

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร และขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ปัจจัยการซื้อสินค้าขององค์การธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ระดับความต้องการซื้อ ภาวะเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การพัฒนาด้านการเมืองและข้อห้ามต่างๆ การพัฒนาการแข่งขัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการ โครงสร้างขององค์กร และระบบ ปัจจัยระหว่างบุคคล ประกอบด้วย ความสนใจอำนาจ สถานะ ความเห็นอกเห็นใจ และการชักชวน โดยไม่รวมถึงปัจจัยเฉพาะบุคคล เนื่องจากศึกษาในส่วนข้อมูลทั่วไปของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืช ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและข้อเสนอแนะอื่นๆ

3.2 ขอบเขตประชากร และขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

3.2.1 ขอบเขตประชากร

ร้านค้าจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืช ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ผู้ผลิต และจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ และมีการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์พืชและสินค้าทางการเกษตร

3.2.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืช ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 150 ราย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 150 ชุด ซึ่งจะทำการสำรวจไปยังร้านค้าตัวแทนจำหน่ายต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการและข้อมูลทางสถิติ โดยรวบรวมจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ลักษณะการจดทะเบียนกิจการ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการสั่งซื้อสินค้า ยอดการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทสินค้าที่จำหน่าย บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ที่นิยมสั่งซื้อ ประเภทของเมล็ดพันธุ์ที่ซื้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืชที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์พืช

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์โดยเครื่องมือสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อสรุปข้อมูลข้างต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้

การวัดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับและมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ซึ่งการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย โดยค่าเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืชในจังหวัดเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 11 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2554