

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล
จังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Affecting Decision to Purchase Fertilizers in Sichon District
Nakhon Si Thammarat Province

สุชาวดี นามรณ์¹, อาจารย์ ดร.อุษา บุญถื้อ²

Suchawadee Naporn, Usa Boontue

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท และมีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับแต่ละด้านคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา 3) กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับแต่ละด้านคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตระหนักถึงปัญหา และ 4) ผลการทดสอบสมมติพบว่า 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพื้นที่เพาะปลูกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรที่แตกต่างกันในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2. ปัจจัยส่วน

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง E-mail: 6314113014@rumail.ru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษา คณค่วาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง E-mail: usaboontue@gmail.com

ประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำสำคัญ: ปัจจัย, การตัดสินใจ, ปุ๋ย, เกษตรกร

Abstract

The purposes of this research were to research demographic details and Farmers in the Sichon District make decisions about buying fertilizers based on marketing mix variables. Province of Nakhon Si Thammarat. The sample consisted of 400 consumers who had buying fertilizers The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, independent t-test, One-Way ANOVA and linear regression analysis.

The results of the research found that 1) The majority of the samples were female, between the ages of 19 and 30, and had a bachelor's degree. The plantation area is less than 10 rai, and the average monthly income is less than 30,000 baht. 2) The level of agreement among all components in the marketing mix was highest. Sorted according to each People Process Product Place Physical Promotion and Price. 3) There was the greatest degree of consensus among farmers regarding their general purchasing decision. Each side is listed in the following order: Behavior after purchase, alternative, assessment, information seeking, and problem awareness. And 4) The hypothetical test's results showed that the various demographic traits include sex, age, education, average monthly income, and the planting location had an impact on various farmers' decisions regarding fertilizer purchases in the Sichon District Province of Nakhon Si Thammarat. And Marketing mix factors include Product, Place, Promotion and Process had an impact on various farmers' decisions regarding fertilizer purchases in the Sichon District Province of Nakhon Si Thammarat. And Price, People and Physical hadn't impact on various farmers' decisions regarding fertilizer purchases in the Sichon District Province of Nakhon Si Thammarat.

Keywords: Factor, Decision, Fertilizers, Farmer

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีฐานเศรษฐกิจเข้มแข็งจากภายในจังหวัด เป็นแหล่งการผลิตทางการเกษตรที่มีความสมดุลของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม มุ่งเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีมาตรฐาน และเพิ่มมูลค่าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และนำนวัตกรรม เทคโนโลยีอันทันสมัยมาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้เกษตรกร ประชาชนชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช มีงาน อาชีพ รายได้ การบริหารจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน การผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในเรื่อง ดิน น้ำ และระบบชลประทาน รวมทั้งการจัดสรรที่ดินทำกิน

ปุ๋ยถือเป็นปัจจัยการผลิตพืชที่สำคัญชนิดหนึ่ง แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยชีวภาพ เนื่องจากดินที่เหมาะสมกับการปลูกพืชนั้นจะต้องมีสมบัติทั้ง 3 ด้าน คือ สมบัติทางเคมี สมบัติทางกายภาพ และสมบัติทางชีวภาพ เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช แต่ปุ๋ยแต่ละประเภทมีความสามารถในการปรับปรุงดินได้แตกต่างกัน (อำนาจ สุวรรณฤทธิ์, 2555) ปุ๋ยถือเป็นปัจจัยโดยตรงต่อการเร่งการเจริญเติบโตของไม้ผลในฤดูการผลิตในปีหนึ่ง ๆ เมื่อไม้ผลให้ผลผลิตแล้ว ธาตุอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในดินที่ถูกต้นไม้ผลดูดไปใช้จะลดน้อยลงไป หากเกษตรกรผู้ปลูกไม่มีการบำรุงดินโดยการเติมปุ๋ยกลับลงไปสู่ดินก็จะทำให้ดินเกิดการขาดความสมดุลทางธาตุอาหารของพืชได้ ทำให้ดินเกิดความเสื่อมโทรมเป็นผลเสียกับต้นไม้ผลในฤดูกาลต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่มีมากขึ้น รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยสินค้าที่มีคุณภาพการบริการที่ดี การนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการ ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจและส่งผลต่อความภักดีต่อร้าน รวมถึงการบอกต่อซึ่งเป็นการขยายตลาด ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของร้านเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน จำนวน 276,612 คน (ข้อมูลจากกรมพัฒนาที่ดิน, 2564) เวลาการวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2565 - กุมภาพันธ์ 2566

