

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี

ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE

CHEMICAL FERTILIZER OF FRUIT GROWERS IN THE EAST OF THAILAND

นันทคม มะลิซ้อน

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคาแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

MR. NANTAKHOM MALISORN

E-mail: nantakhom@gmail.com

Marketing Program in Management, Ramkhumhaeng University

Corresponding author

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก จำนวน 466 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมข้อมูล ใช้สถิติ t-test และ ONEWAY-ANOWA ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (MRA) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยด้านอายุ และขนาดพื้นที่เพาะปลูกที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไม่แตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกโดยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ

## ABSTRACT

The research is a study of factors affecting the decision to purchase chemical fertilizer of fruit growers in the eastern. The objective is a study the decision to purchase chemical fertilizer of fruit growers in the eastern that classified by personal factors and

study the factors of marketing mix and psychological that affects the decision of agriculturist to purchase chemical fertilizer. The population in this study are 466 fruit growers in the eastern by using the questionnaire for data collection. The t-test and ONEWAY-ANOWA were used for personal factor analysis. If differences are found, continue to compared in pairs by using LSD methodology. Marketing Mix factors and psychological factors affecting the decision to purchase chemical fertilizer of fruit growers in the eastern. Datas were analyzed by using multiple regression (MRA) statistics. The hypothesis testing found that agriculturists with different personal factors in terms of gender, education level and cultivating experiences making the decision to purchase chemical fertilizer differently, but the difference of age and cultivated do not affect to purchase the chemical fertilizers. Overall factors affecting the decision to purchase chemical fertilizer of fruit growers in the eastern include distribution channels, awareness, learning, product and marketing promotion respectively.

## บทนำ

ปัจจุบันผลไม้ นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ประเภทหนึ่งของประเทศไทย โดยมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ ปีละหลายพันล้านบาท มีตลาดหลักสำหรับการส่งออกที่เวียดนาม จีน ฮองกง ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนรวมถึง 85 % การส่งออกผลไม้สด แช่เย็นแช่แข็ง และแห้งในปี 2561 มีปริมาณ 1,911,719 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,656.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.05 โดยแบ่งเป็น ผลไม้สด แช่เย็น ปริมาณ 1,495,061 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,944.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.95 ผลไม้แช่แข็ง ปริมาณ 28,069 ตัน คิดเป็นมูลค่า 180.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 96.86 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2561) โดยทุกปีตลาดจะมีแนวโน้มความต้องการบริโภคผลไม้ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีผลผลิตผลไม้ส่งออกสู่ตลาดมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศเนื่องจากมีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผลไม้หลากหลายชนิด อาทิ มีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน 436,255 ไร่ ให้ผลผลิต 550,000 ตันต่อปี มีพื้นที่เพาะปลูกมังคุด 118,001 ไร่ ให้ผลผลิต 72,268 ตันต่อปี มีพื้นที่เพาะปลูกเงาะ 294,996 ไร่ ให้ผลผลิต 359,515 ตันต่อปี เป็นต้น (กรมการค้าต่างประเทศ. 2562)

ปุ๋ย หรือ ธาตุอาหารพืช เป็นปัจจัยโดยตรงต่อการเร่งการเจริญเติบโตของไม้ผลในฤดูกาลผลิตในปีหนึ่ง ๆ เมื่อไม้ผลให้ผลผลิตแล้ว ธาตุอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในดินที่ถูกต้นไม้ผลดูดไปใช้จะลดน้อยลงไป หากเกษตรกรผู้ปลูกไม่มีการบำรุงดินโดยการเติมปุ๋ยกลับลงไปสู่ดิน ก็ทำให้ดินเกิดการขาดความสมดุลทางธาตุอาหารของพืชได้ ทำให้ดินเกิดความเสื่อมโทรมเป็นผลเสียกับต้นไม้ผลในฤดูกาลต่อไป และอีกประการหนึ่ง ปุ๋ยจัดว่าเป็นอาหารพืช ซึ่งอาหารพืชเกือบทั้งหมดนั้น ต้นไม้ผลได้มาจากดิน ในแต่ละปีไม้ผลได้ดูดธาตุอาหารต่างๆ ไปจากดินเป็นจำนวนมากเพื่อนำไปสร้าง ใบ กิ่ง ดอก ซึ่งหากเกษตรกรชาวสวนได้มีการจัดการเรื่องปุ๋ยในสวนไม้ผลอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ผลผลิตที่ได้รับทั้งในด้านปริมาณ และด้านคุณภาพที่ดีสมบูรณ์ พร้อมส่งผลถึงความมีอายุที่ยืนยาวของต้นไม้ผลอีกด้วย (อนุชา จันทร์บูรณ์.2561)

ดังนั้นทางผู้วิจัยเห็นถึงโอกาส และศักยภาพของปุ๋ยเคมีในตลาดไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในบรรดาปัจจัยการผลิตทั้งหลายของไม้ผลนั้น ปุ๋ยเคมีนับว่าเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ในการส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลได้รับผลผลิตที่ดี ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของผลไม้ และปุ๋ยเคมียังเป็นต้นทุนหลักที่ทางเกษตรกรให้ความสนใจ จากปริมาณความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีที่ความเพิ่มสูงขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออก ตามการเติบโตของตลาดไม้ผล

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา ด้านอายุ ประสบการณ์เพาะปลูก และด้านขนาดพื้นที่เพาะปลูก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## ขอบเขตการศึกษา

ประชากรในการศึกษานี้ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด โดยมีประชากรผู้ปลูกไม้ผลโดยรวมทั้ง 3 จังหวัดประมาณ 127,445 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมในระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% จากสูตรคำนวณ (Taro Yamane, 1970) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 398.74 คน ดังนั้นเพื่อความแม่นยำเชื่อถือได้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ 400 คน

## ขอบเขตด้านเนื้อหา ความครอบคลุมตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตัวแปรอิสระ 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, ขนาดพื้นที่เพาะปลูก และประสบการณ์ในการทำสวนไม้ผล ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix 5Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางจำหน่าย (Place), รายการส่งเสริมการตลาด (Promotion), พนักงานบริษัท (People) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation), การรับรู้ (Perception), การเรียนรู้ (Learning), ความเชื่อถือ (Beliefs)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก
2. ทำให้ทางบริษัทผู้ผลิต และจำหน่ายปุ๋ยเคมีสามารถพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล เพิ่มความสามารถด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ให้บรรลุยอดขายตามเป้าหมายของบริษัท

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

Michael, Solomon (2013) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Purchase decision) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนก่อนการซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนั้นอยากที่จะได้สิ่งของนั้นๆ มีการค้นหาข้อมูลข่าวสารของสิ่งของนั้นที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ 2) ขั้นตอนการซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ จะสามารถเกิดประสบการณ์ส่วนตัวในด้านดีและด้านไม่ดีหรือด้านบวกและด้านลบในระหว่างการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ 3) ขั้นตอนภายหลังการซื้อ จะเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์แล้วผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปตามที่คิดหรือไม่ และยังรวมไปถึงการละทิ้งผลิตภัณฑ์ภายหลังการบริโภคแล้ว

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือการกระทำของบุคคลในการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ การเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภค จะทำให้บริษัทสามารถสร้างกลยุทธ์ และแผนการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนค้นหาจุดบกพร่องเพื่อหาแนวทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการของผู้บริโภคในสังคมได้ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจมากยิ่งขึ้น และมีส่วนสำคัญที่

ช่วยในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ ปัจจุบันหัวใจของการทำตลาดคือ ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ดังนั้นจึงต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้เข้าใจต้องแท้ ถึงสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ การซื้อซ้ำ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ กลุ่มผู้บริโภค นั้นมีความต้องการอะไร ปัญหาของผู้บริโภคคืออะไร มีพฤติกรรม การซื้อเป็นแบบไหน มีแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร ข้อมูลนี้เป็นประโยชน์อย่างมากในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

พิบูล ทีปะปาล (2545) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่ามีบทบาทสำคัญมากในทางการตลาดเพราะเป็นการรวบรวมการตัดสินใจทางการ ตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน แม้ว่าเราจะได้ทำการวิเคราะห์เลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market) อย่างดีที่สุดแล้ว แต่การที่จะพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า ในตลาดเป้าหมายไม่ใช่เรื่องง่าย ทั้งนี้เนื่องจากว่าเรามีวิธีการที่จะเลือกกระทำได้หลายทางที่จะตอบสนอง ความต้องการของเขา เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว ซึ่งนักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อดำเนินงาน

Kotler (2003 ) ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งแต่ละกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งที่สนองความต้องการจากการเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchanging) ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น สามารถแสดงความหมายของการตลาดได้ดังนี้ เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร มีวัตถุประสงค์ คือ ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและการบริการที่มีคุณค่าให้กับบุคคลอื่นในความหมายของการจัดการ (Management) การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการวางแผนและการบริหาร

แนวความคิด (Concepting) เกี่ยวกับการตั้งราคา (Pricing) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Distribution) ความคิด (Idea) สินค้า (Goods)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภา ดวงจินดา และ พิชัย ทองดีเลิศ (2558) ศึกษาการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยเคมี โดยเกษตรกรให้ความสำคัญระดับมาก ทางด้านช่องทางการจำหน่ายมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด และสุดท้ายด้านราคา และให้ความสำคัญระดับปานกลางด้านผลิตภัณฑ์ระดับมาก

ชญานิษฐ์ อัจฉริยะโพธา, พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

ธวัชธรรม พิลาแดง และคณะ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในอำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าเกษตรกรมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีโดยใช้เหตุผลหลักและให้ความสำคัญมากที่สุดคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ มีราคาที่ได้มาตรฐานของปุ๋ยเคมี และส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีในนาข้าวของเกษตรกร

มารีนา มาหมื่น (2557) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพารา ในจังหวัดชุมพร พบว่าสาเหตุที่เกษตรกรเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ นั้นจะไม่ขึ้นกับสถานที่ที่ขายปุ๋ย แต่จะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ปุ๋ย ราคาปุ๋ยและการส่งเสริมการตลาดของปุ๋ยชนิดนั้นๆ



ปัทมา สุวรรณจำรูญ และคณะ (2556) ศึกษาทัศนคติของเกษตรกรต่อส่วน  
ประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา  
อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) มีผลต่อ  
ทัศนคติต่อเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

นงรักษ์ บุญขวาง (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน  
เขตจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ  
การศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์  
แตกต่างกัน

### **การออกแบบการวิจัย**

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการ  
วิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือ ควบคุม  
ตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional  
Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว

### **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล**

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการ  
วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
  - 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัว  
แปรส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก และ  
ประสบการณ์ทำสวนไม้ผล
  - 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใน  
การวิเคราะห์ตัวแปร ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยด้านจิตวิทยา และการ  
ตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียง

## 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล และ ระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์เพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ใช้ ONEWAY-ANOWA หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์เพาะปลูก และด้านขนาดพื้นที่เพาะปลูก ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลฯ ต่างกัน และเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลฯ ที่มีปัจจัยด้านอายุ และขนาดพื้นที่เพาะปลูกที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 5Ps และ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม สามารถสรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร แต่ปัจจัยด้านราคา ด้านบุคคล ด้านแรงจูงใจ และด้านความเชื่อถือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

#### ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 466 คน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 64.4 มีระดับการศึกษาของเกษตรกรส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 83.7 มีอายุเฉลี่ยที่ 44.5 ปี โดยมีช่วงระหว่าง 38-53 ปี ร้อยละ 53.9 เป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์เพาะปลูกไม้ผลเฉลี่ย 10.8 ปี มีช่วงประสบการณ์ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 44.4 และขนาดพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย 23.9 ไร่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกระหว่าง 1-20 ไร่ ร้อยละ 72.1

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์เพาะปลูก และด้านขนาดพื้นที่เพาะปลูก ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินี ตันติภาติ (2554) ที่กล่าวว่าเพศที่ต่างกันจะมีการเลือกซื้อน้ำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชวรรณ ทาแก้วน้อย, อารีรัตน์ ภูธรธรมะ (2557) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อ

