

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด กลุ่มประชากรในการศึกษานี้ คือ จะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 จำนวน 3,072 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างคัดเลือกประชากรที่ศึกษา โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือมีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973) ได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 354 ราย และจะดำเนินการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) (กฤษทลี เวชสาร, 2546:146)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ผู้ศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรูปแบบโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันทำการเกษตร รายได้เฉลี่ยของครอบครัวเฉลี่ย ต่อเดือน และระยะเวลาที่เป็นสมาชิกสหกรณ์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการขายผลิตผลทางการเกษตร ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด

การเปลี่ยนระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ และระดับของปัญหาเป็นคะแนน ใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

ระดับน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน
ระดับน้อย	ให้	2	คะแนน
ระดับปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ระดับมาก	ให้	4	คะแนน
ระดับมากที่สุด	ให้	5	คะแนน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแม่แจ่ม จำกัด จำนวน 354 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม โดยดำเนินการวิเคราะห์เป็นลำดับดังนี้

1. นำข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

2. นำข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ และระดับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตผลทางการเกษตร ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ เกณฑ์ระดับความหมาย แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระดับการมีผลต่อการตัดสินใจและระดับปัญหาต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 — 1.50 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจหรือมีปัญหาในระดับน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 1.51 — 2.50 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจหรือมีปัญหาในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 2.51 — 3.50 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจหรือมีปัญหาในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 3.51 — 4.50 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจหรือมีปัญหาในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 4.51 — 5.00 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจหรือมีปัญหาในระดับมากที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2550 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549