

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการทำวิจัยนี้ ใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการออนไลน์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และแบบสอบถาม โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 6 ส่วน คือ

1. ทบทวนวรรณกรรม เป็นการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการออนไลน์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษามุมมองที่มีต่อผู้ซื้อ
3. จัดทำแบบสอบถาม
4. แบบสอบถามที่จัดทำจะถูกนำไปทดสอบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามในเบื้องต้น
5. ปรับปรุงแบบสอบถาม และจัดส่งแบบสอบถามไปยังบุคคลที่เคยสั่งซื้อสมุนไพรไทยผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายต่อไป
6. ประเมินผลแบบสอบถามที่ตอบกลับ และจัดทำรายงานการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษามุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าหรือผู้ซื้อ ดังนี้

1. บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด (Thai Herbal Product Co., Ltd.) ขององค์การเภสัชกรรม (GPO) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยา อาหารเสริม และเครื่องดื่ม เว็บไซต์ www.thaiherbinfo.com
2. โครงการส่งเสริมสมุนไพร ภูตต้นน้ำ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สเปรย์ปรับอากาศ ชา ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า และผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย เว็บไซต์ www.putonnam.com
3. Herb Club จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางสมุนไพร เว็บไซต์ www.herbclubthailand.com
4. Siam Herb จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สมุนไพรป้องกันมด สเปรย์ดับกลิ่นเท้า ยากันยุงสมุนไพร ครีมเกลือขัดผิว ครีมอาบน้ำระงับกลิ่นกาย แชมพูสระผมป้องกันผมร่วงรังแค สมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง และแชมพูดับกลิ่นตัวสัตว์เลี้ยง เว็บไซต์ www.exportsolutions.co.th
5. บริษัท เฟรชแอนด์ไชน์ จำกัด จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มสมุนไพร และอาหารเสริม เว็บไซต์ www.freshandshine.com

พบว่า มุมมองของผู้ประกอบการต่อผู้ซื้อนั้น ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับ คุณภาพของข้อมูลบนเว็บไซต์ คุณภาพของระบบ หรือความสะดวกในการสั่งซื้อ การรับประกันความพึงพอใจหรือการบริการที่มีคุณภาพ ราคา และวิธีการจัดส่ง นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับแบรนด์ และโครงสร้างองค์กรของตน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการ

3.1 กลุ่มตัวอย่าง (Samples)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่เคยสั่งซื้อสมุนไพรรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ซึ่งจะจัดทำกับบุคคลที่เคยสั่งซื้อสมุนไพรรไทยผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ตามผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2551 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พบว่า จำนวนผู้ที่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 6,797 คน จาก 14,809 คน (NECTEC, 2009) จำนวนผู้ที่เคยซื้อสมุนไพรรออนไลน์ มีจำนวน 911 คน ใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้หลักการคำนวณของ Yamane's (Yamane, 1973 : 583) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{พบว่า } n &= \frac{911}{1 + 911(0.05)^2} \\ &= 277.95 \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้มีขนาดเท่ากับ 278 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้ จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 300 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตใน www.pantip.com กลุ่มสุภาพ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัย ผู้ทำการวิจัยจะพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยหลังจากจัดทำแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว แบบสอบถามดังกล่าวจะนำไปทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pre-test) ก่อนเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ในส่วนนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่ต้องการศึกษาว่าส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะเป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในความรู้สึกดีในการซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ ได้แก่ ประสบการณ์ที่ผ่านมา (ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรที่ผ่านมา ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ที่ผ่านมา และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมา) คุณภาพอิเล็กทรอนิกส์ (คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ คุณภาพของการบริการ และคุณภาพของสินค้า) ความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการออนไลน์ ทัศนคติในการสั่งซื้อ และความรู้สึกดี โดยคำถามจะทำการเก็บข้อมูลแบบ 5-point Likert Scale ดังนี้

- 1 – ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 – ไม่เห็นด้วย
- 3 – ไม่มีความเห็น
- 4 – เห็นด้วย
- 5 – เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ได้ตัววัดที่มีคุณภาพ จึงได้มีการนำตัววัดมาจากการศึกษาในอดีต โดยรายละเอียดของตัววัดดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปร	ตัววัด	แหล่งอ้างอิง
ปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ผ่านมา (Prior Experience)		
ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรที่ผ่านมา (Prior Herb Usage = PHU)	1. ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรที่ผ่านมาช่วยให้ท่านทราบสรรพคุณของสมุนไพร	Ranaweera, Bansal and McDougall (2008); Klein (1998)
	2. ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรที่ผ่านมาช่วยให้ท่านตัดสินใจซื้อสมุนไพร	
	3. ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรที่ผ่านมาช่วยให้ท่านตัดสินใจสั่งซื้อออนไลน์	
ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ที่ผ่านมา (Prior Online Herb Purchase = PHP)	4. ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ที่ผ่านมาช่วยให้ท่านซื้อสมุนไพรออนไลน์อีกครั้ง	Becerra and Korgaonkar (2009); Chen and Dubinsky (2003)
	5. ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ที่ผ่านมาช่วยให้ท่านซื้อสมุนไพรออนไลน์ได้ง่าย	
	6. ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ที่ผ่านมาเป็นสิ่งจำเป็นในการตัดสินใจสั่งซื้อออนไลน์ในอนาคต	
ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมา (Prior Internet Usage = PIU)	7. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมาช่วยให้ท่านสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ง่าย	Yon, Damhorst, Sapp and Laczniak (2003); Shim, Eastlick, Lotz and Warrington (2001)
	8. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมาช่วยให้ท่านสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว	
	9. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมาช่วยให้ท่านซื้อสมุนไพรออนไลน์	
	10. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผ่านมาเป็นสิ่งจำเป็นในการตัดสินใจสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์	

