

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย โดยครอบคลุมถึง ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา ขอบเขตประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ จะทำการศึกษาลักษณะลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาว่า

- 1) ลูกค้าคือใคร ศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น
- 2) ลูกค้าอยู่ที่ไหน ศึกษาถึงถิ่นที่อยู่ของลูกค้า
- 3) ลูกค้าซื้อเมื่อไร ศึกษาถึงโอกาสและช่วงเวลาในการซื้อของลูกค้า
- 4) ลูกค้าต้องการอะไร ศึกษาถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการซื้อ รวมถึงบริการที่ลูกค้าต้องการจะได้รับ
- 5) ลูกค้าซื้ออย่างไร ศึกษาถึงวิธีการซื้อ เช่น ความถี่ในการซื้อ ปริมาณการซื้อ วิธีการชำระเงิน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของลูกค้า

ขอบเขตประชากร

ทำการวิเคราะห์ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแบบลูกโซ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ร้านของบริษัท พี แอนด์ เอฟ อินทีเกรต จำกัด 1 แห่ง บุทส์ 2 แห่ง วัดสัน 1 แห่งและสยามดรีก 1 แห่ง

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) การเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ จัดทำดังนี้
 - ขั้นตอนที่ 1 เก็บข้อมูลเบื้องต้น จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแบบลูกโซ่ จำนวน 5 ตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม
 - ขั้นตอนที่ 2 ใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยจะใช้ตัวอย่างจากร้านของบริษัท พี แอนด์ เอฟ อินทิเกรต จำกัด 1 แห่ง บู๊ทส์ 2 แห่ง วัดสัน 1 แห่งและสยามดรัก 1 แห่ง (โดยในขณะที่ทำการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำนวนร้านขายยาประเภทนี้เพียง 5 แห่ง แต่ในปัจจุบันมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 1 แห่ง คือ ร้านวัดสันที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเอร์พอร์ตพลาซ่า) ร้านละ 60 ชุด จำนวนวันที่ศึกษาแต่ละร้าน 5 วัน วันละ 12 ชุด คือ จันทร์ พุธ ศุกร์และวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ โดยแบ่งกลุ่ม 3 ช่วงเวลา เช้า กลางวัน เย็น ช่วงเวลาละ 4 ชุด โดยเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2543 และสิ้นสุดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเมื่อ 31 พฤษภาคม 2543 รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน
2. แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยแบ่งสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ อาชีพ
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่ ได้แก่ การวิเคราะห์ว่าลูกค้าคือใคร ลูกค้าซื้อที่ไหน ลูกค้าซื้อเมื่อใด ลูกค้าต้องการอะไร และลูกค้าซื้ออย่างไร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ โดยใช้เครื่องมือทางสถิติดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าใช้สถิติ อัตราร้อยละ และฐานนิยม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ลูกค้าใช้สถิติ อัตราร้อยละ ฐานนิยม ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก ไคสแควร์ และ ANOVA

เกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถาม

ในส่วนของความคิดเห็น ในด้านเหตุผลที่ลูกค้าเข้าไปซื้อสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่และการส่งเสริมการขายและการบริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการจะได้รับจากร้านขายยาประเภทนี้ มีระดับคะแนนตามวิธีแบบ A scale to measure the Relative Important of Choice Criteria¹³

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

¹³ James E. Nelson. *Exercise in Marketing Research*. Boston, Massachusetts : Kent Publishing Company, 1982.

เกณฑ์ในการแปลผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
4.50 – 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	สำคัญมาก
2.50 – 3.49	สำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	สำคัญน้อย
1.00 – 1.49	สำคัญน้อยที่สุด

การรายงานผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลอยู่ในรูปแบบของการบรรยาย และตารางข้อมูล โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 5 บท ได้แก่

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