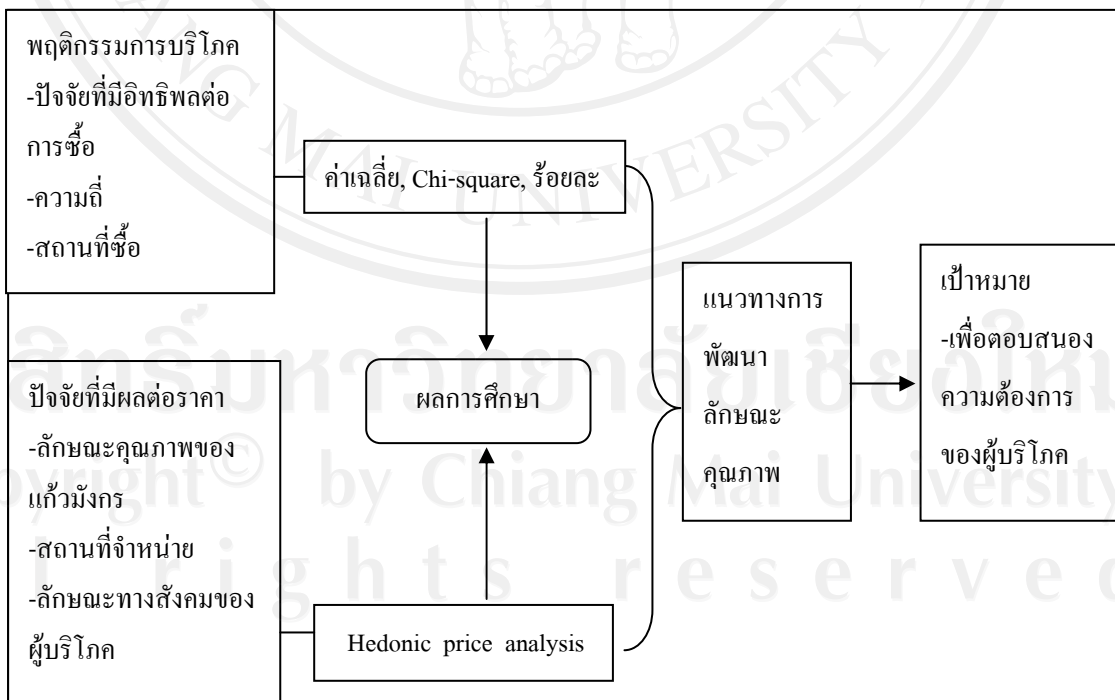


บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิด

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อราคาของแก้วมังกรเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของแก้วมังกร โดยมีแนวทางในการวิจัยดังนี้ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อแก้วมังกร ความถี่ในการซื้อ รวมถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อแก้วมังกร โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย chi-square และร้อยละ รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อราคา ซึ่งพิจารณาจากลักษณะคุณภาพของแก้วมังกร สถานที่จัดจำหน่ายและลักษณะทางสังคมของผู้บริโภค โดยใช้ hedonic price analysis ผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของแก้วมังกรและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (ภาพที่ 3.1)



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการสอบถาม การสำรวจ หรือการบันทึก ตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

การเลือกครัวเรือนผู้บริโภคตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่และเขตเทศบาลของอำเภอใกล้เคียง 2 แห่ง ได้แก่ อำเภอหางดงและอำเภอแมริม เนื่องจากเป็นแหล่งผู้บริโภคเป้าหมายของการซื้อแก้วมังกรที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนาคุณภาพ ซึ่งในพื้นที่ดังกล่าวมีจำนวนประชากรทั้งหมด 530,543 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2553) ระดับความเชื่อมั่น 93 % โดยวิธีของ Yamane (1973)

โดยการประมาณตัวอย่าง (Yamane, 1973)

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

กำหนดให้

n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร คือ จำนวนครัวเรือนผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนประชากร 530,543 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2553)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ผู้วิจัยยอมรับได้ = 7 %

ดังนั้น

$$n = \frac{530,543}{1 + 530,543(0.07)^2}$$

$n = 204.08$ ตัวอย่าง

ส่วนวิธีการเลือกตัวอย่าง สำหรับการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากสถานที่ที่มีการจำหน่ายแก้วมังกรโดยเป็นผู้ซื้อและนำไปบริโภคเอง ได้แก่ ซุปเปอร์มาเก็ต ตลาดสด ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และอำเภอใกล้เคียง จำนวน 205 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 สถานที่เก็บแบบสอบถาม

| ลำดับ | สถานที่ | สาขา | จำนวน |
|-------|---------------------|------|-------|
| 1 | ตลาดหาดง | 1 | 20 |
| 2 | ตลาดแม่ริม | 1 | 20 |
| 3 | ตลาดวโรรส | 1 | 12 |
| 4 | ตลาดต้นพยอม | 1 | 12 |
| 5 | ตลาดเมืองใหม่ | 1 | 12 |
| 6 | ตลาดช้างเผือก | 1 | 12 |
| 7 | ตลาดประตูเชียงใหม่ | 1 | 12 |
| 8 | ตลาดชานินทร์ | 1 | 12 |
| 9 | บึกชี | 4 | 45 |
| 10 | เทสโก้โลตัส | 2 | 24 |
| 11 | ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต | 2 | 24 |
| รวม | | 16 | 205 |

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1

1. การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภค

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติอย่างง่าย เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายถึงลักษณะของผู้บริโภค ทัศนคติ พฤติกรรมและความพอใจของผู้บริโภค

การวัดค่าความสำคัญของเหตุการณ์ซื้อสินค้าใช้ rating scale โดยแบ่งระดับความสำคัญของเหตุผลที่ซื้อสินค้าเป็น 6 ระดับดังนี้

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 3.2 ระดับการให้คะแนนตามแบบ rating scale

| ระดับทัศนคติ | คะแนน | ค่าเฉลี่ยจากการสำรวจ |
|-----------------|-------|----------------------|
| สำคัญมากที่สุด | 5 | 4.50-5.00 |
| สำคัญมาก | 4 | 3.50-4.49 |
| ค่อนข้างสำคัญ | 3 | 2.50-3.49 |
| สำคัญน้อย | 2 | 1.50-2.49 |
| สำคัญน้อยที่สุด | 1 | 1.00-1.49 |
| ไม่สำคัญ | 0 | 0.00-0.99 |

ที่มา: ดัดแปลงจากอุทุมพร, 2548

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมและความถี่การบริโภค

การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) เป็นการทดสอบในกรณีตัวแปรสองตัวเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งได้แก่ ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับการเลือกซื้อพันธุ์แก้วมังกรสองตัวนี้มีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กันหรือไม่ถ้าไม่สัมพันธ์กันหมายความว่าไม่มีอิสระจากกัน โดยใช้ค่าไคสแควร์ (χ^2) ในการคำนวณดังนี้ (สุรีย์, 2542.)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

โดยกำหนดให้ O_{ij} = จำนวนความถี่จากการสังเกตในแถวที่ i และสดมภ์ที่ j

E_{ij} = จำนวนที่คาดหวังในแถวที่ i และสดมภ์ที่ j

r = จำนวนแถว (Row)

c = จำนวนสดมภ์ (Column)

โดยตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคเป็นอิสระต่อการเลือกซื้อพันธุ์แก้วมังกร

H_a : ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคไม่เป็นอิสระต่อการเลือกซื้อพันธุ์แก้วมังกร

กำหนด $\alpha = 0.05$

3.3.2 การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยแบบจำลอง hedonic price equation แบ่งการเขียนรูปแบบสมการออกเป็น 2 สมการ คือ สมการที่มีการซื้อจริงและสมการความพึงพอใจ โดยแบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรเชิงประชากร สถานที่ และลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรูปแบบสมการดังนี้

$$\begin{aligned}
 P_{act} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Size} + \alpha_2 \text{Cul1} + \alpha_3 \text{Cul2} + \alpha_4 \text{Colour} + \alpha_5 \text{Taste} \\
 & + \alpha_6 \text{Supermkt} + \alpha_7 \text{Age} + \alpha_8 \text{Inc} + \alpha_9 \text{Sex} + \alpha_{10} \text{Occ1} + \alpha_{11} \text{Occ2} \\
 & + \alpha_{12} \text{Occ3} + \alpha_{13} \text{Occ4} + \mu
 \end{aligned} \tag{1}$$

และ

$$\begin{aligned}
 P_{wtp} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Size} + \alpha_2 \text{Cul1} + \alpha_3 \text{Cul2} + \alpha_4 \text{Colour} + \alpha_5 \text{Taste} \\
 & + \alpha_6 \text{Supermkt} + \alpha_7 \text{Age} + \alpha_8 \text{Inc} + \alpha_9 \text{Sex} + \alpha_{10} \text{Occ1} + \alpha_{11} \text{Occ2} \\
 & + \alpha_{12} \text{Occ3} + \alpha_{13} \text{Occ4} + \mu
 \end{aligned} \tag{2}$$

โดยที่

$P_{act, wtp}$ คือ ราคาที่ผู้บริโภคราย (บาท/กิโลกรัม)

Size คือ เมื่อแก้วมังกร 2-3 ผล/กิโลกรัม = 1, ไม่ใช่ = 0
(หมายถึงแก้วมังกร 4-5 ผล/กิโลกรัม)

Cul1 คือ เมื่อเลือกซื้อพันธุ์เวียดนาม = 1, ไม่ใช่ = 0

Cul2 คือ เมื่อเลือกซื้อพันธุ์ไต้หวัน = 1, ไม่ใช่ = 0

เมื่อ Cul1 = Cul2 = 0 คือเมื่อเลือกซื้อพันธุ์ไทย

| | |
|--------------------------|--|
| Colour | คือ เมื่อชอบเนื้อสีขาว = 1, ไม่ใช่ = 0 (หมายถึงชอบเนื้อสีแดง) |
| Taste | คือ เมื่อชอบแก้วมังกรมีรสหวานอมเปรี้ยว = 1 ไม่ใช่ = 0 (หมายถึง ชอบรสหวานสนิท) |
| Supermkt | คือ ผู้บริโภคที่ซื้อมาจากซูเปอร์มาร์เก็ต = 1, ไม่ใช่ = 0 (หมายถึง ซื้อจากตลาดสดและร้านค้าทั่วไป) |
| Age | คือ อายุผู้ถูกสอบถาม (ปี) |
| Inc | คือ รายได้เฉลี่ยของผู้ถูกสอบถาม (บาท/เดือน) |
| Sex | คือ ผู้ถูกสอบถามที่เป็นเพศหญิง = 1, ไม่ใช่ = 0 |
| Occ1 | คือ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ = 1, ไม่ใช่ = 0 |
| Occ2 | คือ อาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน = 1, ไม่ใช่ = 0 |
| Occ3 | คือ อาชีพแม่บ้านรับจ้างและเกษตรกร = 1, ไม่ใช่ = 0 |
| Occ4 | คือ อาชีพค้าขาย / อาชีพอิสระและอาชีพอื่นๆ = 1, ไม่ใช่ = 0 |
| | เมื่อ Occ1 = Occ2 = Occ3 = Occ4 = 0 คือ นักศึกษา |
| $\alpha_1 - \alpha_{13}$ | คือ ค่าสัมประสิทธิ์ |
| μ | คือ ตัวแปรความคลาดเคลื่อน |