

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดที่มีต่ออาหารตัดแปรรูปพันธุกรรมในนมถั่วเหลืองพร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวิธีการดำเนินการศึกษาในเรื่องขอบเขตการศึกษา ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและการรับรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแปรรูปพันธุกรรมในนมถั่วเหลืองพร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎีทางทัศนคติ และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดในส่วนของด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้การศึกษานี้ไม่รวมถึงนมถั่วเหลืองประจำวันหรือน้ำเต้าหู้และนมถั่วเหลืองที่ผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนซึ่งบรรจุใส่ขวดและเก็บได้เพียง 2-3 วัน

#### 3.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มประชากรทั้งที่เป็นผู้บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม และผู้ไม่บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่มที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

#### 3.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ ใช้วิธีการสำรวจทัศนคติต่ออาหารตัดแปรรูปพันธุกรรมในนมถั่วเหลืองพร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลประชากรตามสำมะโนประชากรประชากรกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 6,355,144 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ที่มา <http://www.nso.go.th>, 22 เมษายน 2549)

สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรดังกล่าว ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (ยูทซึ ไคยวรรณ, 2548 : 65) ดังนี้

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

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ  
 N = จำนวนประชากร  
 E = Error หรือความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ซึ่งในที่นี้ใช้ 0.05 (5%)

จากจำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร 6,355,144 คน ขนาดของตัวอย่างจึงเท่ากับ

$$n = \frac{6,355,144}{1 + 6,355,144(0.05^2)}$$

= 399.97 หรือ ประมาณ 400 ตัวอย่าง

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการเลือกแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งตามสัดส่วนดังนี้

ผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม	จำนวน 200 ราย
ผู้ที่ไม่บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม	จำนวน 200 ราย

### 3.4 วิธีการศึกษา

#### 3.4.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม จำนวน 200 ราย และ ผู้ที่ไม่บริโภคนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม จำนวน 200 ราย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### 3.4.2 การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่ออาหารตัดแปรรูปพันธุกรรมในนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม

2.1 การวัดความรู้ความเข้าใจต่ออาหารตัดแปรรูปพันธุกรรม

2.2 การวัดความรู้สึกต่ออาหารตัดแปรรูปพันธุกรรม และความคิดเห็น

2.3 การวัดแนวโน้มพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหารตัดแปรรูปพันธุกรรมในตลาดนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม

### 3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แบบสอบถามในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของความรู้สึก (Affective Component) เป็นแบบสอบถามของการให้ความสำคัญเรียงลำดับความเห็นแบบมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:168 อ้างจาก Zikmund William G., 1997:358) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความคิดเห็นแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนแบบสอบถามในส่วนที่เป็นปัจจัยความสำคัญ เป็นแบบสอบถามของการให้ระดับความสำคัญด้วยคะแนน (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงระดับคะแนนต่อระดับความรู้สึกหรือความคิดเห็นและระดับความสำคัญ

ทัศนคติ (ความรู้สึกหรือความคิดเห็น)	ปัจจัย (ระดับความสำคัญ)	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	น้อยที่สุด	1
ไม่เห็นด้วย	น้อย	2
ไม่แน่ใจ	ปานกลาง	3
เห็นด้วย	มาก	4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มากที่สุด	5

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมาย ได้กำหนดไว้โดยใช้มาตราวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์มาแบ่งเป็นช่วงเท่าๆกัน ตั้งแต่ 1-5 คะแนน ((ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 :58) ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการกำหนดระดับค่าเฉลี่ยต่อการแปลความหมายจัดอันดับ

ค่าคะแนนเฉลี่ย	แปลผลด้านทัศนคติ (ความรู้สึกหรือความคิดเห็น)	แปลผลด้านปัจจัย (ระดับความสำคัญ)
1.00-1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	น้อยที่สุด
1.50-2.49	ไม่เห็นด้วย	น้อย
2.50-3.49	ไม่แน่ใจ	ปานกลาง
3.50-4.49	เห็นด้วย	มาก
4.50-5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มากที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภครวมและกลุ่มผู้ไม่บริโภค โดยใช้การทดสอบค่าที (Independent-Samples t-Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการเก็บที่จาก ห้างเทสโกโลดัส

ห้างคาร์ฟูร์ และ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.6 ระยะเวลาทำการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 8 เดือน ระหว่างเดือน กันยายน 2549 ถึง เมษายน 2550

โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved