



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี

Factors Affecting the Decision to Buy Chemical Fertilizer of Rice Farmers

in Pathum Thani Province

ชัยรัตน์ ถึงสาคร¹ และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญ²

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, chairut_thungsakorn@hotmail.com

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, pashatai.c@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของเกษตรกรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิและแบบง่าย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent Sample t-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า

1) ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ ช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง ฤดูกาล และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 9.6

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ



ABSTRACT

This Independent study is objective for (1) To study demographic factor affecting the decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province. (2) To study purchasing behavior of farmers affecting the decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province and (3) to study marketing mix factor affecting the decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province. The population used in the research is rice farmers in Pathum Thani province. The sampling by stratified sampling and simple random sampling. The researchers use the questionnaire as a tool to store data from a sample group. Number of 400 people data analysis uses descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and uses of the inferential statistics, including Independent Sample t-test F-test and multiple regression analysis.

The results found that:

1) Demographic factor of rice farmers in Pathum Thani province, which were age, education level And cultivating experience had different affect decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province. It had statistical significance level of .05.

2) Behavioral factors for buying fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province, which were amount of chemical fertilizer purchased per time, season, and the person who affecting to purchase chemical fertilizer had different affect decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province. It had statistical significance level of .05.

3) Marketing mix factors, which were product and place affecting the decision to buy chemical fertilizer of rice farmers in Pathum Thani province. It had statistical significance level of .05 and predictive power of 9.6%.

Keywords: Consumer Behavior, Marketing Mixed Factors, Decision to Buy

1. บทนำ

ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้ข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 149,253,717 ไร่ จากพื้นที่ทั้งหมด 320,696,888 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 46.54 ของเนื้อที่ทั้งประเทศ โดยภาคกลางมีเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 31,131,490 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 47.69 ของเนื้อที่ภาคกลาง โดยจังหวัดปทุมธานี มีเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 510,504 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 53.53 ของเนื้อที่จังหวัดปทุมธานี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) โดยมีข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญที่สุดของประเทศ นอกจากนี้จะใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ข้าวยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้จากการส่งออกเป็นอันดับ 2 ในกลุ่มสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์รองจากยางธรรมชาติ โดยในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการส่งออก 191,224 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าการส่งออก 199,392 ล้านบาท ซึ่งอัตราการขยายตัวปี พ.ศ. 2557 – 2561 คิดเป็นร้อยละ 1.36 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561)

ถึงแม้ข้าวไทยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามผลผลิตต่อไร่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ ดังนั้นปุ๋ยเคมีจึงเป็นทางเลือกของเกษตรกรเพื่อเพิ่มผลผลิตดังกล่าว เพราะปุ๋ยเคมีเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วถึงที่สามารถเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกรทำให้เกษตรกรมีผลผลิตที่สูงขึ้นและเพียงพอในการ



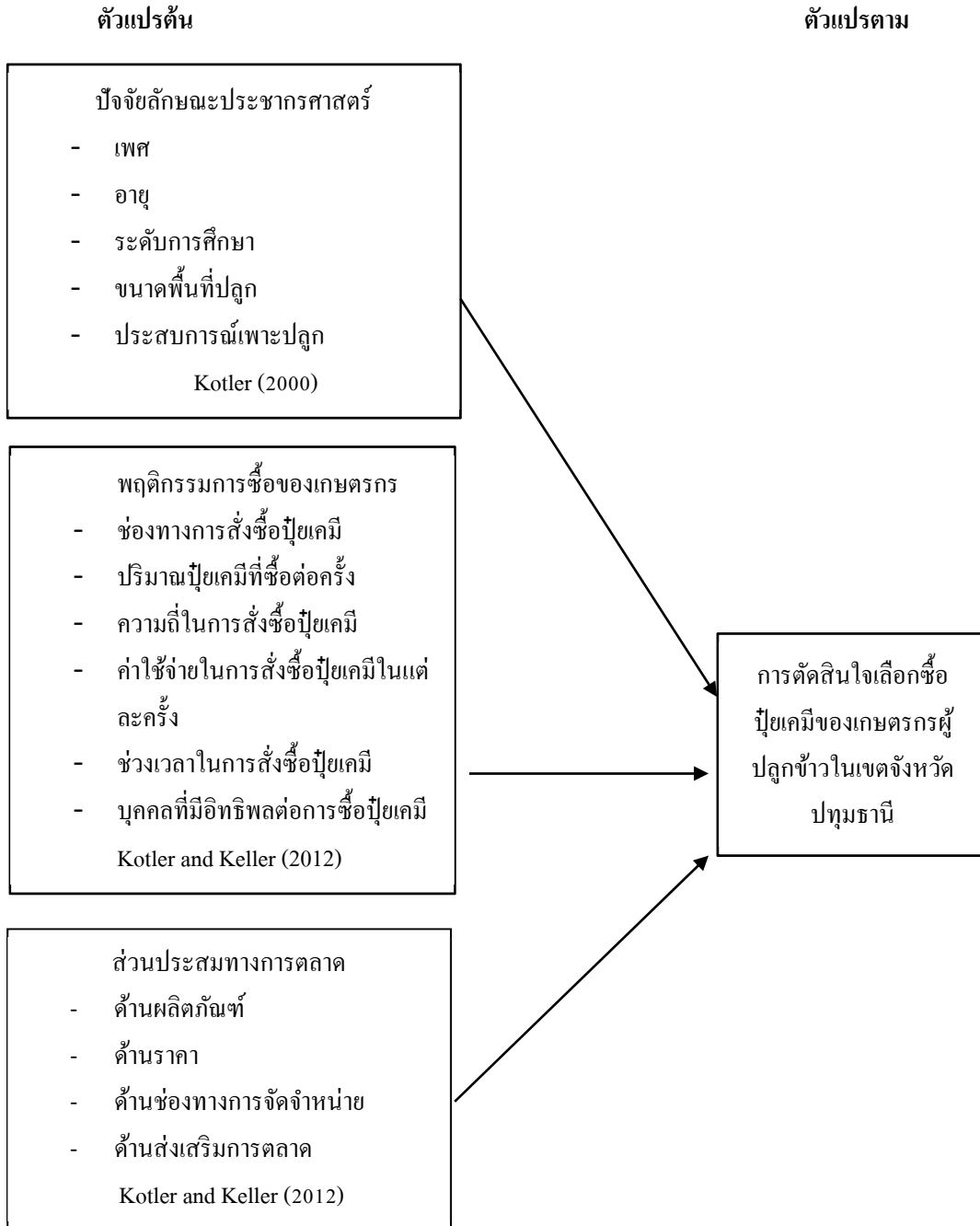
เป็นวัตถุประสงค์สืบเนื่องโรงงานอุตสาหกรรมภายในประเทศ และต่างประเทศ (ฉัตรธรรม พิลาดง, ประสาน ยิ้มอ่อน และกรรณิศา เร่งศิริกุล, 2557, น. 56) และจากบทความวิจัยของ นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2561) ได้มีการคาดการณ์ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีในช่วงปี พ.ศ. 2561-2563 จะขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 5-7 ต่อปี โดยปัจจัยหนุนจาก (1) สภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการขยายการเพาะปลูก (2) กำลังซื้อของเกษตรกรกระเตื้องขึ้นตามราคาสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น และ (3) แนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกอ้อยและปาล์มน้ำมัน ซึ่งเป็นพืชที่มีอัตราการใช้ปุ๋ยเคมีต่อไร่สูง อย่างไรก็ตาม ประเด็นความเสถียรที่ควรระวัง ได้แก่ (1) ค่าพลังงานที่คาดว่าจะปรับสูงขึ้น (2) ต้นทุนการป้องกันความเสี่ยงจากค่าเงินที่ผันผวนอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการนำเข้าปุ๋ยเคมี และ (3) การควบคุมราคาขายปัจจัยการผลิตภาคเกษตรของภาครัฐ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดในการทำกำไรของผู้ประกอบการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า จังหวัดปทุมธานีมีเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตรมากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่จังหวัด และข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของประเทศ และการเติบโตของของอุตสาหกรรมปุ๋ยเคมีมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นของอุตสาหกรรมปุ๋ยเคมี ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงศักยภาพ และโอกาสของอุตสาหกรรมปุ๋ยเคมีในจังหวัดปทุมธานี อีกทั้งปุ๋ยเคมีเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกรและผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี” โดยศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับปุ๋ยเคมีสามารถวางแผนในการดำเนินการ บริหารจัดการ วางกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนพัฒนาสินค้าเพื่อให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของธุรกิจต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของเกษตรกรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภค

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษา หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ Solomon, (2013) ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาลึกลงไปถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มหรือองค์การทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2012)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวทางการตลาด ที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือ หมายถึง ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งบริษัทนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย (Kotler, 1997) โดย Kotler and Keller (2012) ได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยกิจกรรม 4 ด้านคือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่กิจการเสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการและให้ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค (2) ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ และ (4) ด้านส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลระหว่างกิจการ และผู้บริโภค มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจของมนุษย์โดยทั่วไปที่จะเกิดจากการเรียนรู้และการรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ กระบวนการเรียนรู้และการรับรู้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ เนื่องจากการเรียนรู้และการรับรู้จะก่อให้เกิดการสั่งสมและประสบการณ์ (วิเชียร วิทย์อุดม, 2556) เป็นในการค้นหาทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (George and Jones, 1996)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชธรรม พิลาแดง, ประสาน ยิ้มอ่อน และกรรณิกา เร่งศิริกุล (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกร ในอำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด” ผลการวิจัยพบว่า อายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก เพศ ระดับการศึกษา และการเข้ารับการอบรมเรื่องการใช้ปุ๋ย มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร

นงรัญญ์ บุญขาวาง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดบ่อที่สุด สาเหตุที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อบำรุงดิน สถานที่ที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมซื้อจากร้านขายอุปกรณ์การเกษตร กลุ่มตัวอย่างรู้จักปุ๋ยอินทรีย์จากการโฆษณาจากวิทยุ โทรทัศน์ และวารสาร การเกษตร เกษตรกรตัดสินใจซื้อเอง ปริมาณการซื้อปุ๋ยในแต่ละครั้ง 5-10 กระสอบปุ๋ยต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ 2-3 ครั้งต่อปี



ชญานิษฐ์ อัจฉริยะ โปธา และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริม การตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

จักรกฤษ เข้มง โหล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของร้านปุ๋ยเคมีในจังหวัดจันทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ปุ๋ยเคมีในเดือนเมษายน -กันยายน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ปุ๋ยเคมีช่วยในการเจริญเติบโตของผล ในด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการซื้อปุ๋ยเคมี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับครอบครัวมีส่วนร่วมในการซื้อปุ๋ยเคมี

มารีนา มาหมื่น, ยุทธนา ธรรมเจริญ และศิริชัย พงษ์วิชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยที่อยู่ใกล้สวนยางพาราซื้อปุ๋ยอินทรีย์ปีละ 2 ครั้ง ประมาณ 1- 2 ตันต่อครั้ง โดยช่วงเวลาที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากที่สุด คือช่วงเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม และตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้วยตนเองเป็นหลักส่วนสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ก็คือ ปรับปรุงโครงสร้างดิน ช่วยไม่ให้ดินเสีย และช่วยเพิ่มผลผลิตได้ดี

ณัฐนิชา สมศรีโส วิทยา (2552) ศึกษาเรื่อง “การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร ประสบการณ์ในการทำการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์การเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

6. การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อรวบรวมข้อเท็จจริงในการอภิปรายปรากฏการณ์ที่ค้นพบ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี มีจำนวนครัวเรือนเกษตรกร 20,538 ครัวเรือน (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดปทุมธานี, 2562) กลุ่มตัวอย่างสุ่มตัวอย่างจากครัวเรือนเกษตรกร ครัวเรือนละ 1 คน จึงใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างโดยวิธีของ Yamane (1973) ได้ขนาดตัวอย่าง 393 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและนำมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้ 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอนคือ 1) การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยให้อำเภอเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากร 2) จะทำการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีเลือกสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ แบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟา จากการดำเนินการทดสอบข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดแรก ได้ผลการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha รวมมีค่า 0.906

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาจำนวน ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไป ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายข้อมูลต่าง ๆ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การหาความแตกต่างด้วยตัวแปรด้านสถิติ t-test (Independent Sample Test) F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



7. ผลการวิจัย

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 308 คน (ร้อยละ 77.00) มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.00) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือต่ำกว่า จำนวน 300 คน (ร้อยละ 75.00) มีขนาดพื้นที่ปลูก 21 – 40 ไร่ จำนวน 139 คน (ร้อยละ 34.75) และมีประสบการณ์เพาะปลูก 26 ปี ขึ้นไป จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.00)

พฤติกรรมกรรมการซื้อของเกษตรกร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ด้านช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมีจากสถานที่จำหน่าย จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้งจำนวน 0.5 – 1 ตัน จำนวน 200 คน (ร้อยละ 50.00) ความถี่ในการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี 3 - 4 ครั้งต่อปี จำนวน 229 คน (ร้อยละ 57.25) ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 163 คน (ร้อยละ 40.75) ซื้อปุ๋ยเคมีในช่วงฤดูกลาง เดือน มีนาคม-มิถุนายน จำนวน 219 คน (ร้อยละ 54.75) และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมีคือตนเอง จำนวน 246 คน (ร้อยละ 61.50)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.75$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.42$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.29$) และ ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.18$) ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเพราะช่วยในการเจริญเติบโตของผลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ การทำนตัดสินใจซื้อเพราะช่วยในด้านคุณภาพของผลผลิต ($\bar{X} = 4.09$) และน้อยที่สุดคือ การตัดสินใจซื้อเพราะช่วยในการสร้างตลาด ($\bar{X} = 3.90$)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปร	สถิติ	ค่าสถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	0.930	0.353	ไม่สอดคล้อง
อายุ	F-test	9.441	0.000*	สอดคล้อง
ระดับการศึกษา	F-test	7.094	0.000*	สอดคล้อง
ขนาดพื้นที่ปลูก	F-test	1.076	0.359	ไม่สอดคล้อง
ประสบการณ์เพาะปลูก	F-test	3.976	0.002*	สอดคล้อง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ ช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง ฤดูกาล และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปร	สถิติ	ค่าสถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
ช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี	F-test	6.458	0.000*	สอดคล้อง
ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง	F-test	3.828	0.023*	สอดคล้อง
ความถี่ในการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี	F-test	1.012	0.365	ไม่สอดคล้อง
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อปุ๋ยเคมีในแต่ละครั้ง	F-test	1.385	0.238	ไม่สอดคล้อง
ฤดูกาล	t-test	3.031	0.003*	สอดคล้อง
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี	F-test	2.641	0.033*	สอดคล้อง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (B = 0.250) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (B = 0.129) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 9.3 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	b	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	2.605	0.282		9.252	0.000*		
- ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.318	0.066	0.250	4.834	0.000*	0.851	1.176
- ด้านราคา (X ₂)	0.011	.057	0.010	0.199	0.842	0.820	1.220
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.149	0.061	0.129	2.417	0.016*	0.803	1.245
- ด้านส่งเสริมการตลาด (X ₄)	-0.081	0.048	-0.084	-1.699	0.090	0.926	1.080

R = 0.320 R² = 0.102 Adjusted R² = 0.093 SE_{est} = 0.719 F = 11.240 Sig. = 0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. การอภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งในปัจจุบัน โครงสร้างประชากรไทยภาคเกษตรกรรมพบว่ากลุ่มแรงงานเกษตรกรอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วิรุณฯ วิจิตร, นิโรจน์ สินณรงค์, เกศสุดา สิทธิสันติกุล และกฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล, 2562) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของนงรักษ์ บุญขวาง (2556) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัย



พบว่า อายุที่ต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอายุนั้น โดยข้อมูลจาก สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562) พบว่า คราวเรือนเกษตรที่มีหัวหน้าครัวเรือนสูงวัยมีการศึกษาต่ำกว่าหรือไม่เกินระดับประถมศึกษา ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงรักษ์ บุญขวาง (2556) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัยพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังพบอีกว่า ด้านประสบการณ์เพาะปลูกนั้น หากเกษตรกรที่มีประสบการณ์เพาะปลูกมาเป็นเวลานาน จะตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อปุ๋ยเคมี เพื่อนำมาพัฒนาพื้นที่การเกษตร ขยายฐานการเกษตรของตน ซึ่งในปัจจุบันความต้องการในการใช้ปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่เพาะปลูกทั้งพืชอาหารและพืชพลังงาน (มารีนา มาหมื่น, ยุทธนาธรรมเจริญ และศิริชัย พงษ์วิชัย, 2557) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนิชา สมศรีโส วิทยา (2552) ศึกษาเรื่อง “การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร ประสบการณ์ในการทำการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์การเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีได้แก่ ช่องทางการตั้งซื้อปุ๋ยเคมี ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง ฤดูกาล และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอภิปรายผลตามค่าน้ำหนักได้ดังนี้

ช่องทางการตั้งซื้อปุ๋ยเคมี ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้และมีความเข้าใจผลิตภัณฑ์จำพวกปุ๋ยเคมี คำนึงถึงราคาขายปุ๋ยชนิดนั้น ๆ เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว จึงทำให้ปริมาณปุ๋ยที่ซื้อไปใส่ในแต่ละครั้งนั้นจะคำนึงถึงสถานที่ที่จะไปซื้อ ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการตั้งซื้อปุ๋ยเคมีผ่านโทรศัพท์โดยมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงรักษ์ บุญขวาง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักปุ๋ยอินทรีย์จากการโฆษณาจากวิทยุ โทรศัพท์

ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเกษตรกรนั้นจะเลือกซื้อปริมาณปุ๋ยเคมีให้มีความเหมาะสมต่อพื้นที่เพาะปลูกของตน และปริมาณความต้องการผลผลิต ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง มากกว่า 1 ตัน ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากที่สุด อาจเป็นเพราะหากมีการตั้งซื้อปุ๋ยเคมีจำนวนมาก จะส่งผลให้การตัดสินใจ เนื่องจากการใส่ปุ๋ยเคมีจึงเพิ่มการเจริญเติบโตและปริมาณผลผลิตของ จะมีผลทำให้ประสิทธิภาพการดูดใช้ในโตรเจนดี (พัศตร์เพ็ญภูมิพันธ์ และคณะ, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของนงรักษ์ บุญขวาง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการซื้อปุ๋ยในแต่ละครั้ง 5 - 10

ฤดูกาล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งปุ๋ยเคมีเป็นสินค้าที่มี ความต้องการตามฤดูกาลและขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2560)จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ซื้อปุ๋ยเคมีในช่วงฤดูกาล เดือน มีนาคม-มิถุนายน จึงทำให้มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีสูงกว่าเดือน สิงหาคม-ธันวาคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษ เชิงโหล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ



ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของร้านปุ๋ยเคมีในจังหวัดจันทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ปุ๋ยเคมีในเดือนเมษายน - กันยายน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พนักงานขาย/ร้านค้า นั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากที่สุด โดยเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยเคมีจากร้านค้านั้น จะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของปุ๋ยเคมี รวมถึงกระบวนการเพาะปลูก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มารินา มาหมื่น, ยุทธนา ธรรมเจริญ และศิริชัย พงษ์วิชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ คือซื้อปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพมาใช้ในสวนยางพาราของตนเองจากร้านขายปุ๋ย/ตัวแทนจำหน่าย

สมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถอภิปรายผลตามค่านำหนักได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ “คุณภาพปุ๋ยเคมีทำให้ได้รับผลผลิตปริมาณข้าวที่มากขึ้น” อาจเป็นเพราะเกษตรกรมองถึงประโยชน์ที่ได้จากปุ๋ยเคมี คือ เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สามารถช่วยทำให้ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้น (มารินา มาหมื่น, ยุทธนา ธรรมเจริญ และศิริชัย พงษ์วิชัย, 2557) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิชฐ์ อัจฉริยะ โภธา และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ “มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือแปลงเกษตรกร” อาจเป็นเพราะหากมีการส่งปุ๋ยเคมีจำนวนมาก การจัดส่งถึงบ้านเกษตรกรจึงสร้างความสะดวกสบายให้แก่เกษตรกร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัทธรรม พิลาแดง, ประสาน ชีมอ่อน และกรรณิกา เร่งศิริกุล (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกร ในอำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1) ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับปุ๋ยเคมี ควรส่งเสริมการสร้างกระบวนการจัดสรรทรัพยากรในครัวเรือนอย่างเหมาะสม ผสมผสานประสบการณ์ ภูมิปัญญาและสินทรัพย์ที่สำคัญจากเกษตรกรสูงอายุ เข้ากับความสามารถในการเรียนรู้ ปรับตัวและตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรอายุน้อยกว่า โดยอาจจะใช้ประโยชน์จากการใช้ตัวแทนจำหน่ายที่มีการเดินทางเยี่ยมชมเขียนเกษตรกรสม่ำเสมอ เพื่อนำเสนอข่าวสารให้สอดคล้องแต่ละกลุ่มเกษตรกรที่ระดับการศึกษาต่างกัน เช่น หากเป็นผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูง ควรเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านผลประโยชน์หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาน้อย อาจจะเน้นที่ การลด แลก แจก แถมให้มากขึ้น และควรมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านการทำเกษตร หรือมีพนักงานที่มีความเข้าใจในการทำเกษตร ให้คำปรึกษาได้เข้าไปดูแลการเพาะปลูก



2) ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี

2.1) ด้านช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมีโดยตรงผ่านโทรศัพท์ มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี สูงกว่ากลุ่มช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมีอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับปุ๋ยเคมี ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และมีช่องทางการขายโดยตรงให้กลุ่มเกษตรกรดังกล่าว ควรเน้นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรศัพท์ เป็นหลัก ส่วนด้านช่องทางการสั่งซื้ออื่น ๆ ต้องปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

2.2) ด้านปริมาณปุ๋ยเคมีที่ซื้อต่อครั้ง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปุ๋ยเคมีสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมา กำหนด วางแผน บริหารผลิตปุ๋ยเคมีให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร รวมถึงควรมีการรับประกันคุณภาพ และความพึงพอใจ เพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นใจในการซื้อปุ๋ยเคมีไปใช้

2.3) ด้านฤดูกาล เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีซื้อปุ๋ยเคมีในช่วงฤดูกาล เดือน มีนาคม-มิถุนายน ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับปุ๋ยเคมี ควรส่งเสริมกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดในช่วงเวลาดังกล่าวมากกว่าช่วงเวลาอื่น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

2.4) ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี โดยพนักงานขาย/ร้านค้า นั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากที่สุด ดังนั้นควรมุ่งเน้นพนักงานขายให้สามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรให้ได้มากที่สุด ให้คำแนะนำและมีการจัดอบรมให้ความรู้แนะนำการใช้ปุ๋ย หรือปัญหาต่าง ๆ ที่อาจพบระหว่างการปลูกข้าว รวมถึงการมีตัวแทนจำหน่ายจำนวนมากที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกร

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

3.1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัย ผู้ประกอบการควรผลิตหรือจัดหาปุ๋ยที่เป็นนวัตกรรมใหม่ การเน้นไปที่การบำรุงพืช ซึ่งเป็นคุณสมบัติโดยตรงของปุ๋ยแต่ควรมีข้อมูลการใช้และการผลิตให้ครบถ้วน และควรประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงใช้กลยุทธ์การแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างรับทราบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3.2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่อง การวางแผนการจัดการ การติดต่อการสั่งซื้อให้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว และผู้ประกอบการควรออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตามหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สหกรณ์ กองทุน เพื่อเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รวมทั้งการขายแบบตรงผ่านโทรศัพท์ และควรพัฒนาการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ให้เกิดความนิยมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน ที่ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น

10. ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1) ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ คุณค่าตราสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ได้รายละเอียดและผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2) ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึง ปัญหาของเกษตรกรในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี รวมถึงต้นทุนในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายค่าปุ๋ยและสารกำจัดแมลงของเกษตรกรอยู่ในระดับใดจะมีแนวทางการลดต้นทุนการผลิตได้ด้วยวิธีการใดบ้าง

3) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีในแต่ละปีห่อ เพื่อทราบถึงความต้องการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีในแต่ละปีห่อ



เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษ เชียง โหล (2557). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของร้านปุ๋ยเคมีในจังหวัดจันทบุรี* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- ชญานิษฐ์ อัจฉริยะ โปธา และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 1151 – 1165.
- ณัฐนิชา สมศรีไส วิทยา. (2552). การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปัญหาพิเศษปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 12(39), 13 – 24.
- นงรักษ์ บุญขวาง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2561). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2561-2563 อุตสาหกรรมปุ๋ยเคมี. *Krungsri Research*, 1 – 8.
- ชัชธรรม พิลาแดง, ประสาน ยิ้มอ่อน และกรรณิกา เร่งศิริกุล. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกร. *วารสารเกษตรพระวรุณ*, 11(1), 55 – 64.
- พัคตร์เพ็ญ ภูมิพันธ์, สมชาย ชคตระการ, วรภัทร ลักนทินวงศ์, ชวินทร์ ปลื้มเจริญ, ภิญญา ชมพูผิว และอรประภา เทพศิลาปะวิสุทธิ. (2559). การเปรียบเทียบระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงต่อคุณภาพข้าวพันธุ์สุพรรณบุรี 1. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 24(5), 753 – 765.
- มารีนา มาหมื่น, ยุทธนา ธรรมเจริญ และศิริชัย พงษ์วิชัย. (2557). พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวนายางพาราในจังหวัดชุมพร. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 12(1), 90 – 97.
- วีรณัฐ วิจิตร, นิโรจน์ สีนณรงค์, เกศสุดา สิทธิสันติกุล และ กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล. (2562). การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุประชากรภาคเกษตรและประสิทธิภาพการผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 10(9), 1 – 7.
- วิเชียร วิชอุดม. (2556). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดปทุมธานี. (2562). *แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดปทุมธานี (พ.ศ. 2561 - 2565)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *ตัวชี้วัดเศรษฐกิจของประเทศไทย ปี 2561*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- George, J. M., & Jones, G. R. (1996). *Organizational behavior*. Reading, MA: Addison– Wesley.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. The Millennium edition*. New Jersey: Prentic - Hall
- Kotler, P. and Keller, K., (2012). *Marketing Management*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Solomon, R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.