ปุ๋ยอินทรีย์ที่ต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงรักษ์ บุญขวาง(2556) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศระดับการศึกษา ต่างกันทำให้การใช้ปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน แต่ เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก ที่มีปัจจัยด้านอายุ และขนาดพื้นที่เพาะปลูกที่ ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับ นง รักษ์ บุญขวาง (2556) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับรายได้ แตกต่างกันทำให้ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ต่างกัน และไม่สอดคล้องกับ กชวรรณ ทาแก้วน้อย, อารีรัตน์ ภูธรรมะ (2557) ที่กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านขนาดพื้นที่เพาะปลูกที่แตกต่างกัน จะมีการ ตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ที่ต่างกัน

เกษตรกรผู้ปลูก ไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจ เลือกซื้อปุ๋ยเคมีโดยรวมไม่แตกต่างกันนั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการเข้าสู่การทำสวนไม้ ผล บุคคลทั่วไปสามารถที่จะเข้ามาเป็นชาวสวนรุ่นใหม่ (New Entrants) ได้หลายช่วงอายุ ไม่มีข้อจำกัด ซึ่งอายุไม่ได้เป็นตัวบ่งบอกว่าใครมีประสบการณ์ในการทำสวนไม้ผล มากกว่ากัน เกษตรกรรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาอาจจะเข้ามาในช่วงอายุมาก และมีประสบการณ์ใน การทำสวนไม้ผลอาจจะน้อยกว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่า แต่ได้เข้ามาทำสวนไม้ผล ก่อน ดังนั้นอายุที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อที่ไม่แตกต่างกัน

เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก ที่มีประสบการณ์เพาะปลูก ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี โดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีแตกต่างกันในด้านการตระหนักถึงความสำคัญ การ ประเมินทางเลือก และพฤติกรรมหลังการซื้อ

เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก ที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกต่างกัน ทำ ให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม้ผล เป็นไม้ยืนต้นมีอายุยืนยาว จึงต้องมีการดูแลมากกว่าพืชอายุสั้นทั่วไป เพราะการลงทุน

ค่อนข้างสูง และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ว่าจะมีขนาดพื้นที่เพาะปลูกมากหรือน้อย ก่อนที่จะเริ่มเพาะปลูกเกษตรกรส่วนใหญ่จะมีการศึกษาข้อมูล วิธีการเพาะปลูก การดูแลก่อนที่จะทำการเพาะปลูก ดังนั้นทำให้เกษตรกรมีพื้นฐานที่ไม่แตกต่างกันมาก จึงทำให้การตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

### **ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี**

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี โดยรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร คำกลาง และคณะ (2559) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และโปรโมชั่น มีผลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรอำเภอหนองบุญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา สุวรรณจรรย์ และคณะ (2556) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาด (4Ps) มีผลต่อทัศนคติของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราลี นัทรอัจฉริยะกุล (2552) ที่กล่าวว่าเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิชฐ์ อัจฉริยะโพธา, พัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล (2560) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย และเมื่อพิจารณารายละเอียดลงไปในแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย โดยเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญด้านช่องทางจำหน่ายในระดับมาก เกษตรกรคำนึงถึงที่ตั้งของร้านค้าจำหน่ายปุ๋ยที่ต้องอยู่ในพื้นที่ มีระยะทางใกล้บ้านหรือสวนของเกษตรกร มีบริการด้านการจัดส่งปุ๋ยไปยังสวนของเกษตรกร และยังให้ความสำคัญกับร้านค้าที่มีพนักงานขายที่น่าเชื่อถือ สามารถให้บริการคำแนะนำ ความรู้ให้แก่เกษตรกรได้

ด้านการรับรู้ของเกษตรกร โดยเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก มีการรับรู้ข้อมูลปุ๋ยเคมีในระดับมาก และมีความเข้าใจ ทราบความแตกต่างระหว่างประเภทปุ๋ย ปั่นเม็ด(Compound) และปุ๋ยผสมหลายสี (BB)

