

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากกากมูลสุกรของบริษัท แม่ทา วิ. พี. จำกัด มีวิธีดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม
3. สัมภาษณ์เชิงลึก
4. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์
5. สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
6. จัดทำรายงานการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากกากมูลสุกรของบริษัท แม่ทา วิ. พี. จำกัด มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

##### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากกากมูลสุกรของบริษัทแม่ทา วิ.พี. จำกัด เนื้อหาทั้งหมดใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิมาวิเคราะห์ เป็นการศึกษาเพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้า กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์นอกจากนี้ยังศึกษาคลอบคลุมถึงสภาพการณ์ และโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากกากมูลสุกรของบริษัทแม่ทา วิ.พี.จำกัด โดยพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ สภาพความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการการศึกษาความเป็นไปได้ในทางการตลาดนี้มีการทำวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกภายใน (SWOT Analysis) ของ บริษัท แม่ทา วิ.พี.จำกัด รวมถึงการแบ่งกลุ่มลูกค้าและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และได้มีการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาพิจารณาประกอบด้วย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่นที่อาจมี ผลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อวางแผนทางการตลาดในการจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายปุ๋ย และเกษตรกรผู้ปลูกพืชในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน

### 3.2 ขนาดตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการศึกษาคั้งนี้จึงแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน จำนวน 20 ราย
- 2) เกษตรกรผู้ปลูกพืชจำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ปลูกพืชในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนโดยจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ จังหวัดละ 200 คน คน โดยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Specific Method) เฉพาะผู้ที่เป็นเกษตรกรผู้ปลูกพืชในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน และโดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

### 3.3 วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชุดคือ
  - ชุดที่ 1 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยในจังหวัดเชียงใหม่ 10 รายและจังหวัดลำพูน 10 ราย โดยทำการสุ่มแบบ
  - ชุดที่ 2 โดยการใช้แบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกพืชในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน เพื่อรวบรวมข้อมูลความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของ เกษตรกรจำนวน 400 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งศึกษาค้นคว้าจากรายงานบทความข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชุดคือ

- ชุดที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน โดยมีเนื้อหาการสัมภาษณ์ครอบคลุมในด้านสภาพการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายปุ๋ย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันแนวโน้มและโอกาส

ทางการตลาด นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในประเด็น โอกาสหรือเหตุการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจของบริษัท ที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกและอุปสรรค คือ สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจของบริษัท อันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกโดยจะวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลภายในกิจการของบริษัท แม่ทา วิ.พี.จำกัด ในประเด็นความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทที่เป็นสิ่งที่บริษัทสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้โดยรวมทั้งสิ่งที่บริษัททำได้ไม่ดีและเป็นข้อเสียเปรียบของบริษัท

ชุดที่ 2 ใช้แบบสอบถามใช้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์รวมทั้งใช้วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด 4Ps โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการใช้ปุ๋ย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร

โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดและนำข้อมูล เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 4Ps ของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลชุดที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละและความถี่

ข้อมูลชุดที่ 2 แบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกพืชจะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ และใช้ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ท (นราศรี ไวนิชกุล, 2524) ซึ่งลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยโดยคะแนนที่ได้จะนำมาแปลความหมายตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21- 5.00	มีผลมากที่สุด
3.41-4.20	มีผลมาก
2.61-3.40	มีผลปานกลาง
1.81-2.60	มีผลน้อย
1.00-1.80	มีผลน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
บริษัทแม่ทา วี.พี.จำกัด  
ร้านจำหน่ายปุ๋ย

### 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2553