บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่อง "รูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียงในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย" มีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพการผลิต ปริมาณผลผลิต และการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมเหลือกินเหลือใช้ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์ 2) ศึกษาปัจจัยการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดสุรินทร์ และ 3) ศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาด ผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นประชาชนที่ซื้อสินค้าที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียง 3 ประเภท คือ สินค้าเกษตร (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ของจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 1,375,560 คน (เพศชาย 688,142 คน และเพศหญิง 687,418 คน) ข้อมูลจากประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ประกาศ ณ วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2552 (http://www.dopa.go.th/stat/y_stat.html) เหตุผลที่ศึกษาในจังหวัดสุรินทร์ได้เสนอไว้ในความสำคัญของปัญหาและขอบเขตของโครงการวิจัย โดยแบ่งตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริโภค เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจากแนวคิดและปรัชญาทางการตลาดในการประกอบธุรกิจ การตลาดเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องทราบ เพื่อให้สนองตอบต่อเป้าหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จาก 17 อำเภอ เพื่อให้ครอบคลุมสินค้าทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัด
3. กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม (ข้าวสาร) เกษตรกรรมแปรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ที่ได้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2552 จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 780 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มผู้บริโภคที่ศึกษามีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากสูตร

$$n_p = \frac{N}{1+NE^2}$$

เมื่อ n_p คือ ขนาดที่พอเหมาะของกลุ่มตัวอย่าง
N คือ ขนาดของประชากร
E คือ ความคลาดเคลื่อน

ดังนั้น ขนาดที่พอเหมาะของกลุ่มตัวอย่าง $= \frac{1,375,560}{1 + (1,375,560)(0.05)^2} = \frac{1,375,560}{3439.9}$

= 399.88371 = 400 คน

เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอกับการนำข้อมูลวิเคราะห์สมการถดถอยและสหสัมพันธ์ (regression) ได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคโดยวิธีแบ่งชั้น ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่ซื้อสินค้าใน 3 ประเภท คือ สินค้าเกษตร (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ของร้านค้าจาก 17 อำเภอ (อำเภอละ 2 ร้านค้า) และศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ของจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 1 ศูนย์ เก็บข้อมูลจากประชาชนร้านค้าและศูนย์ฯ ละ 15 คน ของจังหวัดสุรินทร์ รวม จำนวน 525 คน (525 ฉบับ) เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วพบว่ามีแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้ จำนวนทั้งสิ้น 502 ฉบับ

2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียง จากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่าบางอำเภอไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินการจัดการตลาดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมเหลือกินเหลือใช้ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์ จึงเก็บข้อมูลอย่างเฉพาะเจาะจงกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดผลิตผลทางการเกษตร (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) จาก 17 อำเภอ จำนวน 225 คน

3. กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม (ข้าวสาร) เกษตรกรรมแปรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ที่ได้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2552 จังหวัดสุรินทร์ จากสูตร $n_p = \frac{N}{1+NE^2}$

จำนวน 135 ราย

เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์จึงเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มของผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร (ข้าวสาร) เกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) อย่างเฉพาะเจาะจง จำนวน 152 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จำนวน 3 ฉบับ คือ

1. แบบสอบถามผู้บริโภค ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลของสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบกลยุทธ์การตลาดตามปลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง (ภาคผนวก ก)

2. แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านสินค้า ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตลาด ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบกลยุทธ์การตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง (ภาคผนวก ข)

3. แบบสอบถามผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบ ถามส่วนที่ 2 ข้อมูลการผลิต/จำหน่ายสินค้าของท่าน ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบกลยุทธ์การตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง (ภาคผนวก ค)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. ตรวจสอบแบบสอบถามในเรื่องความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน คือ 1) ศาสตราจารย์ภิชานไกรฤทธิ์ บุณยเกียรติ 2) ศาสตราจารย์พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา และ 3) ศาสตราจารย์โอภาวดี เข็มทอง ตรวจสอบในเรื่องความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย สำนวนภาษาที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ครอบคลุมเนื้อหาการวิจัย

2. ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) โดยทดสอบแบบสอบถามการวิจัยกับกลุ่มที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 30 คน ในกลุ่มผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม เกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่มาร่วมงาน โอทอปช้อปช่วยชาติ ณ ศูนย์การแสดงสินค้าอิมแพค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี ในวันที่ 26 – 27 สิงหาคม 2552 เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้บริโภค ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม = .9867

2.2 กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามของ = .8937

2.3 กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม เกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม = .9877

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

1. คณะผู้วิจัยได้เดินทางสำรวจข้อมูลพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ระหว่างวันที่ 24-26 กุมภาพันธ์ 2552 โดยการสัมภาษณ์พัฒนาการจังหวัดสุรินทร์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เจ้าพนักงานปกครอง ศึกษาดูงานโรงสีข้าวจุฑาจันทร์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาโพธิ์ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านโชค หมู่บ้านหัตถกรรมผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์ สหกรณ์เกษตรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ ศูนย์ผลิตหัวผักกาดหวานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรละหุ่งพัฒนา (ภาคผนวก ง)

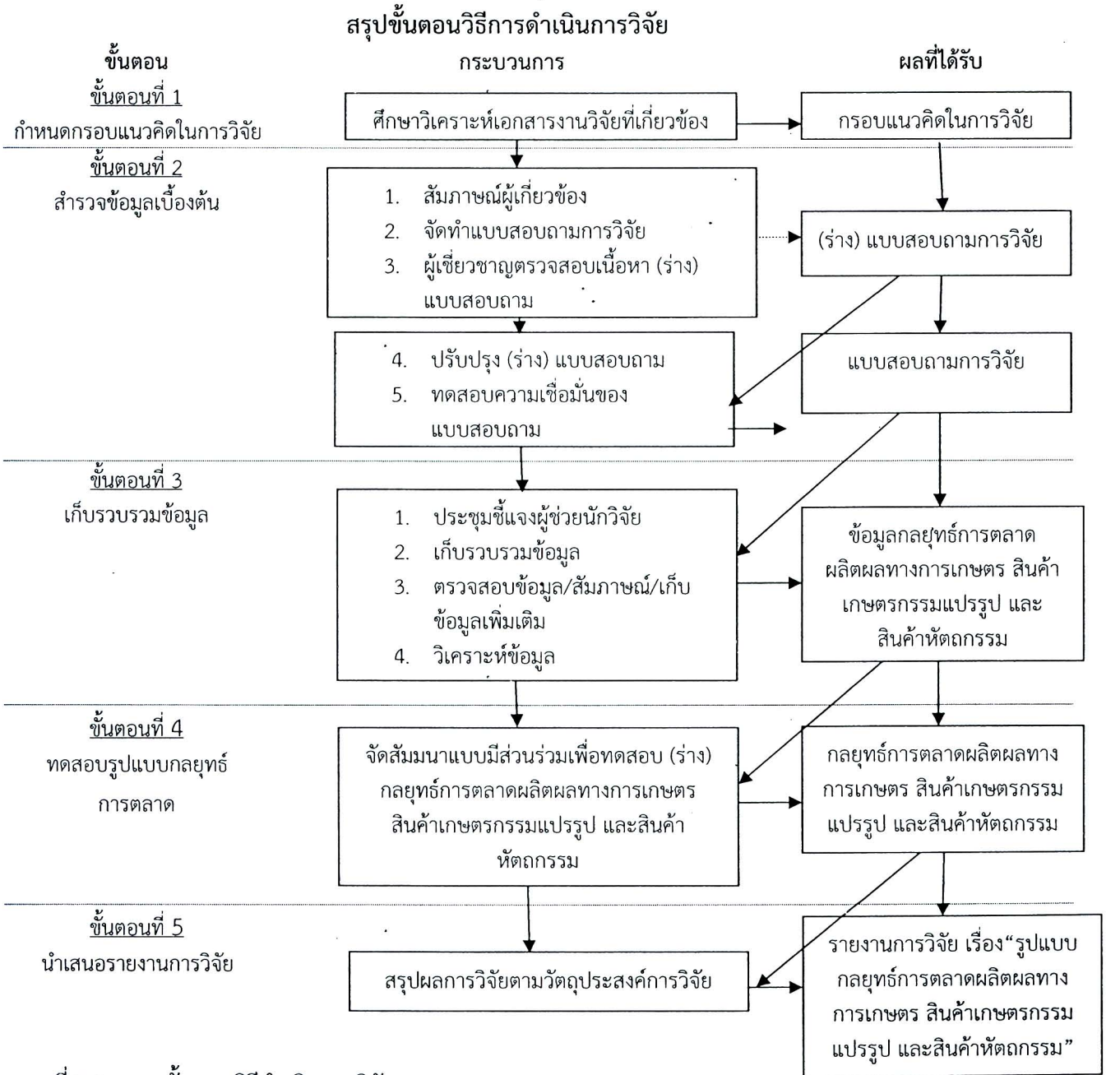
2. คณะผู้วิจัยได้ประสานงานกับผู้ช่วยนักวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการประชุมชี้แจงให้ผู้ช่วยนักวิจัยเข้าใจขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสอบถามทั้ง 3 ฉบับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

3. เก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 502 คน 2) กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม (ข้าวสาร) เกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) จำนวน 152 คน กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มของผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าบางรายอาศัยอยู่ในเขตชนบท มีภาษาพูดพื้นเมืองที่แตกต่างกันเป็น 3 กลุ่ม คือ เขมร ส่วย และภาษาพื้นเมืองอีสาน (ลาว) จึงจำเป็นต้องให้ผู้ช่วยนักวิจัยที่สามารถพูดภาษาพื้นเมืองได้เก็บข้อมูลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ และ 3) กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 225 คน

4. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อแสวงหาแนวทางพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาด ผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมด้วยวิธีการสัมมนากลุ่มย่อย ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วยผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า จำนวน 11 คน และกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 29 คน วันที่ 18 มิถุนายน 2553 ณ สวนป่ารีสอร์ท ถนนสุรินทร์-ปราสาท ตำบลเฉนียง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ โดยหัวหน้าโครงการวิจัยนำเสนอผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม

ตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม และบรรยายแนวคิดเรื่อง “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียงในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย”

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มเจ้าหน้าที่คือเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ในการจัดการตลาดสินค้าเกษตรกรรม (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์ ในส่วนของผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม (ข้าวสาร) เกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) ที่ได้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล/หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2552 ของจังหวัดสุรินทร์ (ภาคผนวก จ) สามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังแผนภาพที่ 3.1 และตารางที่ 3.1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงกรอบแนวทางการวิจัยเรื่อง “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียงในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ตัวแปร/ประเด็นที่มุ่งศึกษา	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือ/วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาสภาพการผลิต ปริมาณผลผลิต และการตลาด ผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมเหลือกินเหลือใช้ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์	- สภาพการผลิต - ปริมาณผลผลิต/การผลิต - การตลาดผลิตผลทางการเกษตร - การตลาดสินค้าเกษตรกรรมแปรรูป - การตลาดสินค้าหัตถกรรม	- ผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง	- แบบสอบถามผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า - แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง - การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	- แจงนับรายกิจกรรมตามข้อมูล ความถี่ ร้อยละ วิเคราะห์เชิงพรรณาและวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weight Arithmetic)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดสุรินทร์	- ปัจจัยการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - ประเด็นที่ศึกษาในเรื่องปัจจัยของส่วนประสมการตลาด 4P (ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย)	- ผู้บริโภคสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - ผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง	- แบบสอบถามผู้บริโภค - แบบสอบถามผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า - แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง - การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	- วิเคราะห์เชิงพรรณา การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และการวิเคราะห์สมการถดถอยและสหสัมพันธ์

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ตัวแปร/ประเด็นที่มุ่งศึกษา	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือ/วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล
3. เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอยู่ในจังหวัดสุรินทร์	- รูปแบบการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - ประเด็นที่ศึกษาในเรื่องของรูปแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 4P's (ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย)	- ผู้บริโภคสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - ผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม - เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	- แบบสอบถามผู้บริโภค - แบบสอบถามผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า - แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง - การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	- การวิเคราะห์เชิงบรรยายค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สรุปจากการสัมมนาแบบมีส่วนร่วม

จากตารางที่ 3.1 คณะผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weight Arithmetic) ของสถานที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุดของผู้บริโภค เนื่องจากเป็นการเรียงลำดับ การหาคะแนนนิยมสำหรับตัวแปรประเภทนี้คือการหาผลรวมคะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก การจัดลำดับความนิยมว่าหัวข้อใดได้ลำดับที่ 1-5 การหาผลรวมคะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก โดยให้อันดับ 1 มีคะแนนเท่ากับ 5 อันดับ 2 มีคะแนนเท่ากับ 4 อันดับ 3 มีคะแนนเท่ากับ 3 อันดับ4 มีคะแนนเท่ากับ 2 และ อันดับ 5 มีคะแนนเท่ากับ 1 การจัดลำดับความนิยมว่าหัวข้อใดได้รับความนิยม จากสูตร ผู้ให้ข้อมูล $x_1,x_2,x_3,....,x_n$ มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น $w_1,w_2,w_3,....,w_n$ จะได้ว่าการจัดลำดับความนิยมว่าหัวข้อใดได้ลำดับที่ 1-5 ใช้การเรียงลำดับคะแนน (สุภมาศ อังศุโชติ 2546, 17)

เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตร (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป (หัวผักกาดหวาน) และสินค้าหัตถกรรม (ผ้าไหม) โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย แบบอิงเกณฑ์ (criterion reference) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) หมายถึง การกำหนดเกณฑ์ตายตัวไว้ตามค่าที่กำหนด เมื่อหาค่าเฉลี่ยออกมาแล้วแปลความหมาย ดังนี้

1.0 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด
1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย
2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง
3.50 - 4.49 หมายถึง มาก และ
4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด