

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษา ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อยาแผนโบราณ คือ 6W's 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) และส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ส่วนด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ได้นำมารวมไว้ในด้านการจัดจำหน่าย เนื่องจากการศึกษานี้ต้องการมุ่งเน้นผลไปที่ผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณที่มีจำหน่ายในสถานที่จัดจำหน่ายคือร้านขายยาเป็นหลัก

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยาในจังหวัดเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Random Sample) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยเปิดตารางของ Seymour Sudman (อ้างใน กุณฑลี รื่นรมย์, การวิจัยการตลาด หน้า 187, 2551)

และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

โดยกระจายแจกแบบสอบถามแก่ผู้ซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยา ที่ตั้งอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ตลาดสด ศูนย์การค้า และร้านขายยาที่ตั้งอยู่ตามชุมชน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 รายโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยกระจายเก็บในร้านขายยาในเขตอ.เมือง ที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า 48 ราย จากร้านขายยาที่ตั้งอยู่บริเวณตลาด 133 ราย ร้านขายยาที่ตั้งอยู่ตามชุมชน 75 ราย และร้านขายยาที่ตั้งอยู่อำเภออื่น ๆ ที่ไม่ใช่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 144 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ เหตุผลในการซื้อยา รูปแบบยาแผนโบราณที่เลือกซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ สิ่งที่มีผลต่อตนเองในการตัดสินใจซื้อ สื่อโฆษณาที่ได้รับข่าวสารยาแผนโบราณ และสถานที่ที่จะใช้บริการซื้อยาแผนโบราณ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยา ซึ่งในการศึกษานี้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ในส่วนการแปลผลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยา นั้นใช้มาตรฐานประมาณค่าแบบ Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ (กฤษชาติ รื่นรมย์, 2551) ดังนี้

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

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองและอำเภออื่นๆที่นอกเขตอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ และ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่