

การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกู้เกียรติพาณิชย์
**MARKETING STRATEGY PLANNING TO INCREASE SALE REVENUE
 ON HERBICIDES OF KOOKIATPANIT**

ศรายุทธ เอกคณาสิงห์¹
 เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต²

บทคัดย่อ

การศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกรที่เพาะปลูกข้าว ในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ และกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกู้เกียรติพาณิชย์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกร จำนวน 400 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลพฤติกรรมและปัจจัยของเกษตรกร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกำหนดกลยุทธ์วางแผนการตลาดเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช ประกอบด้วยโครงการระยะสั้น 3 โครงการ และโครงการระยะยาว 2 โครงการ สามารถเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชได้อย่างน้อย 10 % เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปี พ.ศ. 2557

คำสำคัญ: แผนการตลาด การเพิ่มยอดขาย สารเคมีกำจัดวัชพืช

Abstract

This research aimed to study the personal characteristic, behavior, and the factors that affected purchasing herbicides decision of farmer in Chumponburee District, Surin Province, and also to set marketing strategy to increase the sales volume on herbicide of Kookiatpanit. Data were collect from 400 farmers. The data were analyzed by descriptive statistic using percentage, means standard deviation. The study found that the personal characteristic, behavior, and the factors that affected purchasing herbicides decision of farmer. The last research analyze data and set marketing strategy to increase the sales volume on Herbicides. Therefore, researcher creates 3 short-term projects and 2 long-term projects. When compare with 2014, the 5 projects can increase sales volume of herbicide at least 10%.

Keywords: Marketing strategy planning, Increase sale revenue, Herbicides

¹ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น 123 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002
 082-1179975 sarayuth_a@kkumail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ / ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล / คณะวิศวกรรมศาสตร์ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

สารเคมีกำจัดวัชพืชนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตภาคเกษตรกรรม [1] เนื่องจากวัชพืชสามารถสร้างความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อมในการทำเกษตรกรรม โดยในปัจจุบันพบว่าเกษตรกรมีการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชเป็นจำนวนมากในการเพาะปลูกข้าว พืชไร่ พืชสวน

ทางร้านกู่เกียรติพาณิชย์ จึงได้มีแนวคิดที่จะศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีการเกษตรของเกษตรกรที่เพาะปลูกข้าว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ลักษณะการถือครองที่ดิน ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อปี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกร [1] พฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง [2] และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตรโดยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกษตรกรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเดินทางซื้อสินค้าสะดวก [3] ซึ่งจะนำผลการศึกษาดังกล่าวไปวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยการนำแนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน [4] มากำหนดแผนการตลาด และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีการเกษตร สำหรับการนำการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาเพิ่มยอดขายในโครงการระยะสั้นและระยะยาว จะต้องให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน [5]

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกร
- เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกร
- เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการจัดการและสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์
- เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ ในการเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช ให้มีอัตราเพิ่มขึ้น 10% ในระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 จนถึงปี พ.ศ.2560 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปี พ.ศ. 2557

วิธีดำเนินงาน

ในการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีทางการเกษตร ของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยของเกษตรกรที่มาซื้อสารเคมีการเกษตรไปใช้ในการทำเกษตรกรรม นำมาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีการเกษตรโดยใช้แบบสอบถาม (Survey Questionnaires) และนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- การศึกษาลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้สารเคมีการเกษตรของเกษตรกร ในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวจำนวน 13,694 ราย [6] ซึ่งสามารถหาจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของเครซีและมอร์แกน [7]

$$n = \frac{x^2 Np(1-P)}{e^2(N-1) + x^2 p(1-P)} \quad (1)$$

น คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e^2 คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.5

x^2 คือ ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95 %

$$(x^2 = 3.841)$$

P คือ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร $P = 0.5$

จากผลการคำนวณตามสมการที่ 1 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาอย่างน้อยจำนวน 374 ราย เพื่อความมีประสิทธิภาพ จึงใช้กลุ่ม ตัวอย่างจากเกษตรกรที่ปลูกข้าวจำนวนทั้งหมด 400 ราย และทำการจับสลากออกมาเป็นจำนวนทั้งหมด 5 ตำบล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างดังแสดงผลการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) อ้างถึงตารางที่ 1

สำหรับการสร้างแบบสอบถามโดยใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษารังนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของเกษตรกร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกร

- ซึ่งจะถูกนำมาคำนวณข้อมูลทางสถิติ โดยใช้เครื่องมือโปรแกรมสำเร็จรูป โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นการหาค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบไปด้วย ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมในการซื้อสารเคมีการเกษตร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตร โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ร้อยละ (Percentage of frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- การกำหนดแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช ของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จ จากนั้นนำข้อมูลมาวางแผนเพื่อกำหนดแผนการตลาด ประกอบไปด้วย โครงการระยะสั้นและโครงการระยะยาว ในการเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกู่เกียรติพาณิชย์

ผลการวิจัย

- ผลการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 31.8) มีการใช้พื้นที่เพาะปลูก อยู่ในระดับ 21 – 30 ไร่ (ร้อยละ 25) และมีวิธีการในการเพาะปลูกด้วยการทำนาหว่าน (ร้อยละ 96.5) ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าวในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์

- ผลการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช พบว่า เกษตรกรมีการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช (ร้อยละ 89) ซึ่งสารเคมีกำจัดวัชพืชที่ใช้ มีการใช้ผลิตภัณฑ์ข้างลูกโลก (ร้อยละ 61.80) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ตราที่อกเอ็กซ์ (ร้อยละ 39.61) โดยส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชจากร้านกู่เกียรติพาณิชย์ (ร้อยละ 91.29) รองลงมาคือห้างหุ้นส่วนจำกัดเพ็ญสนองกรู๊ป (ร้อยละ 21.07) ในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชในแต่ละครั้งอยู่ในระดับ 3-6 กิโลกรัมหรือลิตร (ร้อยละ 37.9) โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชในแต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 27.2) สำหรับบุคคลที่แนะนำการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช คือ เพื่อนเกษตรกร (ร้อยละ 52.81) บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช คือ ตัวเกษตรกรเอง (ร้อยละ 50.6) โดยทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสารเคมีกำจัดวัชพืชจากเพื่อนเกษตรกร (ร้อยละ 49.16) และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเมื่อซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืช คือ คุปองส่วนลด (ร้อยละ 54.21) รองลงมาคือ บัตรสินเชื่อเกษตรกร (ร้อยละ 52.25) สำหรับเกษตรกรที่เคยใช้บริการจากร้านกู่เกียรติพาณิชย์ (ร้อยละ 95.2) มีเหตุผลในการเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชร้านกู่เกียรติพาณิชย์ เนื่องจาก การเดินทางสะดวก (ร้อยละ 19.9) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 41.59)
- ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.22) สามารถซื้อสินค้าได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และด้านการให้บริการของบุคลากร คือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14)
- ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป โดยใช้แนวคิด (PESTE Analysis) พบว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเอื้ออำนวยต่อการจำหน่ายสารเคมีกำจัดวัชพืช เนื่องจากมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีความต้องการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชเพิ่มมากขึ้น และการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ โดยใช้แนวคิด (Five Force Model) มาวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งร้านกู่เกียรติพาณิชย์มีความได้เปรียบในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย แต่มีข้อเสียเปรียบ คือ ไม่บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร
- ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช โดยนำแนวคิดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix) มากำหนดกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์เชิงรับ (SO Strategies) มีการให้ความรู้และคำปรึกษาการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชให้แก่เกษตรกร การดำเนินกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO Strategies) มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเปิดให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST Strategies) จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับบริษัทจำหน่ายสารเคมีกำจัดวัชพืช เพื่อเป็นการขยายฐานการตลาดและป้องกันการแทรกแซงราคา การสร้างความแตกต่างในการบริการและเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้า กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies) การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสามารถสร้างแรงจูงใจการซื้อสินค้า
- จากผลการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช ของร้านกู่เกียรติพาณิชย์ โดยมีโครงการระยะสั้น จำนวน 3 โครงการ ประกอบไปด้วย โครงการคุปองส่วนลดสินค้าที่ร่วมรายการส่งเสริมการขาย โครงการแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้า โครงการลูกค้าสัมพันธ์ จัดฉากรางวัล/ชิงโชครับของรางวัล และโครงการระยะยาว จำนวน 2 โครงการ ประกอบไปด้วย โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร โครงการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวิทยุกระจายเสียง สามารถเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืช 10 % เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชในปี พ.ศ.2557 ดังแสดงผลการเปรียบเทียบยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชในปี พ.ศ. 2557 กับผลประมาณการตามแผนโครงการระยะยาวในปี พ.ศ. 2558-2560 อ้างถึงในภาพที่ 1

สรุป

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกึ่งเกียรติพาณิชย์ สามารถเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกึ่งเกียรติพาณิชย์ให้เพิ่มขึ้น ตามแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ซึ่งมีโครงการระยะสั้น จำนวน 3 โครงการ โดยมีระยะเวลาการดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 โดยใช้งบประมาณ จำนวน 16,800 บาท ซึ่งสามารถเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชเพิ่มขึ้น 10 % และโครงการระยะยาว จำนวน 2 โครงการ มีระยะเวลาการดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2558-พ.ศ. 2560 โดยใช้งบประมาณจำนวน 65,000 บาท ซึ่งประเมินการว่า ในปี พ.ศ. 2558 จนถึงปี พ.ศ. 2560 จะสามารถเพิ่มยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชของร้านกึ่งเกียรติพาณิชย์ มากกว่า 10 %

ข้อเสนอแนะ

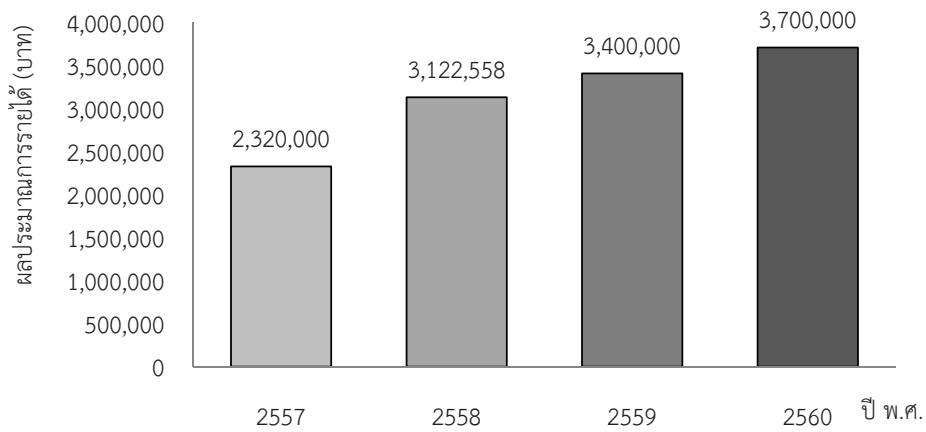
- ความครอบคลุมของเนื้อหาในแบบสอบถามควรมีความครอบคลุมที่ชัดเจน
- ควรมีการศึกษาถึงการใส่สารเคมีกำจัดวัชพืชครอบคลุมไปถึงพืชไร่และพืชสวน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีด้วยได้รับด้วยได้รับความอนุเคราะห์จากร้านกึ่งเกียรติพาณิชย์และผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- [1] พลอยสุดา อร่ามรส. (2555). พฤติกรรมการซื้อขายวัสดุการเกษตรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [2] ปฐมา เกษตรทัต. (2557). การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยเคมีตราลูกโลกสมอ ของร้านมารวยพาณิชย์ อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [3] ธัญญาภรณ์ ประยงค์เพชร. (2557). การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การเกษตร ราชามอเตอร์ อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [4] ลิขิต พันธุ์โกคา. (2556). แผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายดูอัลโกลด์ของบริษัทชินเจนทา ครอบคลุมทั่วประเทศชั้น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [5] ยศพล มาสันติสุข. (2546). การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยเคมีของห้างหุ้นส่วนจำกัด เกษตรประสงค์. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [6] กรมส่งเสริมการเกษตร. (2558). จำนวนประชากรกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://www.doae.go.th>
- [7] ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.



ภาพที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบยอดขายสารเคมีกำจัดวัชพืชในปี พ.ศ. 2557 กับผลประมณการตามแผนโครงการ ระยะยาวในปี พ.ศ. 2558 - 2560

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ลำดับ	รายชื่อตำบล	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	เขตตำบลชุมพลบุรี	22	117
2	เขตตำบลนาหนองไผ่	19	101
3	เขตตำบลศรีณรงค์	13	69
4	เขตตำบลไพรขลา	12	64
5	เขตตำบลหนองเรือ	9	48