

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตรพื้นที่ทิวเขาผิบน้ำตะวันออก ในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์นั้น ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย หรือกระบวนการวิจัย (Methodology) ที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยเป็นวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach Qualitative and Quantitative Research) อันประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีวิจัย หรือกระบวนการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. วิธีดำเนินการวิจัย
2. ขอบเขตการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การทดสอบเครื่องมือ
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) งานวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการศึกษาแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach Qualitative and Quantitative Research) แบบรองรับภายใน (Embedded Design) ซึ่งงานวิจัยย่อยเป็นเชิงปริมาณ ภายในการวิจัยหลักเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้การวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนวิจัยหลักให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น โดยการวิจัยผสมผสานในช่วงของการเก็บข้อมูล และนำผลการวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนการวิจัยหลักเชิงพื้นที่

อันประกอบไปด้วยกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) และกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยมีเหตุผลประการสำคัญของการนำระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) และแบบสอบถาม ดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในการดำเนินกระบวนการวิจัยอันมีสาระสำคัญโดยสรุปดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research)

สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) นั้น โดยเบื้องต้นทางคณะผู้วิจัยได้ดำเนินกระบวนการวิจัย ตามระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตรพื้นที่ทิวเขาผิบน้ำตะวันออก ในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลความคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับระบบ และการจัดการการตลาด แนวคิดการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย

และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร

การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview)

การกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) นั้น ในการกำหนดกระบวนการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้มีกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) กล่าวคือเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือเป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัย (methodology) ที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างหรือมีการนำคำสำคัญ (keywords) มาใช้ประกอบในการชี้นำ

คำสัมภาษณ์ กล่าวคือ มีการร่างข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิดที่มีค่าสำคัญพร้อมกับลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่นและพร้อมที่จะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน ในแต่ละสถานการณ์ที่มีเหตุการณ์หรือมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ตลอดจนบุคคลที่มีความสำคัญหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร ไม่ว่าจะบุคคลที่อยู่ในภาครัฐ ภาคพลเมืองหรือภาคประชาชน ตอบข้อคำถามจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) อันทำให้มาได้ซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่าง ๆ และข้อเท็จจริงในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร

แบบสอบถาม (Questionnaire)

เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟในระบบวนเกษตร เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟในระบบวนเกษตร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

1) สถานการณ์การตลาด หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตด้วยแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 1) Product 2) Price 3) Place และ 4) Promotion ราคาผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ความเพียงพอของผลผลิตต่อความต้องการ รายได้จากการขายผลผลิต รวมถึงวิธีการตลาด/เส้นทางการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากแหล่งเพาะปลูกไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ในแต่ละระดับของการตลาด

2) รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิต/ธุรกิจไปยังตลาดหรือผู้บริโภค ซึ่งจะมีตัวกลางทางการตลาดเป็นตัวที่ช่วยเสริมช่วยกระจายผลผลิตหรือสินค้าไปยังผู้บริโภคชั้นสุดท้าย

3) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พ่อค้าคนกลางผู้รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในแต่ละระดับตลาด เพื่อค้นหา (6Ws 1H) ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมายของตลาด 2) วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ 3) สาเหตุในการซื้อ 4) บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5) ช่วงเวลาในการซื้อ 6) สถานที่/แหล่งในการซื้อ และ 7) ขั้นตอนหรือกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อ

4) ผลผลิตกาแฟ หมายถึง ผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร รวมถึงผลผลิตจากการแปรรูปจากวัตถุดิบกาแฟ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ในพื้นที่ตำบลบ้านด่านนาขาม อำเภอเมือง พื้นที่ตำบลแม่พูล อำเภอลับแล และพื้นที่ตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

5) ระบบการผลิตวนเกษตร หมายถึง รูปแบบการใช้ผลผลิตทางการเกษตร ในระบบวนเกษตรมาสร้างมูลค่าเพื่อให้มีรายได้ โดยจะต้องมีการควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้ และการจัดการคุณภาพการผลิตของผลผลิตทางการเกษตรในระบบวนเกษตร โดยใช้ ฐานข้อมูลชนิดพันธุ์ และสภาพการเจริญเติบโตของไม้ผลพันธุ์พื้นเมืองประกอบไปด้วย การสำรวจ รวบรวม และอนุรักษ์พันธุ์กรรมพืชพื้นเมือง ที่เจริญเติบโต และให้ผลผลิตได้ในระบบวนเกษตร รวมทั้งการศึกษาข้อมูลพันธุ์พืชเบื้องต้น แหล่งที่ตั้งของพันธุ์ และการกระจายตัวของพันธุ์กรรมพืช ศึกษาลักษณะประจำพันธุ์ ประเมินคุณค่าพืชพันธุ์พืช การจัดเก็บจัดเก็บข้อมูลที่ได้ให้เป็นระบบและ จัดทำเป็นฐานข้อมูลพืชเพื่อนำมาใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์พืชได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และระบบสารสนเทศการสร้างมูลค่าจากไม้ผลพันธุ์พื้นเมืองในระบบวนเกษตรประกอบไปด้วย ฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศรายแปลง ฐานข้อมูลศักยภาพการแปรรูป ฐานข้อมูลปัจจัยทางกายภาพพื้นที่ ระบบพยากรณ์การผลิต และระบบพยากรณ์เพื่อการแจ้งเตือนภัยธรรมชาติของการผลิตในระบบวนเกษตร

ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากเกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ตลอดจนบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสำคัญในการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร เพื่อทราบสถานการณ์การตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในจังหวัดอุตรดิตถ์ พฤติกรรมผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์ และการพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยดำเนินการกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random) อันเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดังกล่าว มาดำเนินการประมวลผลข้อมูลอันนำไปสู่ข้อค้นพบต่อไป โดยในส่วนของกำหนัดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึกดังต่อไปนี้

1) กลุ่มตัวอย่าง : เกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์ ในพื้นที่ตำบลแม่พูล อำเภอลับแล พื้นที่ตำบลบ้านด่านนาขาม อำเภอเมือง และพื้นที่ตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จำนวน 100 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร ในพื้นที่ 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านด่านนาขาม อำเภอเมือง ตำบลแม่พูล อำเภอลับแล และตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 30 ราย

3) กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ที่เป็นผลผลิตแปรรูปจากวัตถุดิบกาแฟในระบบวนเกษตร โดยกลุ่มตัวอย่างขึ้นต่ำนจำนวน 385 ราย จากการการคำนวณของ Cochran (1963) ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จากในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากร ขนาดของ

กลุ่มตัวอย่างเป็นสิ่งสำคัญของการวิจัย จำเป็นจะต้องได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสม เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้สูตรในการคำนวณ

สูตรนี้ใช้กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และต้องการประมาณค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มตัวอย่างได้จากการการคำนวณของ Cochran (1963) ที่ไม่รู้จำนวนประชากรแน่ชัด ความเป็นไปได้ 50 และความเป็นไม่ได้ 50 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่างจึงสามารถคำนวณได้ถึง 385 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยสามารถเก็บได้ 390 ตัวอย่าง

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยกำหนดให้ $Z = 1.96$, $p=0.5$, $q=0.5$, $e=0.05$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

σ = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ในวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นมีค่า $Z = 1.96$

4) กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 30 ราย

5) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วยพื้นที่อำเภอลับแล ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่พูล อำเภอเมือง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดำนานาขาม และอำเภอท่าปลา ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลนางพญา

6) ภาศึภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุดรดิตถ์ สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรดิตถ์ สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดอุดรดิตถ์ สภาหอการค้าจังหวัดอุดรดิตถ์ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรดิตถ์ บริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ (YEC Uttaradit) และเครือข่ายภาคีพัฒนาจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 5 -10 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จากเกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตรในจังหวัดอุดรดิตถ์ และกลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ในงานวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบ

ชี้แนะ (guided interview) อันเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีความชัดเจนตายตัว โดยเป็นแต่เพียงการกำหนดแนวข้อคำถามแบบเปิดกว้าง หรือเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีผลทำให้ข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ แสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะได้อย่างหลากหลายในทุกแง่มุม โดยคณะผู้วิจัยหรือผู้สัมภาษณ์สามารถที่จะดำเนินการสัมภาษณ์และสามารถที่จะสอบถาม ติดตามและซักไซ้ไล่เรียงข้อมูลข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดปลีกย่อยที่สำคัญและมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นของคำตอบ อันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย และข้อเท็จจริงในมิติต่าง ๆ ที่ ดั้งนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ (Interview form) ประกอบไปด้วย

- แบบสัมภาษณ์ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร
- แบบสัมภาษณ์ กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรธานี
- แบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรธานี
- แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ที่เป็นผลผลิตแปรรูปจากวัตถุดิบกาแฟในระบบวนเกษตร
- แบบสัมภาษณ์พฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร และกลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรธานี
- แบบสัมภาษณ์ ภาควิชาครุฑและเอกชน

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้านเนื้อหาของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัย จึงนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และให้การเสนอแนะในการทำวิจัย ซึ่งถือเป็นการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและให้ได้คำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ผลดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด มีค่าระหว่าง 0.721-0.897 และ ครอนบักอัลฟาของการตัดสินใจซื้อชาดอกกาแฟ คือ 0.799 นอกจากนี้หลังจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่น ซึ่งพบว่าค่าความเชื่อมั่นของทุกตัวแปรเกินกว่า 0.70 (ดังตารางที่ 3.1)

รายการ	กลุ่มทดลอง (n = 30)	กลุ่มตัวอย่าง (N = 390)
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.897	0.823
ด้านราคา (Price)	0.833	0.846
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.880	0.733
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	0.721	0.700
การตัดสินใจซื้อชาดอกกาแฟ	0.799	0.833

ตารางที่ 3.1 การเทียบครอนบักอัลฟาของกลุ่มทดลองและกลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้วัดระดับข้อมูลประจักษ์เป็นวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับโดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับความคิดเห็น 4	หมายถึง	มาก
ระดับความคิดเห็น 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับความคิดเห็น 2	หมายถึง	น้อย
ระดับความคิดเห็น 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การอภิปรายผลวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปลผล ซึ่งผลคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอัตราภาคขั้นมีดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตร ความกว้างของอัตราภาคขั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการประเมินผล การอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลของการวิจัยในลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดผลข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์เจาะลึก การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลข้อมูล สร้างข้อสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่ม โดยการสรุปและตีความผลที่ได้ รวมทั้งตรวจสอบความน่าเชื่อถือ มีการจัดการข้อมูลทางกายภาพ และเนื้อหาที่มาจาก การสังเกต การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนา ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนแบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟในระบบวนเกษตรผู้วิจัยได้ทำการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) และได้ทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของ แบบสอบถามทั้งหมดที่ จากกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัสข้อมูล นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ ตัวเลขแทนค่าตัวแปรต่าง ๆ ทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. การบันทึกข้อมูล นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัส บันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ประกอบไปด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อชาดอกกาแฟ ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งซื้อ ความถี่ เหตุผลการตัดสินใจซื้อ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การแปลผลข้อมูลวิเคราะห์เป็น จำนวน และร้อยละ

ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งหมด 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยใช้การแปลผลข้อมูลวิเคราะห์เป็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น

ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลข้อมูล ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อชาดอกกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analyses: MRA) แบบการถดถอยปกติ (Enter Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด