาติ

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรจีนประเภทยาในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 2 คำถามใหญ่ๆคือความรู้ด้านชื่อของสมุนไพรจีน ประกอบไปด้วย 13 ข้อย่อย และความรู้ด้านรูปภาพสมุนไพรจีนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย 10 ข้อย่อย เมื่อนำคะแนนของทั้ง 2 ข้อมารวมกันแล้ว จะแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 3 ช่วงจากการคำนวณตามสูตรหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(23-0)}{3} = 7.66$$

คะแนนเฉลี่ย	ความหมายถึง
0.00 - 7.66	มีความรู้เรื่องสมุนไพรจีนในเกณฑ์น้อย
7.67 – 15.33	มีความรู้เรื่องสมุนไพรจีนในเกณฑ์ปานกลาง
15.34 – 23.00	มีความรู้เรื่องสมุนไพรจีนในเกณฑ์มาก

ส่วนที่ 3 ความเห็นของผู้บริโภคในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นคำถามให้แสดงความคิดเห็น โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ช่วง จากการคำนวณตามสูตรหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

คะแนนเฉลี่ย	ความหมายถึง
1.00 – 1.80	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 – 2.60	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย

2.61 – 3.40	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เฉยๆ / ปานกลาง
3.41 – 4.20	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วย
4.21 – 5.00	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรจีน เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความถี่ มูลค่าในการซื้อ และวัตถุประสงค์ในการซื้อและผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อยาสมุนไพรจีนสำหรับผู้บริโภค

2. ตรวจสอบแบบสอบถามโดยผู้ทำการวิจัย เพื่อตรวจสอบการใช้ถ้อยคำและประโยคที่ชัดเจน สามารถสื่อความได้ตรงประเด็น เพื่อไม่ให้ผู้ตอบเข้าใจไขว่เขวหรือแปลความเป็นอย่างอื่น

3. ตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย โดยจะเน้นการพิจารณาเกี่ยวกับความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อความ โดยตรวจสอบว่าคำถามสอดคล้องและครอบคลุมกับหัวข้อปัญหาและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เมื่อตรวจสอบแล้วนำข้อแก้ไขมาปรับปรุงตามที่ได้รับคำแนะนำ

4. ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Tryout) โดยการนำเอาแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่จะศึกษา เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม และปรับปรุงให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะออกแบบสอบถามนำร่อง (Pilot test) จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการปรับปรุงแบบสอบถามที่จะใช้สำรวจจริง ให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด และได้ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้วิจัยมากที่สุด

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลทำโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงวัตถุประสงค์ตลอดจนวิธีการตอบแบบสอบถามให้ฟังได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันก่อนที่จะลงมือตอบ และเมื่อทำเสร็จเรียบร้อยแล้วจะเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลนี้มีโอกาสได้ข้อมูลคืนอย่างครบถ้วน

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยการคำนวณความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percent) ของตัวแปร นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความรู้เรื่องสมุนไพร และพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ในกรณีทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความรู้เรื่องสมุนไพรจีนและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในกลุ่มประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

3.5.3 การทดสอบค่าที (t-test) ในกรณีทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความรู้เรื่องสมุนไพรจีนและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม ที่แยกต่อกันอย่างอิสระ

3.4.4 การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองประชากร (Chi-square test) ในกรณีหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่มีต่อสมุนไพรจีน และพฤติกรรมการซื้อ

3.4.5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในกรณีหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อด้านความถี่ในการซื้อ และมูลค่าในการซื้อ