ด้านการเรียนรู้ของเกษตรกร โดยเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก มีการเรียนรู้ข้อมูลปุ๋ยเคมีในระดับมาก เกษตรกรให้ความสำคัญในการเรียนรู้เรื่องดินและปุ๋ยเพื่อนำมาพัฒนาการทำงานในสวนไม้ผล ผ่านการอบรมจากภาครัฐและเอกชน

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก มีการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เกษตรกรให้ความสำคัญกับสูตรปุ๋ย ปริมาณธาตุอาหารที่ใช้ต้องตรงกับความต้องการ มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า(Brand Loyalty) ในระดับมาก และคำนึงถึงคุณภาพของปุ๋ยเคมีที่จะเลือกซื้อ และให้ความสำคัญในการเลือกซื้อปุ๋ยชนิดซัลเฟต มากกว่าปุ๋ยชนิดคลอไรด์ ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญ หรือเลือกทำตลาดปุ๋ยชนิดซัลเฟตในกลุ่มไม้ผล มากกว่าปุ๋ยชนิดคลอไรด์

ด้านส่งเสริมการตลาด โดยเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก มีการให้ความสำคัญด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เกษตรกรให้ความสำคัญกับรายการส่งเสริมการตลาด ด้านส่วนลดราคาพิเศษ ณ.ชุดขาย และการได้รับชมโฆษณาปุ๋ยผ่านทางโทรทัศน์ ในระดับปานกลาง แต่การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการจัดรายการของแถม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรเพียงเล็กน้อย

ส่วนปัจจัยด้านประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และปัจจัยจิตวิทยา ด้านแรงจูงใจ และความเชื่อถือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยเคมีสูตรสำหรับไม้ผลที่จำหน่ายในตลาดโดยทั่วไปมีราคาต่อหน่วยสูงกว่าปุ๋ยเคมีสูตรสำหรับพืชอื่นๆ ทำให้เกษตรกรรับรู้ และยอมรับโครงสร้างราคาปุ๋ยเคมีในปัจจุบัน กอปรกับระดับ

ราคาของผลผลิตไม้ผลค่อนข้างสูง ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีโดยไม่คำนึงถึงราคา แต่เน้นคุณภาพสินค้าเป็นหลัก และด้านบุคคล แรงจูงใจ และความเชื่อถือ จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีการให้ความสำคัญในด้านการเรียนรู้ และมีการรับรู้เกี่ยวกับปุ๋ยเคมีในระดับมาก การชักจูงโดยการโฆษณาทางวิทยุ และโทรทัศน์ หรือ โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ โดยใช้บุคคล ณ.จุดขายนั้นอาจไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นการทำกิจกรรมให้ความรู้ทางด้านวิชาการกับเกษตรกรผ่านการอบรม หรือสัมมนา จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากขึ้นได้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบาย ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะบางประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก เช่น ปัจจัยด้านสังคม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการของเกษตรกรต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ในเขตภาคตะวันออก จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราดเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

## เอกสารอ้างอิง

- กชวรรณ ทาแก้วน้อย และคณะ(2557). ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลผาน้อยอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย, การค้นคว้าอิสระ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
- ชญานิษฐ์ อัจฉริยะโพธา, พัชรหทัย จารุทวีผลบุญ(2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย, การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต
- ชัชธรรม พิลาแดง และคณะ(2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในอำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด, การค้นคว้าอิสระ คณะเทคโนโลยีการเกษตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- นงรักษ์ บุญขวาง(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์, การวิจัยอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ประภาพร คำกลาง(2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ปุ๋ยของเกษตรกร อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา, การค้นคว้าอิสระ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- ปัทมา สุวรรณจรรย์ และคณะ (2556). ศึกษาทัศนคติของเกษตรกรต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยทักษิณ
- พิบูล ทีปะปาล (2545). หลักการตลาด ยุคใหม่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตร
- มารีนา มาหมื่น และคณะ(2557).พฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวนายางพารา วิชาดวงจินดา, พิชัย ทองดีเลิศ(2558). การซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในจังหวัดอุบลราชธานี, การค้นคว้าอิสระ, ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร, คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- Kotler, P. (2003). Marketing Management (11 th ed.). Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.