

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดจำนวนตัวอย่างไว้จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่จำหน่ายสำคัญ ได้แก่ ตลาดวโรรส ตลาดธานีรินทร์ ตลาดต้นพยอม และแหล่งขายทั่วไป เนื้อหาในบทนี้เป็นการชี้แจงวิธีวิทยาในการกำหนดตัวอย่างการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล

เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาอาศัยงานวิจัยข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสอบถาม การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริโภคของแต่ละครัวเรือนในพื้นที่อำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยในแบบสอบถามนั้นมีทั้งคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด โดยแบ่งคำถาม ออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคส้มสายน้ำผึ้ง ความถี่ในการบริโภค สถานที่ที่เลือกซื้อ ปัจจัยพิจารณาที่เลือกซื้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเพิ่มส้มสายน้ำผึ้ง

การกำหนดตัวอย่างสุ่มตัวอย่าง

การเจาะจงเลือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ในการศึกษา เนื่องจากเป็นแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ มีความเป็นตัวเมือง (urbanization) ซึ่งเป็นแหล่งบริโภคสำคัญของสินค้าที่จำหน่ายผ่านตลาด อีกทั้งมีข้อจำกัดด้านระยะเวลา และงบประมาณ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จึงสามารถใช้เป็นพื้นที่ศึกษาที่ทั้งสะดวกและเสียค่าใช้จ่ายน้อย ซึ่งในปี 2552 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 243,065 ครัวเรือน (ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดเชียงใหม่, 2552) ใช้สูตร taro yamane โดยกำหนดขนาดของตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของตัวอย่างประชากร

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้เท่ากับ 0.75

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{243,065}{1+243,065(0.075)^2} \\ &= 177.777 \approx 178 \end{aligned}$$

ผู้ทำการศึกษาได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างจาก 178 เป็น 200 ราย

การกำหนดตัวอย่างครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยกำหนดจำนวนตัวอย่างไว้จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่จำหน่ายสำคัญ

ตารางที่ 3.1 แสดงสถานที่ และจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

สถานที่	จำนวนตัวอย่าง
ตลาดวโรรส	40
ตลาดธานีรินทร์	40
ตลาดต้นพยอม	40
ร้านข้างทาง(ถนนราชดำเนิน)	40
ซูเปอร์มาร์เก็ต(โลตัสคำเที่ยง)	40
รวม	200

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งในวัตถุประสงค์ข้อ 1 และข้อ 2 จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) โดยอธิบายลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ นำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (frequency) อัตราร้อยละ (percentage) และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

ในการสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคนั้นคำตอบของผู้ให้ข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้มาตรวัดของ likert scale โดยแต่ละคำถามจะมีให้เลือก 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย และ น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	ไม่มีผล

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 2 (ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง) ซึ่งวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการบรรยายดังกล่าวแล้วข้างต้น งานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมว่ามีปัจจัยใดที่จะมีผลต่อการซื้อส้มสายน้ำผึ้งเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย ทั้งนี้โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (logit model) และวิเคราะห์ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และคำนวณ marginal effects ด้วยสมการ ซึ่งสามารถเขียนแบบจำลองได้ดังนี้

$$\ln \left[\frac{p_i}{1-p_i} \right] = \underline{x}'_i \underline{\beta}$$

เมื่อ Y คือ การซื้อสัมผายน้ำผึ้งเพิ่มขึ้น

โดย $Y = 1$ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ามีความโน้มที่เพิ่มขึ้นในการซื้อสัมผายน้ำผึ้ง

$= 0$ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความโน้มที่ลดลงหรือเท่าเดิมในการซื้อสัมผายน้ำผึ้ง

โดยกำหนดให้ u = ค่าความคลาดเคลื่อน

β_i = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร i โดยที่ $i = 1, 2, \dots$

β_0 = ค่าคงที่

และกำหนดให้ตัวแปรอิสระในการศึกษาซึ่งประกอบไปด้วย

X_1 คือ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = เพศหญิง

0 = เพศชาย

X_2 คือ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

0 = ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

X_3 คือ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน (เกษตรกร เจ้าของกิจการ ค้าขาย นักเรียน นักศึกษา)

0 = อาชีพที่มีรายได้แน่นอน (ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน)

X_4 คือ อายุ (ปี) ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

X_5 คือ เน้นรสชาติตามต้องการในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_6 คือ เน้นสีผิวตามต้องการในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_7 คือ เน้นส้มที่มีการเคลือบผิวในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_8 คือ เน้นขนาดของส้มในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_9 คือ เน้นความสดของส้มในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_{10} คือ เน้นราคาในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_{11} คือ เน้นการซื้อในตลาดสดในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_{12} คือ เน้นการซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ตในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_{13} คือ เน้นการซื้อจากแหล่งจำหน่ายอื่นๆในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่

X_{14} คือ เน้นการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์หือในที่นี่จะใช้ตัวแปรหุ่น (dummy variable)

โดย 1 = ให้ความสำคัญมาก

0 = ถ้าไม่ใช่