

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

วิธีการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักอินทรีย์: ผักเมืองหนาว ใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติประกอบด้วยเครื่องมือทางการตลาด โดยในบทนี้จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ซึ่งหมายถึงผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการเลือกซื้ออาหารสำหรับสมาชิกในครัวเรือนเป็นประจำ มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามสูตรดังต่อไปนี้

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

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จากตัวเลขของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2552 พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีครัวเรือนทั้งสิ้นประมาณ 536,300 ครัวเรือน เมื่อสมมติให้แต่ละครัวเรือนมีพ่อบ้านแม่บ้านผู้รับผิดชอบในการเลือกซื้ออาหารสำหรับสมาชิกในครัวเรือนเพียง 1 คน จำนวนประชากรจึงเท่ากับ 536,300 คน จากการคำนวณโดยใช้สูตรข้างต้น จะได้ตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

$$\left[n = \frac{536,300}{1 + 536,300(0.05)^2} = 399.92 \right]$$

การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สถานที่หลักในการเก็บข้อมูลภาคสนาม คือ ซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ต้องมีการทำ Pre-survey ก่อนจำนวนทั้งสิ้น 50 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ การใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นสองรอบ คือ รอบแรก (Pre-survey) จำนวน 50 ชุด และรอบที่ สอง (Final-survey) จำนวน 400 ชุด

แบบสอบถามสำหรับ Pre-survey แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นการวัดพฤติกรรมการซื้อผักอินทรีย์ ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อผักอินทรีย์ ในช่วง 14 วันก่อนการสัมภาษณ์หรือไม่ และมีความถี่เพียงใด มีค่าใช้จ่ายประมาณครั้งละเท่าใด ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผักในครัวเรือน ความเชื่อมั่นในสินค้าอินทรีย์ ความรู้ความเข้าใจใน สินค้าอินทรีย์

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลของเหตุการณ์สมมุติ โดยถามผู้ตอบแบบสอบถามว่า ถ้ามีสินค้าผัก เมืองหนาวซึ่งเป็นผักอินทรีย์จำหน่าย ท่านสามารถเข้าถึงแหล่งจำหน่ายได้โดยสะดวก (ในปัจจุบัน สินค้าเกษตรอินทรีย์มีจำหน่ายในร้านจำหน่ายเฉพาะแห่งเท่านั้น) และตรารับรองมาตรฐานสินค้า เกษตรอินทรีย์มีความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะจ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าดังกล่าวในราคาที่สูง กว่าสินค้าปกติจำนวนกี่บาท ซึ่งในการสอบถามคณะผู้วิจัยได้เลือกผักเมืองหนาวทั้งสิ้น 6 ชนิด ได้แก่ ผักกาดหอมห่อ กะหล่ำปลีแดง ผักสลัด ผักกาดหางหงส์ แครอท และมะเขือม่วง เป็นตัวอย่าง ในการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยคำถามจำนวน 15 ข้อ เพื่อศึกษาคุณลักษณะทั่วไปของผักอินทรีย์ที่ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อทำการวิเคราะห์การตลาดโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด คือ แบบจำลองคานโน (Kano Model)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to Face) โดยทำการศึกษาในช่วง เดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน 2553 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่มา ซื้อสินค้า ณ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ ทั้งนี้มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 แสดงตัวแปรและความหมายของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา

	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	สัญลักษณ์
เพศ	หญิง = 1; ชาย = 0	SEX
อายุ	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	AGE
สถานภาพการสมรส	โสด = 1; อื่นๆ = 0	STA
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี = 1; อื่น = 0 สูงกว่าปริญญาตรี = 1; อื่นๆ = 0 ต่ำกว่าปริญญาตรี (ตัวแปรฐาน)	EDU1 EDU2
รายได้ต่อเดือนหลังหักภาษี	ตั้งแต่ 10,001- 20,000 บาท = 1; อื่นๆ = 0 ตั้งแต่ 20,001- 30,000 บาท = 1; อื่นๆ = 0 ตั้งแต่ 30,001- 40,000 บาท = 1; อื่นๆ = 0 ตั้งแต่ 40,001- 50,000 บาท = 1; อื่นๆ = 0 สูงกว่า 50,000 บาท = 1; อื่นๆ = 0 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท(ตัวแปรฐาน)	INC1 INC2 INC3 INC4 INC5
ขนาดของครัวเรือน	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	MEM

	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	สัญลักษณ์
จำนวนของเด็กในครัวเรือน	จำนวนของเด็กที่อายุต่ำกว่า 15 ปีที่อาศัยในครัวเรือน	CHILD
ความเชื่อมั่น	ระดับของความเชื่อมั่นในมาตรฐานและกระบวนการผลิตสินค้าอินทรีย์ในปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ไม่มั่นใจ = 0; มั่นใจปานกลาง = 1; มั่นใจมาก = 2	CONFI
พฤติกรรมการซื้อขายปลอดคกัย	ความถี่ในการซื้อสินค้าปลอดคกัยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ไม่ซื้อเลย = 0; ซื้อเป็นบางครั้ง = 1; ซื้อค่อนข้างบ่อย = 2; ซื้อเป็นประจำ = 3	BEHAVE
พฤติกรรมการปลูกผักในครัวเรือน	ท่านปลูกผักไว้รับประทานในครัวเรือนหรือไม่ ใช่ = 1; ไม่ใช่ = 0	CROP
ข้อมูล	ท่านคิดว่าท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์เพียงพอหรือไม่ เพียงพอ = 1; ไม่เพียงพอ = 0	INFO
ความวิตกกังวล	ค่าเฉลี่ยของคะแนนความกังวลในประเด็นสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ	CONCERN

	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	สัญลักษณ์
การประเมินความรู้เกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์	ระดับการประเมินตนเองของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความรู้เกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ตั้งแต่ระดับน้อยไปถึงระดับมาก 0-2	KNOW

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักอินทรีย์: ผักเมืองหนาว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิเคราะห์จำแนกตามวัตถุประสงค์ รายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติในการซื้อผักอินทรีย์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ข้อนี้ ต้องการหาคำตอบว่าผู้บริโภคเคยซื้อผักอินทรีย์หรือไม่ ถ้าซื้อมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร มีทัศนคติอย่างไร และถ้าไม่ซื้อด้วยเหตุผลอะไร ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ประกอบการอธิบายโดยใช้ตารางและกราฟ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผักอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผักอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Logit Model ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่มีค่าได้ 2 ค่า และในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์นั้น ใช้วิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) ทำให้ผลการศึกษาที่ได้ ออกมาในรูปของความน่าจะเป็นในการซื้อผักอินทรีย์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Limdep9 ในการประมวลผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักอินทรีย์

วัตถุประสงค์ข้อนี้ ต้องการหาคำตอบว่าคุณลักษณะใดของสินค้าที่ส่งผลต่อการซื้อผักอินทรีย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คาโนโมเดล (Kano Model)

