

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้จะอธิบายถึงกรอบการวิจัยของการศึกษา วิธีการเก็บตัวอย่างซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่าง จากจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะชี้แจงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

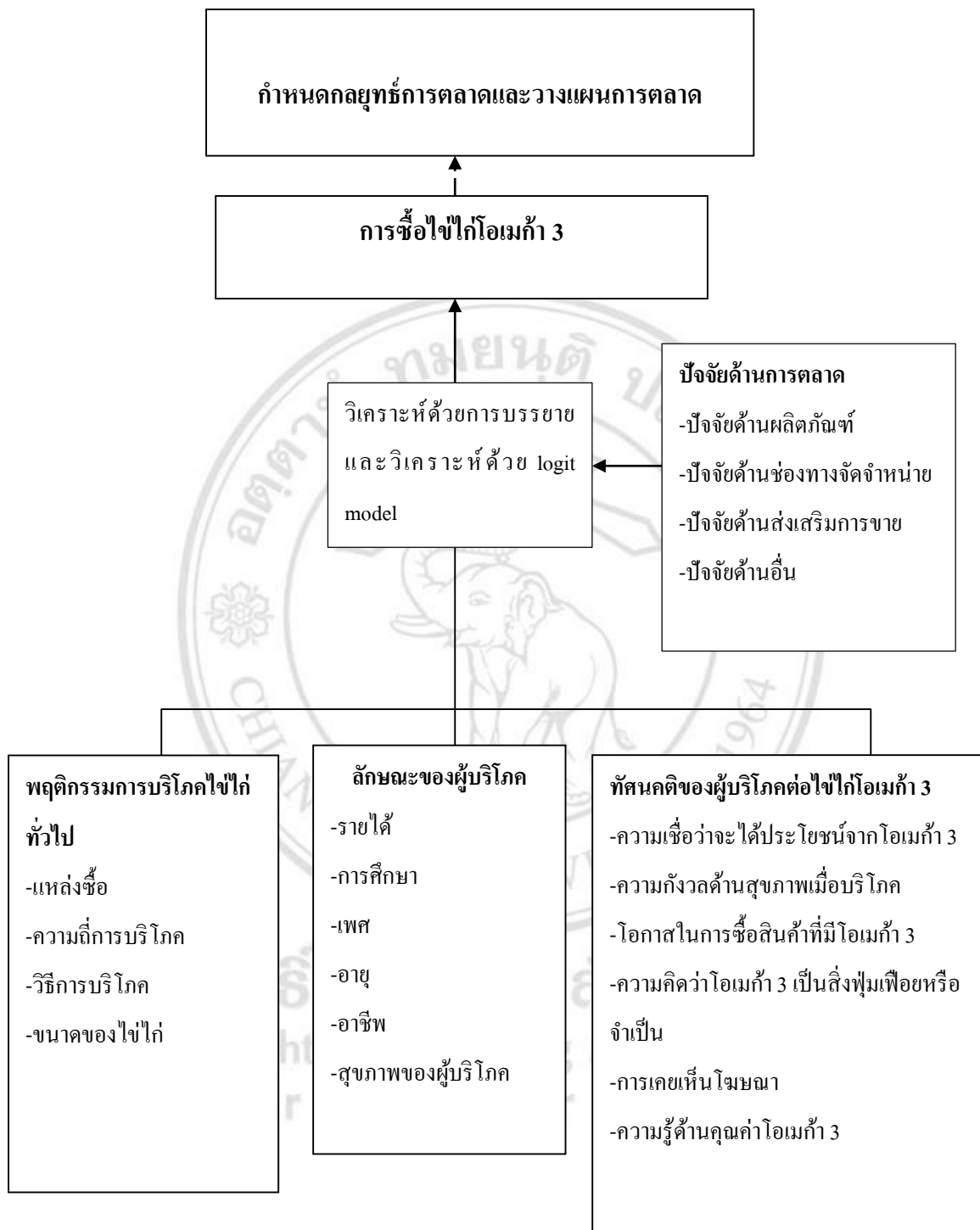
3.1 วิธีการศึกษา

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจากประชากร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามที่ใช้จะสอบถามข้อมูลลักษณะผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่โดยทั่วไป ทักษะคิดเกี่ยวกับไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3 และแนวโน้มการซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3 ในอนาคต โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน สวนสุขภาพและ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

3.1.2 กรอบการวิจัย

การศึกษาได้กำหนดกรอบวิธีการศึกษาโดยทำการศึกษาลักษณะของผู้บริโภค และ พฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่ทั่วไป รวมถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อไข่ไก่โอเมก้า 3 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการศึกษาทัศนคติจะทำการวิเคราะห์ด้วย likert scale จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วย แบบจำลองโลจิสต์ เพื่อหาโอกาสของการซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3 ส่วนปัจจัยด้านการตลาดจะทำการ วิเคราะห์ด้วย likert scale เพื่อหาความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการซื้อ จากนั้นการซื้อจะนำไปกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด (ภาพที่ 3.1)



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.1.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยคิดคำนวณจากจำนวนประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดประมาณ 369,460 คน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2553) ด้วยการให้สูตรการคำนวณหาตัวอย่างของ Yamane จากนั้นจะใช้วิธีการสุ่มแบบ accidental sampling โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างไว้ที่ ร้อยละ 5 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 Yamane (Yamane, 1973 อ้างใน วัชร, 2549) ซึ่งแทนค่าสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + N(e)^2)}$$
$$n = \frac{369,460}{(1 + 369,460(0.05)^2)}$$
$$n = 399.57 \text{ หรือประมาณ } 400$$

โดยกำหนดให้

N = จำนวนประชากรที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ขอบเขตความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ดังนั้นขนาดของกลุ่มของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวนเท่ากับ 400 คนและในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดจำนวนนักศึกษาไม่เกินร้อยละ 20 ของขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดหรือ 80 คน ซึ่งการกำหนดจำนวนอาชีพนักเรียน/นักศึกษานี้เพื่อป้องกันโอกาสการเกิดข้อมูลอคติจากขนาดของตัวอย่างที่เป็นอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากเกินไป เพราะในการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งเก็บข้อมูลนั้นอาจมีโอกาสมักกับอาชีพที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่บ่อยมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 จะเป็นการบรรยายลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่ทั่วไปและทัศนคติต่อการบริโภคไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3 โดยแสดงผลเป็น ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ความถี่ซึ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา รวมถึงการวัดทัศนคติด้วยมาตรวัด

ลิเคอร์ทและวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ใช้ logistic regressions ซึ่งเป็นสถิติเชิงปริมาณเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่คาดว่ามีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรตามการซื้อไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3

ในการสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคนั้นคำตอบของผู้ให้ข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้มาตราวัดของ likert scale โดยแต่ละคำถามจะมีให้เลือก 6 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ คัดแปลงจาก (เพ็ญแข,2553)

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1
ไม่มีผล	0

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 6 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.20 – 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.36 – 4.19	สำคัญมาก
2.52 – 3.35	สำคัญปานกลาง
1.68 – 2.51	สำคัญน้อย
0.84 – 1.67	สำคัญน้อยที่สุด
0.00 – 0.83	ไม่สำคัญ

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 3 ศึกษาแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3 ที่อยู่ในรูปแบบจำลองโลจิสติกแบบ 2 ทางเลือก คือ ผู้บริโภคมีความคิดตัดสินใจซื้อไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3 ($y = 1$) และผู้บริโภคไม่ซื้อหรือเลิกซื้อไข่ไก่เสริมโอเมก้า 3 ($y = 0$) สามารถเขียนแบบจำลอง ได้ดังนี้

$$y^* = a_0 + \sum_{j=1}^k a_j X_j + u$$

กำหนดให้ y^* คือ ตัวแปรตามที่สังเกตไม่ได้หมายถึงโอกาสการซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3

$y^* > 0, y = 1$ หมายถึงผู้บริโภคที่มีความคิดตัดสินใจซื้อหรือเคยซื้อหรือปัจจุบันยังซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3

$y^* \leq 0, y = 0$ หมายถึงผู้บริโภคไม่ซื้อหรือเลิกซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3

u คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

a_j คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร j โดยที่ $j = 1, 2, \dots, k$

a_0 คือ ค่าคงที่

X_j คือ ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่โอเมก้า 3

ตัวแปรอิสระ มีดังต่อไปนี้

FEMALE	เพศหญิง= 1, เพศชาย= 0
AGE	อายุ (ปี)
EDU	ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า= 1, ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี = 0
OC1	อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ = 1, ไม่ใช่ = 0
OC2	อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง= 1, ไม่ใช่ = 0
OC3	อาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว= 1, ไม่ใช่ = 0
OC4	อาชีพรับจ้างทั่วไป= 1, ไม่ใช่ = 0
OC5	อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ= 1, ไม่ใช่ = 0
INC	และเมื่อ OC1 = OC2 = OC3 = OC4 = OC5 = 0 คือ นักศึกษา ระดับรายได้ ระดับ 1 (0-5,000 บ.), ระดับ 2 (5,001-10,000 บ.), ระดับ 3 (10,001-15,000 บ.), ระดับ 4 (15,001-20,000 บ.), ระดับ 5 (20,001-25,000 บ.), ระดับ 6 (25,001-30,000 บ.), ระดับ 7 (30,001-35,000 บ.), ระดับ 8 (35,001-40,000 บ.), ระดับ 9 (40,001 บาทขึ้นไป)
FRE	ความถี่ในการบริโภค (มากกว่าหรือเท่ากับ 3 วันต่อสัปดาห์= 1, น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ = 0)
BEL	ความเชื่อว่าจะได้ประโยชน์จากโอเมก้า 3 เชื่อน้อยถึงมาก (0 - 5)

SER	ความกังวลด้านสุขภาพเมื่อบริโภค กังวลน้อยถึงมาก (0 - 5)
ADV	เคยเห็นโฆษณาไข่ไก่เมก้า 3= 1, ไม่เคย = 0
NEC	โอเมก้า 3 เป็นสิ่งจำเป็น ฟุ่มเฟือยถึงจำเป็น (1 - 5)
KNO	ความรู้เกี่ยวกับโอเมก้า 3 รู้น้อยถึงมาก (0 - 5)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved