

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาคือ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นหลัก และวิธีการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์เชิงบรรยาย (descriptive analysis) โดยทำการศึกษาระบบการผลิต การตลาดผักพื้นบ้าน ชนิดและลักษณะของผักพื้นบ้านที่ผู้บริโภคนิยมบริโภค ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์เชิงบรรยาย เพื่อทำการศึกษาทัศนคติในการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภค เหตุผลที่เกษตรกรปลูกผักพื้นบ้าน และส่วนที่สามเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ logit model เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการบริโภคผักพื้นบ้าน

3.1 แนวคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคผักพื้นบ้านเชิงพาณิชย์ของผู้บริโภคในเมืองจะมุ่งเน้นการศึกษาที่ผู้บริโภค ดังนั้นจึงทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค เพื่อเป็นพื้นฐานการสร้างความเข้าใจการบริโภคของผู้บริโภค และมีประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดดังกล่าวประกอบการตัดสินใจพิจารณาตัวแปรเข้าสู่แบบจำลองในการศึกษา

3.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมการบริโภค

พฤติกรรมการบริโภค (consumption behavior) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคหรือบริโภคนิสัย หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับประทานอาหารซึ่งประกอบด้วย การบริโภคอาหาร ความชอบในการรับประทานอาหาร และความเชื่อเกี่ยวกับอาหาร (Sanjur อ้างใน สุนทรานิมาพันธ์, 2537) และคือสิ่งที่บุคคลกระทำหรือปฏิบัติในการเลือกสรรอาหาร ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะได้รับอิทธิพลจากสังคม วัฒนธรรมของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ (Krause, 1989) นอกจากนี้พฤติกรรมการบริโภคยังเป็นความเชื่อถือหรือเป็นข้อห้าม และข้อบังคับแนะนำที่ถือปฏิบัติอยู่ในสังคมจนกลายเป็นนิสัย หรือในด้านมนุษยวิทยาอาจถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรม (Messer, 1983)

พัชรี ยุติธรรม (2539) ได้แบ่งพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหาร แยกออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. การเลือกบริโภคอาหารที่พึงประสงค์ หมายถึง การเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับความต้องการในสุขภาพและวัยต่างๆ การเลือกอาหารที่สดสะอาด ซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยคำนึงถึงประโยชน์และคุณค่าทางอาหารมากกว่าราคา รสชาติ ค่านิยมของอาหาร เลิกความเชื่อผิดๆ เกี่ยวกับการกินอาหาร เช่น ของแสลง สำหรับคนป่วย เป็นต้น
2. การเลือกบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์ หมายถึง ความเชื่อแบบผิดๆ โดยไม่มีเหตุผลเกี่ยวกับการกิน เช่น ความเชื่อในเรื่องการเจ็บป่วย ข้อห้ามต่างๆ ที่มีมาแต่โบราณที่ทำให้เกิดโทษ

จึงอาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารมิใช่พฤติกรรมตามธรรมชาติที่บุคคลจะกระทำได้โดยเสรีตามอำเภอใจ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นการกระทำทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและเกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ บุคคลในวัฒนธรรมใดก็มักจะปฏิบัติตามวัฒนธรรมนั้น และจะมีพฤติกรรมคล้ายๆ กับคนอื่นในสังคมนั้นด้วย ซึ่งแสดงว่าวัฒนธรรมมีอิทธิพลเหนือความคิด และพฤติกรรมของคนเรา ส่วนการจะมีอิทธิพลมากหรือน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในชุมชนหรือสังคมนั้นๆ ดังนั้นมนุษย์จึงมีการเรียนรู้พฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดความเชื่อจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เพื่อให้สมาชิกในสังคมได้รับและยึดถือปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน ทั้งทางด้านพฤติกรรม ความคิด และความเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมลศิริ วิโรทัย และปาริฉัตร หงส์ประภาส (2543) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารของมนุษย์จะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและปัจจัยต่างๆ เช่น เพศ อายุ ความรู้ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค (วิณะ วีระไวทยะ และสง่า ดามาพงษ์, 2541; มลศิริ วิโรทัย และปาริฉัตร หงส์ประภาส, 2543) นั้นมีอยู่หลายด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

มีส่วนอย่างมากต่อการบริโภคอาหาร ผู้ที่มีฐานะทางการเงินดีย่อมสามารถซื้อหาอาหารที่มีคุณภาพดีได้มากกว่าผู้ที่มีฐานะยากจน

2. ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี

ด้านสังคม การอบรมขัดเกลาทางสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการอบรมในเรื่องการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาดีจะมีความรู้ในเรื่องอาหาร โดยรู้ว่าสิ่งใดมีประโยชน์หรือไม่มีประโยชน์ หรือถ้าเป็นผู้มีการศึกษาดี แต่ขาดความรู้ด้านโภชนาการก็สามารถหาเอกสารเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ความรู้เกี่ยวกับ

คุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อ และอาจช่วยเปลี่ยนนิสัยในเรื่องอาหารบางประเภทได้ด้วย

วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อบริโภคนิสัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคได้รับการปลูกฝังเรื่องอาหารมาจากครอบครัว สังคม และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนความจำเจต่ออาหารที่มีอยู่ จึงก่อให้เกิดการเรียนรู้ ความเชื่อ ทศนคติ ความเคยชินต่ออาหาร และกลายเป็นนิสัยไปในที่สุด เมื่อคนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นมีนิสัยการกินไปในทำนองเดียวกันจะก่อให้เกิดขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งเป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้

3. ปัจจัยตัวบุคคล

- อายุ เพศ ศาสนา
- สุขภาพของร่างกาย ความเจ็บป่วยก่อให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับโรค ขาดการประกอบกิจกรรม ความว้าเหว่ที่ถูกทอดทิ้งให้รับประทานอาหารแต่เพียงลำพัง และทำให้ความอยากอาหารลดลง ตลอดจนทำให้บริโภคนิสัยเปลี่ยนแปลง
- ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารผิดไปจากปกติ

4. การได้รับความรู้ด้านโภชนาการ

การที่มีการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ ทำให้ได้รับความสนใจและอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคได้ โดยเฉพาะถ้าได้มีการปลูกฝังความรู้ที่ถูกต้องตั้งแต่วัยเด็ก อาจทำให้เกิดเป็นนิสัยที่จะบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายตลอดชีวิตได้

5. ภาพพจน์ของอาหารและผลของการโฆษณา

อาหารบางชนิดได้รับการยอมรับให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเชื่อว่ามีผลดีต่อสุขภาพ หรืออาหารบางชนิดเหมาะกับบุคคลบางกลุ่ม ความเชื่อเกี่ยวกับอาหารมีมากมายซึ่งความเชื่อเหล่านี้อาจไม่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ แต่เชื่อเพราะการบอกต่อๆ กันมา จากอิทธิพลของการโฆษณา หรือจากการสร้างกระแสหรือค่านิยม

จากการศึกษาของสุทธิดา ศิริชวนากุล (2545) พบว่า การได้รับคำแนะนำบอกกล่าวจากบุคคลรอบข้างและการได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักและผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง นอกจากนี้ วรรณวิไล สักขรณาเดช (2544) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากแบบทั่วไปมาเป็นแบบชีวิตคือ สุขภาพของผู้บริโภค การได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอ้างอิง และแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชีวิต

นอกจากความรู้ทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคแล้ว การพิจารณาตัวแปรรูปแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภคในเมือง ยังต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเพื่อเป็นแนวคิดพื้นฐานในเรื่องการใช้จ่ายของผู้บริโภค

3.1.2 แบบจำลองอุปสงค์

ความรู้เกี่ยวกับอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า ความยืดหยุ่นต่อราคาและรายได้ เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดโดยตรง วิธีวิเคราะห์อุปสงค์แบบพื้นฐานโดยอาศัยข้อมูลภาคตัดขวาง (cross section data) ได้มีการพัฒนาอย่างมากในรอบ 30 ปีที่ผ่านมา (อารี วิบูลย์พงศ์, 2543) เริ่มจากการใช้ linear expenditure function หรือ Engel function จนถึง Rotterdam และ Almost Ideal Demand System (AIDS) ซึ่งพัฒนาโดย Deaton and Muellbauer (1980) และปรับปรุงเพิ่มเติมในลักษณะต่างๆ ทั้งนี้เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องเชิงเศรษฐมิติ และปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูล (Dong et al., 1998; Park et al. 1996; Buse, 1994) ในปัจจุบัน AIDS ยังคงเป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่นๆ (Karagiannis et al., 2000) อ้างโดย อารี วิบูลย์พงศ์, 2539 ลักษณะของแบบจำลอง AIDS คือ

$$S_j = f(I / P, p, Z, u_j) \quad (3.1)$$

$j = 1, \dots, n$ ชนิดของสินค้า

เมื่อ S_j = สัดส่วนค่าใช้จ่ายของสินค้าต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด

I = ระดับรายได้

P = ระดับราคาทั่วไป

p = เวกเตอร์ของราคาสินค้า n ชนิด

Z = เวกเตอร์ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม

u = ตัวแปรสุ่ม

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร (food behavior) หมายถึงสิ่งที่บุคคลกระทำหรือปฏิบัติในการเลือกสรรอาหาร ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะได้รับอิทธิพลจากสังคม วัฒนธรรม ของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ (Krause, 1989) นอกจากสถานที่และเวลาแล้ว ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (product) ซึ่งเป็นคุณลักษณะของสินค้า จะมีผลโดยตรงต่อความต้องการ เช่น ประโยชน์การใช้สอย หรือคุณค่าทางอาหาร ตลอดจนลักษณะของผู้บริโภคใน

ด้านการศึกษา เศรษฐกิจ เพศ และวัย ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิต (life style) (อารี และคณะ, 2543; Unnevechr, 1992; Ladd and Suvenent, 1976; รัฐ, 2528)

จากแนวคิดเชิงทฤษฎีข้างต้นนี้ แบบจำลองเชิงประจักษ์เพื่อการวิเคราะห์ความต้องการบริโภคผักพื้นบ้าน จึงรวมปัจจัยต่างๆ ข้างต้นไว้ดังปรากฏ ในสมการที่ (2) ดังนี้

3.2 รูปแบบจำลองทางเศรษฐมิติที่ใช้ในการศึกษา

$$Y = \beta_0 + \beta_1 AGE - \beta_2 REST + \beta_3 EDU + \beta_4 INCOME + \beta_5 USEFUL - \beta_6 PL + \beta_7 PE + \beta_8 CONVEN + \beta_9 PER + u \quad (3.2)$$

โดยกำหนดให้

Y เป็นตัวแปรที่แสดงถึงการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำ โดยที่ Y = 1 เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำ, Y = 0 อื่นๆ

AGE คือ อายุของผู้บริโภค (ปี)

REST คือ เขตที่อยู่อาศัย โดยที่ REST = 1 เมื่ออาศัยอยู่ในอำเภอเมือง, REST = 0 เมื่ออาศัยในอำเภออื่นๆ

EDU คือ ระดับการศึกษาของผู้บริโภค (ปี)

INCOME คือ รายได้ของผู้บริโภค (บาท/เดือน)

USEFUL คือ การตระหนักถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้านในผู้บริโภค โดยที่ USEFUL = 1 เมื่อทราบถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้าน, USEFUL = 0 เมื่อไม่เห็นคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้าน

PL คือ ราคาผักพื้นบ้าน (บาท/กิโลกรัม)

PE คือ ราคาผักเศรษฐกิจ (บาท/กิโลกรัม)

CONVENT คือ ความสะดวกในการหาซื้อผักพื้นบ้าน โดยที่ CONVENT = 1 เมื่อมีความสะดวก ในการซื้อผักพื้นบ้าน, CONVENT = 0 เมื่อไม่สะดวกในการซื้อผักพื้นบ้าน

PER คือ สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมืองต่อค่าใช้จ่ายอาหารรวม (%)

u คือ ตัวแปรคลาดเคลื่อน

สมมติฐานเกี่ยวกับตัวแปรในแบบจำลอง

1. อายุ (AGE) ผู้บริโภคที่มีอายุมากมีแนวโน้มที่จะรับประทานผักพื้นบ้าน เนื่องจากยังคุ้นเคยกับการรับประทานผักที่ขึ้นตามธรรมชาติ และยังสามารถที่จะนำผักพื้นบ้านมาปรุงเป็นอาหาร ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก
2. เขตที่อยู่อาศัย (REST) ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่นอกอำเภอเมืองมีแนวโน้มที่จะบริโภคผักพื้นบ้านมากกว่าผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับผักที่ขึ้นริมรั้ว และสามารถหาบริโภคได้สะดวกกว่าผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมือง อีกทั้งบ้านเรือนส่วนมากนิยมปลูกไว้รับประทานเอง ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นลบ
3. ระดับการศึกษา (EDU) เมื่อผู้บริโภคมีการศึกษาจะมีแนวโน้มในการบริโภคผักพื้นบ้านมากขึ้น เนื่องจากสามารถรับรู้และมีความสนใจเกี่ยวกับอันตรายของสารพิษตกค้างที่มีต่อสุขภาพได้ดีกว่า จึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก อย่างไรก็ตามผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงมากมักจะเป็นผู้ที่ได้ใช้ชีวิตอยู่ในเมืองมากขึ้นและมีโอกาสคุ้นเคยกับการบริโภคอาหารจากร้าน/ภัตตาคาร อาหารสำเร็จรูป อาหารต่างชาติ ตามวิถีการบริโภคของคนในเมือง ด้วยเหตุนี้ผู้มีการศึกษาระดับสูงจึงอาจมีแนวโน้มการบริโภคผักพื้นบ้านลดลง โดยสรุปแล้วเป็นการยากที่จะคาดคะเนเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ไว้ล่วงหน้า
4. รายได้ของผู้บริโภค (INCOME) เมื่อผู้บริโภคมีรายได้มากขึ้น ถ้าผักพื้นบ้านเป็นสินค้าปกติ (normal good) แล้วจะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการบริโภคผักพื้นบ้านมากขึ้น และนอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมักจะคำนึงถึงเรื่องสุขภาพอนามัยมากขึ้น ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก อย่างไรก็ตามด้วยเหตุผลคล้ายคลึงกับระดับการศึกษาเครื่องหมายจึงอาจเป็นลบได้เช่นกัน
5. การตระหนักถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้านในผู้บริโภค (USEFUL) ผู้บริโภคที่ทราบถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้านจะมีแนวโน้มที่จะบริโภคผักพื้นบ้านมากกว่าผู้บริโภคที่ไม่ทราบถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้าน เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีความสนใจในสุขภาพกันมากขึ้น ถ้าทราบว่าสิ่งไหนรับประทานแล้วเกิดประโยชน์ก็จะนิยมรับประทาน ผู้บริโภคจะถูกร้องขอให้ตอบคำถาม 10 ข้อเพื่อวัดความเข้าใจในคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้าน ถ้าผู้บริโภคตอบคำถามถูก 5 ข้อแสดงว่าผู้บริโภคทราบถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้าน ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก
6. ราคาผักพื้นบ้าน (PL) ราคาผักพื้นบ้านสูงผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผักพื้นบ้านลดลง เนื่องจากทฤษฎีอุปสงค์เมื่อราคาผักพื้นบ้านสูงขึ้น ปริมาณการบริโภคผักพื้นบ้านจะลดลง ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นลบ

7. ราคาผักเศรษฐกิจ (PE) เมื่อราคาผักเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้นในขณะที่ราคาผักพื้นบ้านคงเดิม ปริมาณการบริโภคผักพื้นบ้านจะเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการทดแทนกันของสินค้า (substitute effect) ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก
8. ความสะดวกในการหาซื้อผักพื้นบ้าน (CONVENT) ผู้บริโภคที่มีความสะดวกในการหาซื้อผักพื้นบ้าน โดยสามารถหาซื้อผักพื้นบ้านได้อย่างไม่ลำบาก น่าจะมีแนวโน้มต้องการบริโภคผักพื้นบ้านมากกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการหาซื้อผักพื้นบ้าน ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก
9. สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมืองต่อค่าใช้จ่ายอาหารทั่วไปของผู้บริโภค (PER) ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารพื้นเมืองน่าจะมีแนวโน้มที่จะบริโภคผักพื้นบ้าน เนื่องจากผักพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบหลัก ดังนั้นจึงคาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

3.3 จำนวนตัวอย่างและวิธีการเลือก

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จะแบ่งกลุ่มการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้ค้า

1. ผู้บริโภคในขอบเขตการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ใน 4 เขตอำเภอ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อ.เมือง อ.สันทราย อ.สันป่าตอง และอ.แม่แตง โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างไว้ 270 ตัวอย่าง เป็นจำนวนขั้นต่ำของวิธีการวิเคราะห์แบบโลจิส ($n \geq 30p$; $p =$ จำนวนตัวแปรอิสระ และ $n =$ จำนวนแบบสอบถาม) (Aldrich and Nelson, 1984) โดยแบ่งเป็นอำเภอเมือง 138 ตัวอย่าง อำเภอสันทราย 52 ตัวอย่าง อำเภอสันป่าตอง 40 ตัวอย่าง และอำเภอแม่แตง 40 ตัวอย่าง ประชาชนทุกคนเป็นผู้บริโภคจึงถือว่าเป็นประชากรเชิงสถิติ ทุกคนควรมีโอกาสในการถูกเลือกเท่าๆ กันจึงใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (simple random) โดยเลือกผู้บริโภคชาวเชียงใหม่ที่รู้จักและบริโภคผักพื้นบ้าน และใช้วิธี Proportional Sampling ในการสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในแต่ละอำเภอ โดยพิจารณาจากสัดส่วนของประชากรในอำเภอที่ทำการศึกษาล่วงแล้วจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละอำเภอ

ตาราง 3.1 สัดส่วนจำนวนผู้บริโภคมักพื้บ้าน

อำเภอ	จำนวนประชากร (คน) ¹	จำนวนตัวอย่างผู้บริโภคมักพื้บ้าน (คน)
เมือง	260,961	135
สันทราย	95,168	55
สันป่าตอง	78,580	40
แม่แตง	75,988	40

ที่มา: ¹ กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2544

2. การศึกษาในครั้งนี้จะทำการสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกผักพื้บ้านจำนวน 10 ตัวอย่าง ในเขตอำเภอสันทราย สันป่าตอง แม่แตง และสารภี ซึ่งจากการสอบถามเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ (2547) ทำให้ทราบว่าพื้นที่ปลูกผักพื้บ้านนั้นจะกระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ แต่พื้นที่ที่ปลูกผักพื้บ้านที่เห็นได้ชัด ได้แก่พื้นที่ใน 4 อำเภอที่กล่าวข้างต้น

3. ผู้ค้าในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการสอบถามผู้ค้าจำนวน 30 ตัวอย่าง ที่จำหน่ายผักพื้บ้านในตลาดเมืองใหม่ จ.เชียงใหม่ (เนื่องจากเป็นแหล่งค้าปลีกและค้าส่งผักที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นั้น ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกนำมาประมวลผลเชิงบรรยายพร้อมกับแสดงช่องทางการตลาดผักพื้บ้าน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อทราบผักพื้บ้านที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานจะใช้แบบสอบถามปลายเปิดในการสอบถามผู้บริโภครถึงชนิดผักพื้บ้านที่ผู้บริโภครับประทานอยู่ในปัจจุบัน ความถี่ในการบริโภค เหตุผลที่บริโภคผักพื้บ้าน ทักษณคดีที่มีต่อการบริโภคผักพื้บ้าน ข้อมูลดังกล่าวนี้จะได้รับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis)

ทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคผักพื้บ้าน และเหตุผลที่เกษตรกรปลูกผักพื้บ้านถูกจัดคะแนนโดยใช้ likert scale ซึ่งใช้วิธีประเมินหรือให้คะแนน 5 ระดับ ประกอบด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยให้ผู้บริโภคเลือกตอบให้ตรงกับความคิดเห็นของตนมากที่สุด ระดับคะแนน 1 คะแนนน้อยที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และระดับคะแนน 5 คะแนนมากที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง

การตีความในการแปลผล การวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค หลังจากการหาค่าเฉลี่ย
ของความความคิดเห็น

- 1) ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2) ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย
- 3) ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ยังไม่แน่ใจ
- 4) ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วย
- 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยที่ได้คำนวณจากสูตร

$$WHS = (5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5) / TNR$$

เมื่อ WHS คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระดับของความคิดเห็น

f_1 คือ จำนวนของผู้บริโภคเลือกตอบค่ามากที่สุด

f_2 คือ จำนวนของผู้บริโภคเลือกตอบค่ามาก

f_3 คือ จำนวนของผู้บริโภคเลือกตอบค่าไม่แน่ใจ

f_4 คือ จำนวนของผู้บริโภคเลือกตอบค่าน้อย

f_5 คือ จำนวนของผู้บริโภคเลือกตอบค่าน้อยที่สุด

TNR คือ จำนวนสมาชิกที่ให้ข้อมูลทั้งหมด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภคโดยทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (logit model) ในการวิเคราะห์ครั้งนี้มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่นมีค่าเป็น 0 และ 1 ที่แสดงถึงการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำของผู้บริโภค ตัวแปรอิสระเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในแบบจำลองจะใช้วิธีการประมาณความน่าจะเป็นไปได้สูงสุด (maximum likelihood estimation)

แบบจำลองโลจิทเป็นการประมาณค่าพยากรณ์ที่ตกอยู่ในช่วง 0 ถึง 1 ซึ่งมีข้อสมมติว่าข้อมูลมีการกระจายแบบโลจิสติก (logistic probability function) และมีรูปแบบแบบจำลอง ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544; สุชาติ ประสิทธิ์สินธุ, 2540; และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2545; Verbeek, 2001)

$$P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \beta X_i) = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + X_i U_i)}} \quad (3.3)$$

โดยที่

e = ฐานของเน็ทเชอรอลล๊อค (natural log) ซึ่งมีค่าโดยประมาณเท่ากับ 2.718

P_i = โอกาสความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของผู้บริโภคที่ชอบบริโภคผักพื้นบ้าน

F = ฟังก์ชันความน่าจะเป็นสะสมแบบโลจิสติก

X_i = ตัวแปรอิสระสุ่มเลือกตัวที่ i

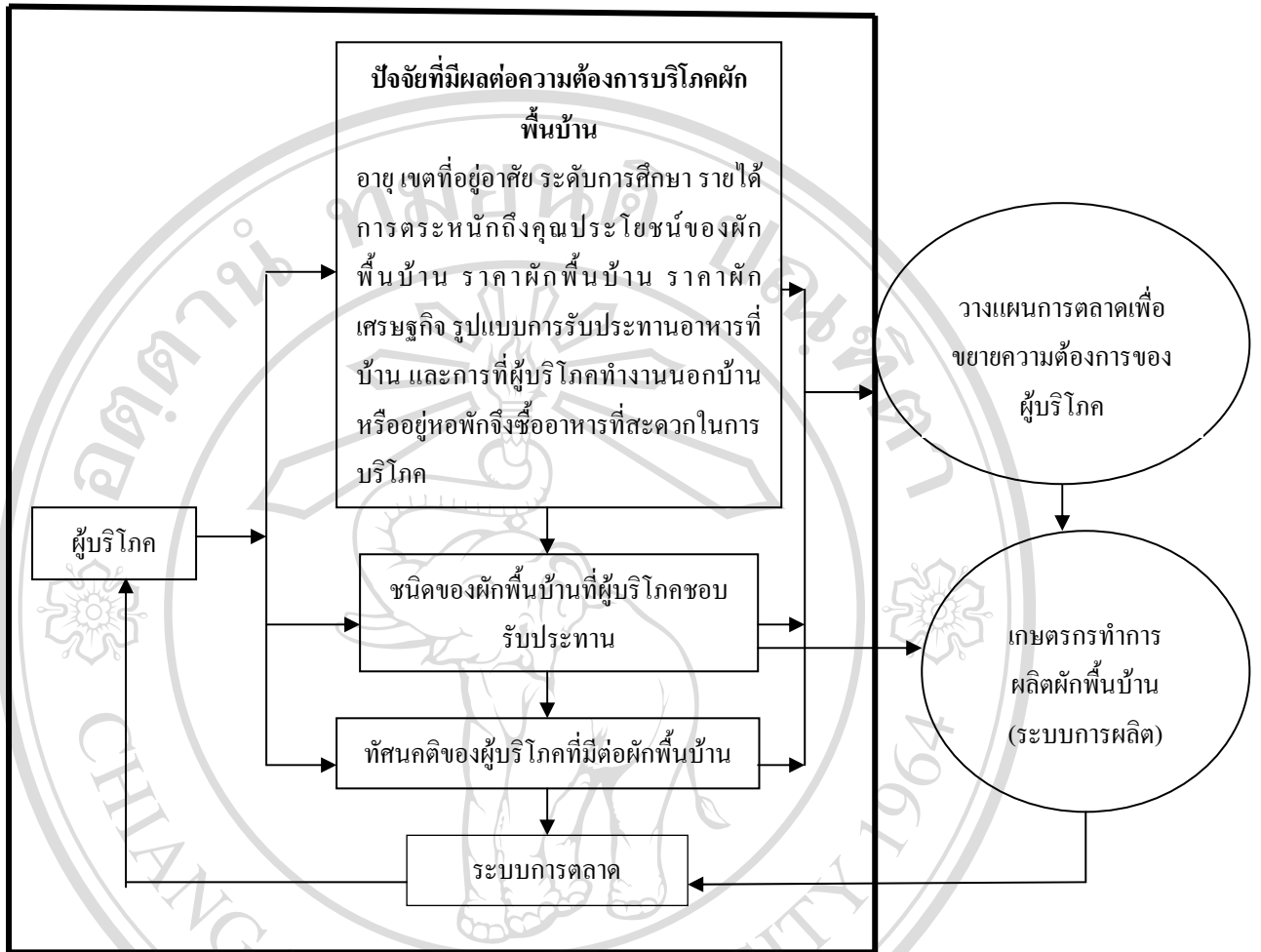
U_i = ตัวแปรคลาดเคลื่อน

สมการที่ (3.3) สามารถแปลงให้อยู่ในรูปแบบที่ง่ายต่อการประมาณค่าได้ดังสมการที่ (3.4) (Verbeek, 2001: หน้า 179; Intriligator, 2000: หน้า 174) การประมาณค่าสมการที่ (3.4) ใช้วิธี maximum likelihood estimation

$$\log \frac{P_i}{1 - P_i} = Z_i = b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p + u_i \quad (3.4)$$

3.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาส่วนใหญ่ไปยังผู้บริโภค (กรอบเส้นทึบ ในภาพ 3.1) นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาระบบการผลิต และระบบการตลาด โดยจะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ อายุ เขตที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา รายได้ การตระหนักถึงคุณประโยชน์ผักพื้นบ้าน ราคาผักพื้นบ้าน ราคาผักเศรษฐกิจ รูปแบบการรับประทานอาหารที่บ้าน และการที่ผู้บริโภคทำงานนอกบ้านหรืออยู่หอพักจึงซื้ออาหารที่สะดวกในการบริโภค โดยจะทำการพิจารณาว่าปัจจัยตัวใดที่มีผลต่อการสร้างโอกาสความน่าจะเป็นในการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำของผู้บริโภค นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาถึงชนิดของผักพื้นบ้านที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักพื้นบ้าน ข้อมูลจากทั้งสามส่วนจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเพื่อขยายความต้องการผักพื้นบ้านของผู้บริโภคให้เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรที่ต้องการผลิตผักพื้นบ้านเชิงพาณิชย์มีข้อมูลชนิดผักพื้นบ้านซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และผักพื้นบ้านที่เกษตรกรผลิตต้องผ่านสู่ระบบตลาดแล้วจึงจะส่งผ่านสู่ผู้บริโภคต่อไป



หมายเหตุ : กรอบเส้นทึบ คือ ขอบเขตการศึกษา

ลูกศร → คือ เส้นที่แสดงทิศทางของการส่งผ่านข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ภาพ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved