

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัยและระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตของการศึกษา

1.งานวิจัยนี้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านขายยาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาทั้งหมดจำนวน 131 ร้าน¹⁴

2.การศึกษานี้ทำการศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และมีการจัดการที่มีศักยภาพสามารถแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้และได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ทำการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยศึกษาจาก

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาทั้งหมด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาแบบสอบถามเริ่มจาก

- 1.1) การสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านขายยาจำนวน 5 ราย เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย
- 1.2) นำข้อมูลที่ได้ แยกประเด็นหัวข้อให้ชัดเจนและจัดทำแบบสอบถาม
- 1.3) ทำการทดสอบแบบสอบถาม(Pretest)สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 10 ราย

¹⁴ ข้อมูลจากฝ่ายเภสัชกรรม สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่

1.4) แก้ไขแบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ อายุ ระยะเวลาดำเนินงาน เคยจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรขององค์การเภสัชกรรมหรือไม่ โดยดูจากการรหัสนำเลขรายการของผลิตภัณฑ์และตัวอย่างผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย(Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบที่ให้เลือกรับ 5 ระดับ ได้แก่ ไม่สำคัญ สำคัญเล็กน้อย สำคัญ สำคัญมากและสำคัญมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้จ่าย	คะแนน
ไม่สำคัญ	1
สำคัญเล็กน้อย	2
สำคัญ	3
สำคัญมาก	4
สำคัญมากที่สุด	5

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ศึกษาจากเอกสาร รายงาน และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ

1. ข้อมูลทั่วไปใช้สถิติความถี่และอัตราร้อยละ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ใช้สถิติความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวัดระดับความสำคัญจะใช้วิธีวัดแบบ A Scale to Measure the Relative Important of Choice Criteria¹⁵ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ ดังนี้

¹⁵ James E. Nelson. *Exercises in Marketing Research*. Boston, Massachusetts: Kent Publishing Company, 1982.

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1.000- 1.499	ไม่สำคัญ
1.500- 2.199	สำคัญเล็กน้อย
2.200- 3.374	สำคัญ
3.375- 4.249	สำคัญมาก
4.250- 5.000	สำคัญมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺

นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา(Price) การจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและการพูดต่อสิ่งสนใจ หากเห็นว่าเหมาะสม ก็แสดงความคิดเห็นออกมาโดยสอดคล้องกับทัศนคตินั้น

ร้านขายยา หมายถึง สถานที่จำหน่ายยา ซึ่งได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์ หรือแร่ การศึกษานี้ทำเฉพาะผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ที่พัฒนาโดยองค์การเภสัชกรรม

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาดำเนินการวิจัยใช้เวลา 7 เดือน ตั้งแต่ กันยายน 2542 ถึง มีนาคม 2543