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง มีการใช้ตัวแปรเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกับธุรกิจบริการ จึงเรียกรวมกันว่าส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7 Ps แต่เดิมส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วยตัวแปรเพียง 4 ตัว (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ยังมีอีก 3 ตัวแปรที่อยู่ข้างหลัง ได้แก่ คน หลักฐานทางกายภาพ กระบวนการ (กระบวนการ) ตัวแปรที่ควบคุมโดยเครื่องมือทางการตลาด ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกับธุรกิจบริการ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ชูชัย สมิทธิไกร (2562) ให้ความหมายว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าบางอย่าง ผู้บริโภคมักมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน แต่ละขั้นตอนเกิดจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา ค้นหาข้อมูลทางเลือก ประเมินการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชวรรณ ทาแก้วน้อย และอารีรัตน์ ภูธรระมะ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลผาน้อย อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในตำบลผาน้อย อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย โดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.37$) ในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน และพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ($= 3.74$) รองลงมาคือช่องทางการจำหน่าย ($= 3.36$) ด้านราคา ($= 3.28$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ($= 3.04$) เกษตรกรสูงวัยและเกษตรกรที่มีการศึกษาระดับต่าง ๆ ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในภาพรวมไม่มี ความแตกต่างในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามขนาดพื้นที่ปลูกและรายได้เฉลี่ยต่อปีของเกษตรกรที่มีเพศสัมพันธ์แตกต่างกันและสถานการณ์การตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นันทคม มะลิซ้อน (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน ทั้งนี้ การตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความแตกต่างกันในด้านอายุและพื้นที่ปลูก การตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรก็ไม่มีข้อยกเว้น ปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชาวสวนผลไม้ภาคตะวันออก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ ด้านการรับรู้ การเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและการส่งเสริมการตลาด

เนตรชนก เรียงวัน และเสาวนีย์ สิทธิโชติ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านขายปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในเขตอำเภอบ้านฝาง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชายคิดเป็นร้อยละ 70 อายุเฉลี่ย 49.33 ปี สถานภาพสมรส ประถมศึกษาร้อยละ 76.70 ข้าราชการ 46.70% ยางพารา 31.62% อ้อย 29.40% มันสำปะหลัง 16.18% ปาล์มน้ำมัน 13.97% 3.68% ข้าวโพด หน่อไม้ ถั่ว แตงกวา รวม 5.15% พื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกรเฉลี่ย 48.57 ไร่ และใส่ปุ๋ยเคมีเฉลี่ยปีละ 49.33 ถุง ปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านขายปุ๋ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.47) (2) ปัจจัยด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.38) (3) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย = 4.13) (4) สถานที่ตั้งตัวประกอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.13)

ธนเดช กังสวัสดิ์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรในอำเภอมโนรมย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 30-39 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท มีวุฒิการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ด้วยประสบการณ์การปลูก 11-15 ปี ในพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ และการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อของเกษตรกร อำเภอโมรเมย์ จังหวัดชัยนาท โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร อำเภอโมรเมย์ จังหวัดชัยนาท พบว่า เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทั้งหมดแล้วสามารถอธิบายความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรได้ นัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ดังนั้นการทำการจะเน้นใช้ปุ๋ยยี่ห้อดัง หรือราคาปุ๋ยฝ่ายรับประกันคุณภาพต้องคุ้มค่า แนะนำปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงให้กับลูกค้า เป็นกันเองกับลูกค้า ในส่วนของร้านปุ๋ยอินทรีย์ต้องมีการจัดระเบียบ อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีเอกสารแนะนำการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทุกตัว

ชฎานิษฐ์ อัจฉริยะโพธา และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ: การเรียนรู้ ความไว้วางใจ ทักษะคิด บุคลิกภาพ และอัตมโนทัศน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แรงจูงใจในการเรียนรู้และลักษณะนิสัยไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยในประเทศไทย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในภาคกลางของประเทศไทยในด้านการรับรู้ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและทักษะคิดในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลาง (2) ปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรภาคกลางปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรภาคกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ด้านผลผลิต ราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทยในการซื้อปุ๋ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทยในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทย การส่งเสริมการตลาดช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้หลักระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 276,612 คน (ข้อมูลจากกรมพัฒนาที่ดิน, 2564) ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1973 อ้างถึงใน ชีวรุติ เอกะกุล, 2543) สำหรับในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคาดเคลื่อนอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ที่ $\pm 5\%$ ผู้วิจัยจึงพิจารณาขอใช้กลุ่มตัวอย่างเพียง 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.975 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และนำเสนอผลด้วยโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติการวิเคราะห์การเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent t-test) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษา

1) ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุ 19 - 30 ปี จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 และมีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00

2) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับแต่ละด้านคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

3) ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ย พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับแต่ละด้านคือ ด้านพฤติกรรม

หลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตระหนักถึงปัญหา

4) ผลการทดสอบสมมติพบว่า 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพื้นที่เพาะปลูกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรที่แตกต่างกันในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

อภิปรายผล

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรที่แตกต่างกันในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรที่แตกต่างกันในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช อาจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท และมีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทคม มะลิซ้อน (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกชวรรณ ทาแก้วน้อย และอารีรัตน์ ภูธรมะ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลผาน้อย อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี และ

สอดคล้องแนวคิดกับ Kotler (2004) กล่าวว่า การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าไว้ว่าบริษัทต้องการกำไร ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง ต้องการขยายส่วนครองตลาดหรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาจึงต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มตลาดเป้าหมาย ราคาสินค้าสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าและสามารถสู้กับคู่แข่งได้รวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชญาธิษฐ์ อัจฉริยะโพธา และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังสอดคล้องกับกชวรรณ ทาแก้วน้อย และอารีรัตน์ ภูธรระมะ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลผาน้อย อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ซึ่งกล่าวว่า บุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิดวางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2004) กล่าวว่า ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้อง และรวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจ และส่งผลให้เกิดพอใจ ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และยังสอดคล้องกับแนวคิดสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าหรือบริการอยู่ นอกจากนี้ อาจหมายความว่าสัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติจริง

จากผลวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้เป็นประโยชน์และแนวทาง สำหรับผู้ประกอบการ และผู้จำหน่ายปุ๋ยให้กับร้านค้าเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยปฏิกิริยาคุณภาพดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาที่ทำออกจำหน่าย เน้นคุณภาพ มีมาตรฐานสากล มีสูตรที่หลากหลายเหมาะสมแก่พืช เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรให้ได้มากที่สุด

2. จากการวิจัยพบว่า ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยร้านค้าควรมีราคาเป็นมาตรฐานใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า จัดราคาปฏิกิริยาให้มีความใกล้เคียงกันเพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อของกลุ่มร้านค้าและเกษตรกร

3. จากการวิจัยพบว่า ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยร้านค้าควรมีช่องทางติดต่อหลากหลายช่องทาง เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ไลน์ Facebook เป็นต้น ดังนั้น ควรให้ความสำคัญแก่การเพิ่มช่องทางการค้าขายทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ไลน์ Facebook TikTok เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องอยู่ไกลจากร้านค้าและเพิ่มการรับรู้ของลูกค้าได้อีกด้วย

4. จากการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยร้านค้าควรมีของแจก ของแถมให้ลูกค้าเพื่อเป็นของสมนาคุณดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการใหม่ ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการโปรโมทร้าน จัดกิจกรรมส่วนลด และเพิ่มของแถมต่างๆเพื่อเพิ่มยอดขาย และดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้ซ้ำ

5. จากการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยร้านค้าควรมีผู้ขายที่สามารถตอบข้อซักถามหรือให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้ซื้อ ซึ่งจำเป็นมากต่อการขายสินค้า ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับพนักงานในร้าน โดยการมอบความรู้ในการขายปฏิกิริยาให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ดี ซึ่งการบริการที่ดีย่อมมีผลการต่อการดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้ซ้ำเช่นกัน

6. จากการวิจัยพบว่า ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยร้านค้าควรมีพนักงานยกของให้ เนื่องจากเป็นร้านค้าขายปฏิกิริยาซึ่งอาจมีเปราะเปื้อน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่ดีที่เหมาะสมกับร้านค้า ซึ่งเป็นบริการที่สามารถเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้าได้

7. จากการวิจัยพบว่า ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยร้านค้าควรมีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่น่าอึดอัด บรรยากาศในร้านเป็นสิ่งสำคัญมากที่ลูกค้า

สามารถมองเห็นก่อนเป็นอันดับแรกว่าร้านน่าเข้าหรือไม่ ดังนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องขององค์ประกอบร้านในเรื่องของบรรยากาศในร้านให้มีบรรยากาศที่โปร่งโปร่ง หายใจสะดวก ไม่ส่งกลิ่นไม่พึงประสงค์มากเกินไป และต้องคำนึงถึงความสะดวกของการจัดร้านจากผู้ขายถึงผู้ซื้อตามหลัก social distancing

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นโดยการเพิ่มขอบเขตงานวิจัยไปยังหน่วยงานอื่นๆ เพื่อนำผลงานวิจัยไปศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติมและพัฒนาต่อไป
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ เช่น ความพึงพอใจของเกษตรกร ความคาดหวัง และการโน้มน้าวใจ เป็นต้น
3. งานวิจัยนี้ใช้การแบบสอบถามในการสำรวจเพียงอย่างเดียว ควรเพิ่มการสัมภาษณ์เข้าไปด้วยเพื่อความครอบคลุมในเนื้อหาได้กว้างมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กชวรรณ ทาแก้วน้อย และอารีรัตน์ ภูธรรมะ. (2560). ปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลผาน้อย อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ชญานิษฐ์ อัจฉริยะโพธา และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ชูชัย สมितिไกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนเดช กังสวัสดิ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรราชธานี: สถาบันราชภัฏอุดรราชธานี.
- นันทคม มะลิซ้อน. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลในเขตภาคตะวันออก. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- เนตรชนก เรียงวัน และเสาวนีย์ สิทธิโชติ. (2564). *ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านขาย
ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในเขตอำเภอบ้านฝาง จังหวัดอุดรธานี*. สาขาบริหารธุรกิจ (การเงิน),
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- อำนาจ สุวรรณฤทธิ์. (2555). *ใช้ปุ๋ยเคมี อินทรีย์ และชีวภาพร่วมกันดีที่สุด*. มุลนิธิข้าวไทย ในพระ
บรมราชูปถัมภ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Kotler. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*
(14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler. (2004). *Principle of marketing*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.