ตารางที่ 3.1 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ตัววัด	Reference
ปัจจัยด้านคุณภาพอิเล็กทรอนิกส์ (E-Quality)		
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality = INQ)	11. ข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอบริษัทสมุนไพรร ออนไลน์มีความถูกต้อง	DeLone and McLean (2004); Rodgers, Negash and Suk (2005)
	12. ข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอบริษัทสมุนไพรร ออนไลน์มีความครบถ้วน	
	13. ข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอบริษัทสมุนไพรร ออนไลน์มีความทันสมัย	
คุณภาพของระบบ (System Quality = SYQ)	14. เมื่อมีการสั่งซื้อสมุนไพรร ระบบการสั่งซื้อ สมุนไพรรในบริษัทสมุนไพรรออนไลน์พร้อมใช้งาน อยู่เสมอ ไม่ล่ม	DeLone and McLean (2004); Rodgers, Negash and Suk (2005)
	15. เมื่อมีการสั่งซื้อสมุนไพรร ระบบการสั่งซื้อ สมุนไพรรในบริษัทสมุนไพรรออนไลน์มีการ ตอบสนองอย่างรวดเร็ว	
	16. ระบบการสั่งซื้อสมุนไพรรในบริษัทสมุนไพรร ออนไลน์มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้	
คุณภาพของการ บริการ (Service Quality = SEQ)	17. ข้อมูลบนบริษัทสมุนไพรรออนไลน์แสดง ขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียด	DeLone and McLean (2004); Rodgers, Negash and Suk (2005); Harris and Goode (2004)
	18. เมื่อท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัย ท่านสามารถดู ข้อมูลบนบริษัทสมุนไพรรออนไลน์ เพื่อติดต่อได้ ทันที	
	19. ท่านพอใจในการให้บริการ	
คุณภาพของสินค้า (Product Quality = PRQ)	20. สินค้าที่ขายผ่านออนไลน์มีคุณภาพดี	Choi, Kim, Kim, and Kim (2006)
	21. คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับราคาที่ขาย	
	22. สมุนไพรรที่ขายผ่านออนไลน์มีรายละเอียด สรรพคุณ	

ตารางที่ 3.1 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ตัววัด	Reference
ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการออนไลน์ (Trust in Online Merchant)		
= TOM	23. ผู้ขายสมุนไพรออนไลน์ทำข้อตกลงที่เป็นธรรมกับลูกค้า	Ribbink, Riel, Liljander and Streukeng (2004);
	24. เว็บไซต์สมุนไพรออนไลน์ มีการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า	Pavlou and Chai (2002)
	25. ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมุนไพรออนไลน์ มีความน่าเชื่อถือในเรื่องการขายสมุนไพร	
ปัจจัยด้านทัศนคติในการสั่งซื้อ (Attitude toward Purchase)		
= ATP	26. ท่านได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งซื้อจากเว็บไซต์สมุนไพรออนไลน์เสมอ	Castañeda, Muñoz-Leiva and Luque (2007);
	27. ท่านพึงพอใจในระบบการสั่งซื้อสมุนไพรอจากเว็บไซต์สมุนไพรอออนไลน์	Rodgers, Negash and Suk (2005)
	28. ท่านพึงพอใจในสินค้าของเว็บไซต์สมุนไพรอออนไลน์	
	29. ท่านตั้งใจที่จะสั่งซื้อสมุนไพรอออนไลน์เสมอ	
ปัจจัยด้านความภักดี (Loyalty)		
= LOY	30. ท่านจะกลับมาซื้อสินค้าจากเว็บไซต์สมุนไพรอออนไลน์อีกครั้ง	Rodgers, Negash and Suk (2005); Ribbink, Riel,
	31. ท่านจะแนะนำเว็บไซต์สมุนไพรอออนไลน์ให้ผู้อื่นทราบ	Liljander and Streukeng (2004); Parasuraman and
	32. ท่านจะชักชวนผู้อื่นมาซื้อสินค้าจากเว็บไซต์สมุนไพรอออนไลน์	Grewal (2000)
	33. ท่านจะซื้อสมุนไพรอออนไลน์ต่อไปในอนาคต	

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ ประเภทของสมุนไพรที่สั่งซื้อออนไลน์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ในส่วนดังกล่าวจะเก็บข้อมูลแบบ Nominal Scale และ Ratio Scale

3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS version 15 ซึ่งประกอบด้วย การหาค่าร้อยละ การทำ Composite Mean ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การใช้ Reliability Analysis เพื่อวัดความเที่ยงตรงของเครื่องมือ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) รวมถึงการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)