บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสืบเสาะ (Exploratory Research) มุ่งศึกษาการแบ่งส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และทางเลือกตลาดเป้าหมาย

3.1 ข้อมูลที่ใช้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถามผู้บริโภคในประเทศไทย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และความรู้เรื่องสมุนไพรของหน่วยงานต่าง ๆ เอกสารอ้างอิง

3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,000 ตัวอย่าง

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบ ใช้วิธี คือ เลือกสุ่มตัวอย่างจากจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดังนี้

อำเภอเมือง เชียงใหม่	200	ตัวอย่าง
อำเภอเมือง ขอนแก่น	200	ตัวอย่าง
อำเภอหาดใหญ่ สงขลา	200	ตัวอย่าง
เขตนนทบุรีและปทุมธานี	200	ตัวอย่าง
สยามสแควร์ กรุงเทพฯ	200	ตัวอย่าง
รวม	1,000	ตัวอย่าง

แนวคิดในการกำหนดขนาดของตัวอย่างใช้ข้อมูลในอดีตกำหนดโดยถ้าเป็นประชากรในระดับประเทศ ขนาดตัวอย่างที่นิยมใช้ ถ้ามีจำนวนกลุ่มย่อยที่จะวิเคราะห์มีบ้าง แต่ไม่มากใช้ 500-1,000 ตัวอย่าง ถ้ามีมากใช้ 1,000 ตัวอย่าง ขึ้นไป (กุณฑลี เวชสาร. 2540 : 169)

3.4 เครื่องมือการศึกษา ใช้แบบสอบถามผู้บริโภคโดยก่อนเก็บข้อมูลจะทดสอบแบบสอบถามกับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 20 ชุด เพื่อพิจารณาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 ใช้ Cluster Analysis วิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยใช้เทคนิค Hierachical Cluster Analysis ศึกษาการแบ่งส่วนตลาดเฉพาะภูมิภาค แล้วนำมาสรุปเป็นภาพรวมส่วนตลาดในประเทศไทย

3.5.2 ข้อจำกัดในการใช้ Cluster Analysis ในการศึกษาครั้งนี้จุดประสงค์ครั้งแรกต้องการใช้ K-Means Cluster Analysis วิเคราะห์ต่อในภาพรวมของประเทศหลังจากวิเคราะห์ทีละภูมิภาคด้วย Hierachical Cluster Analysis แล้วแต่ด้วยข้อจำกัดของระดับข้อมูล จึงไม่สามารถวิเคราะห์โดย K-Means Cluster Analysis ได้ การวิเคราะห์ในภาพรวมจึงใช้ผลจากการวิเคราะห์ทีละภูมิภาคมาสรุปเป็นภาพรวมของตลาดสมุนไพรระดับประเทศ

3.5.3 ใช้สถิติอัตราส่วน (%) เพื่อศึกษาขนาดของตลาด และคุณภาพของตลาดในการวิเคราะห์ทางเลือกในการกำหนดตลาดเป้าหมาย