

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านไธสง จังหวัดลำพูน มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่จะทำการศึกษาคือเกษตรกรในอำเภอบ้านไธสง จังหวัดลำพูน ซึ่งในปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 32,532 ราย¹³ ทั้งนี้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ณะระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดตัวอย่าง 138 ตัวอย่าง¹⁴ ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการศึกษาจำนวน 140 ตัวอย่าง โดยจะทำการเก็บตัวอย่างตามสัดส่วนในตำบลต่างๆ 5 ตำบลในอำเภอบ้านไธสงดังนี้

ตำบล	จำนวนเกษตรกร (ราย)	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
บ้านไธสง	9,751	30%	42
ป่าพลุ	5,702	18%	25
ศรีเคียบ	5,237	16%	22
เหล่ายาว	7,940	24%	34
หนองปลาสาวย	3,902	12%	17
รวม	32,532	100%	140

ทั้งนี้การเก็บตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และจะทำการสุ่มแบบเจาะจงตามเฉพาะเกษตรกรที่มีอำนาจตัดสินใจ เลือกซื้อสารกำจัดวัชพืช

¹³ สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน.2544.

¹⁴ ปวีณรัตน์ เลิศจิระจรัส และคณะ . ระเบียบวิธีการวิจัยทางธุรกิจ . เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยพายัพ 2542 .หน้า 58.

ขอบเขตเนื้อหา

สำหรับขอบเขตเนื้อหาในครั้งนี้จะเป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่เกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ใช้ในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสารกำจัดวัชพืช

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน จำนวน 140 ราย การศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรกรรม ได้แก่ ประเภทผลผลิต ปริมาณผลผลิต เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสารกำจัดวัชพืช โดยจะศึกษาในแต่ละปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) และใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ของปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดใช้มาตราลิเคิร์ต สเกล (likert's Scale)¹⁵ ซึ่งลักษณะคำตอบมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1
สำคัญน้อย	2
ปานกลาง	3
สำคัญมาก	4
สำคัญมากที่สุด	5

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับมากที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 ถึงเดือนเมษายน 2546

¹⁵ ทองใบ สุทธาวี.การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด. สุรินทร์ : สถาบันราชภัฏสุรินทร์.2537.