

## บทที่ 3

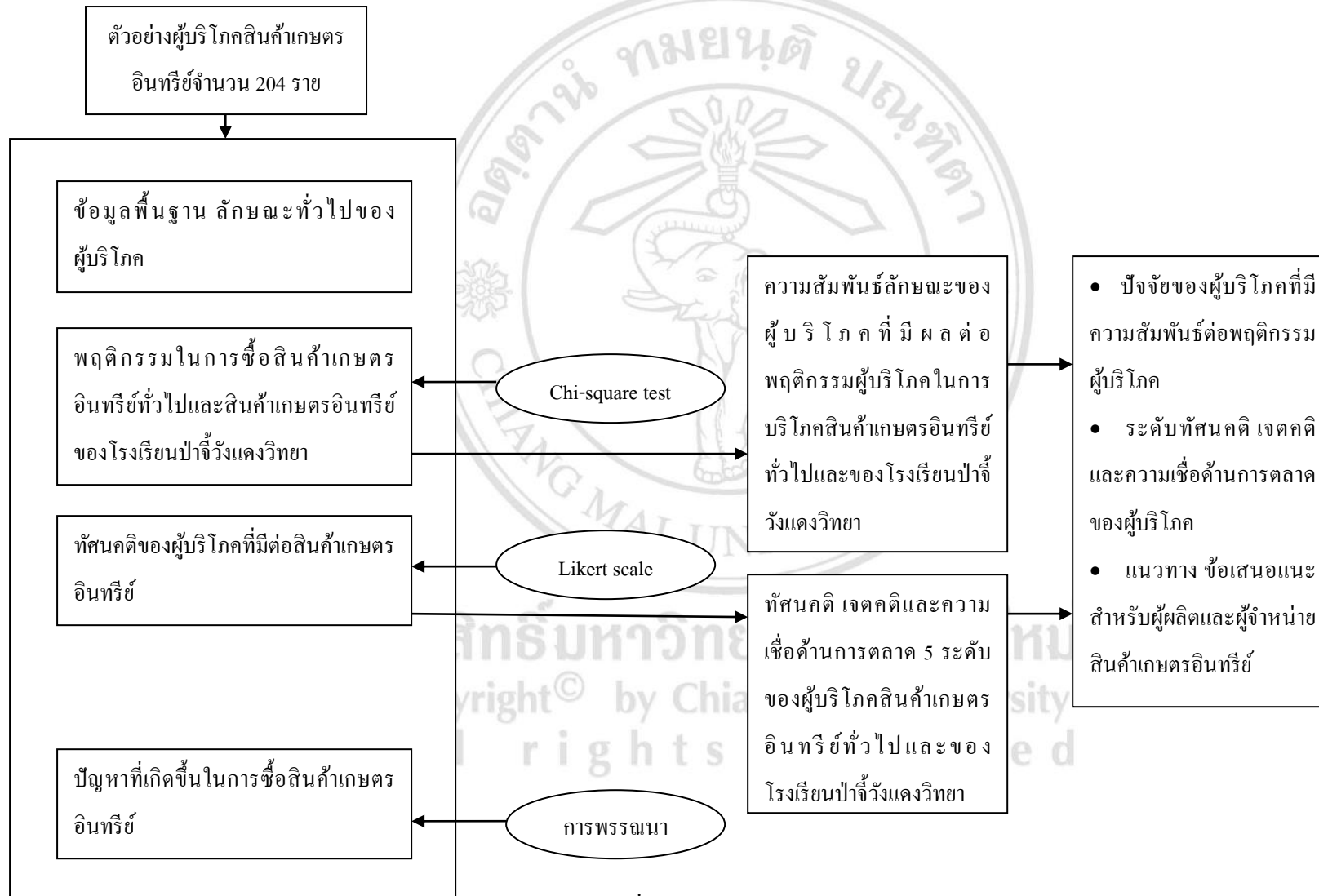
### วิธีดำเนินการวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยกรอบแนวคิดในการศึกษา ขอบเขตการศึกษา ระเบียบวิธีวิจัย ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคในชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเพื่อเป็นข้อมูลในการจำหน่ายและการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยได้ศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ และรายได้ครัวเรือนด้วยสถิติพรรณนา พฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วยสถิติพรรณนาและเครื่องมือ likert scale เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ปัจจัยลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่มีผลต่อความถี่ในการบริโภค ความเชื่อมั่นและ ความนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคระดับชุมชนและ ศึกษาทัศนคติด้านการตลาดที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วยเครื่องมือ chi-square test นอกจากนี้ยังได้ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคเพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขและ เสนอข้อเสนอแนะแก่ผู้บริโภค (ภาพที่ 3.1)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

### 3.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพื้นที่อำเภอแม่แตง เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ 92,106 ไร่ ใช้เพื่อการเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 10.81 ของพื้นที่อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2554) และมีแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค คือ โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยผลผลิตมีจำหน่ายในตลาดหลัก 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดป่าจี้ ตลาดบ้านปาง ตลาดหนองออนและ ตลาดช่อแล ซึ่งเป็นตลาดที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งผลิต

### 3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ที่ได้จากการเก็บตัวอย่าง จากประชากรในอำเภอแม่แตงด้วยการออกแบบสอบถามโดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดที่ทำการศึกษาคำนวณขนาดประชากรได้จากสูตรของ W.G. Cochran (Cochran, 1977) อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรแน่นอนมาจากประชากรที่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาเป็นจำนวนประชากรในตำบลอินทนิล ซึ่งเป็นตำบลที่ตั้งของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาจำนวน 11,347 คน (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย, 2553) จากประชากรที่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอำเภอแม่แตง คิดเป็น 15% ของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตพื้นที่อำเภอแม่แตงที่จะทำการศึกษามีจำนวน 74,365 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ดังนั้นจึงกำหนดให้มีสัดส่วนของประชากรที่สนใจอยู่ที่ 15% หรือ  $p = 0.15$  เพราะฉะนั้นเมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ค่าดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{p(1-p)Z^2}{d^2}$$

กำหนดให้  $n$  = ขนาดตัวอย่าง  
 $Z$  = ค่าที่ได้จากรางการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (standard normal distribution) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีค่า  $Z = 1.96$

$p$  = ค่าสัดส่วนที่ประมาณค่าไว้คือ 0.15

$d$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ กำหนดให้ค่าเท่ากับ 5% เพราะฉะนั้น  $e = 0.05$

$$\text{ดังนั้น} \quad n = \frac{0.15(1-0.15)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 196 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 196 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 8 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 204 คน โดยจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญใน 4 ตลาด ตลาดละ 51 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านทัศนคติของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ที่สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและลักษณะทางสังคมของผู้บริโภคในพื้นที่ที่ศึกษา เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ รายได้ครัวเรือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นคำถามที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าอินทรีย์ที่มีอยู่ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดง ความเข้าใจที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์และ สาเหตุที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้บริโภคระดับชุมชนที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับชุมชนซึ่งคำถามในส่วนนี้ประกอบด้วย การรับรู้ความรู้สึกลักษณะทางด้านการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอยู่ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดง ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายและ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและ ข้อเสนอแนะต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจะถูกนำมาประมวลผลดังต่อไปนี้

3.5.1 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคในชุมชน

ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะทางเศรษฐกิจและ สังคมของผู้บริโภคในชุมชน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้และ รายได้ต่อครัวเรือน ซึ่งได้นำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลของผู้บริโภคที่เก็บรวบรวมมาได้ซึ่งจะนำเสนอเป็นสัดส่วน ร้อยละและค่าเฉลี่ย

3.5.2 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยใช้วิธีวิเคราะห์ค่าสถิติไคสแควร์ (chi-square test) :  $\chi^2$  โดยตัวแปรตามและตัวแปรอิสระตามลำดับ เป็นดังนี้

(1) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป ประกอบด้วย

- จำนวนชนิดที่ซื้อและความถี่ในการซื้อสินค้า
- จำนวนชนิดที่ซื้อและความนิยมในการซื้อสินค้า
- ความถี่ในการซื้อและความนิยมในการซื้อสินค้า
- จำนวนชนิดที่ซื้อและความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า
- ความถี่ในการซื้อและความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า
- ลักษณะและสาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า

ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) นำเสนอเป็นสัดส่วน ร้อยละและ ค่าเฉลี่ย คือ

- สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
- สถานที่วางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

(2) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ประกอบด้วย

- จำนวนชนิดที่ซื้อและความถี่ในการซื้อสินค้า
- จำนวนชนิดที่ซื้อและความนิยมในการซื้อสินค้า
- ความถี่ในการซื้อและความนิยมในการซื้อสินค้า
- จำนวนชนิดที่ซื้อและความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า
- ความถี่ในการซื้อและความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า
- ลักษณะและสาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า

ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) นำเสนอเป็นสัดส่วน ร้อยละและ ค่าเฉลี่ย คือ

- สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
- ระยะเวลาที่ผู้บริโภคเดินทางมาซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วยข้อมูลพื้นฐานลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตร

อินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาของผู้บริโภคระดับชุมชน วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคส-แควสต์

(chi-square test) :  $\chi^2$  โดยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เป็นดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ ชาย = 1

หญิง = 2

อายุ ไม่เกิน 20 ปี = 1

20 – 30 ปี = 2

31 – 40 ปี = 3

41 – 50 ปี = 4

51 – 60 ปี = 5

60 ปีขึ้นไป = 6

การศึกษา ประถมศึกษา = 1

มัธยมศึกษา, ปวช. = 2

อนุปริญญา, ปวส. = 3

ปริญญาตรี = 4

สูงกว่าปริญญาตรี = 5

ไม่ได้ศึกษา = 6

สถานภาพ โสด = 1

สมรส = 2

หย่า/หม้าย = 3

อาชีพ อื่นๆ = 4

รับราชการ = 1

พนักงานบริษัทเอกชน = 2

รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร = 3

ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว = 4

นักเรียน/นักศึกษา = 5

อื่นๆ = 6

รายได้ต่อบุคคล	น้อยกว่า 4,000 บาท	= 1
	4,001 – 6,000 บาท	= 2
	6,001 – 8,000 บาท	= 3
	8,001 – 10,000 บาท	= 4
	10,001 – 12,000 บาท	= 5
	12,001 บาทขึ้นไป	= 6

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์  
 ความนิยมที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์  
 ความมั่นใจที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ ชาย = 1  
 หญิง = 2  
 อายุ ไม่เกิน 20 ปี = 1  
 20 – 30 ปี = 2  
 31 – 40 ปี = 3  
 41 – 50 ปี = 4  
 51 – 60 ปี = 5  
 60 ปีขึ้นไป = 6

การศึกษา ประถมศึกษา = 1  
 มัธยมศึกษา, ปวช. = 2  
 อนุปริญญา, ปวส. = 3  
 ปริญญาตรี = 4  
 สูงกว่าปริญญาตรี = 5  
 ไม่ได้ศึกษา = 6

สถานภาพ โสด = 1  
 สมรส = 2  
 หย่า/หม้าย = 3  
 อื่นๆ = 4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

อาชีพ	รับราชการ	= 1
	พนักงานบริษัทเอกชน	= 2
	รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร	= 3
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	= 4
	นักเรียน/นักศึกษา	= 5
	อื่นๆ	= 6

รายได้ต่อบุคคล	น้อยกว่า 4,000 บาท	= 1
	4,001 – 6,000 บาท	= 2
	6,001 – 8,000 บาท	= 3
	8,001 – 10,000 บาท	= 4
	10,001 – 12,000 บาท	= 5
	12,001 บาทขึ้นไป	= 6

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์  
 ความนิยมที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์  
 ความมั่นใจที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

โดยใช้ค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) ในการคำนวณดังนี้ (สุริย์, 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  $j$

$E_{ij}$  = จำนวนถี่ที่คาดหวังในแถวที่  $i$  และสดมภ์ที่  $j$

$r$  = จำนวนแถว (row)

$c$  = จำนวนสดมภ์ (column)

กำหนดให้

$$\alpha = 0.05$$

3.5.3 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจิ้งแวงวิทยา

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคระดับชุมชนต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นการวัดเจตคติหรือความเชื่อ ทำการวิเคราะห์โดยใช้มาตราวัด (likert scale) จำนวน 5 ระดับ โดยใช้คำถามมี 5 ตัวเลือก



เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เกณฑ์การให้คะแนน 1-5 คะแนน ดังนี้

ระดับทัศนคติ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
ไม่แน่ใจ	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
ไม่เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

โดยการกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ย (rating scale) เพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจาก ช่วงเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

3.5.4 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ศึกษาข้อคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค

การศึกษาข้อคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค เป็นการศึกษาโดยวิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญทางการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี่วังแดงวิทยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและ สื่อโฆษณา โดยนำมารวบรวม วิเคราะห์ด้วยเชิงพรรณนา (description analysis) และนำมาสรุปเป็นประเด็นต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์