

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

เรวัตตะ พินิจไพฑูรย์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

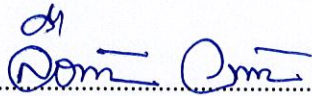
มิถุนายน 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ เรวัตตะ พิณีจไพฑูรย์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

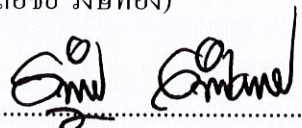
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.ลือชัย วงษ์ทอง)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

(ดร.ลือชัย วงษ์ทอง)

..... กรรมการ

(พลตรี ดร.ชนธัฐ ยังเฟื่องมนต์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2560

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์
ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ
ทำให้ผู้วิจัยได้นำความรู้ที่ได้มาผสมผสาน จนสามารถทำงานวิจัยได้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย
ด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากหลาย ๆ ฝ่ายผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ลือชัย วงษ์ทอง
ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร
อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ซึ่งท่านได้กรุณาเสียสละเวลาให้แนวคิด และให้คำแนะนำคำปรึกษา
และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง จนทำให้วิจัยฉบับนี้ มีความถูกต้อง
สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายขอขอบพระคุณเจ้าของร้านจำหน่ายเคมีเกษตรในอำเภอมะขาม และเกษตรกร
ที่ได้ร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง
ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลการศึกษานี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง
ร้านจำหน่ายเคมีเกษตร ในอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ต่อไป

เรวัตตะ พินิจไพฑูรย์

58710056:สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บข.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผล/ การเลือกซื้อ/ เคมีเกษตร/ เกษตรกร

เรวัตตะ พิณใจไพฑูรย์: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี (FACTORS THAT AFFECT THE SELECTION OF AGRICULTURAL CHEMICALS OF FARMERS IN MAKHAM DISTRICT, CHANTABURI) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ลือชัย วงษ์ทอง, ปร.ค.94 หน้า. ปี พ.ศ. 2560.

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรก เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจและ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร หรือ ปุ๋ย เคมีเกษตร และอาหารเสริมพืชของเกษตรกร ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพ ประการที่สอง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรที่มาซื้อเคมีเกษตร ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) นำข้อมูลมาประมวลผลโดยทดสอบด้วย สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

จากผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่าผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด มีระดับ การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ผลผลิตเฉลี่ย 800,001-1,000,000 บาท และส่วนใหญ่มีพื้นที่ ในการทำเกษตร 31-50 ไร่ การทดสอบ สมมติฐานพบว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับระดับการ ตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 25.0 ซึ่ง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อระดับการเลือกซื้อมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปร อิสระในรูปคะแนนมาตรฐานเท่ากับ .400 รองลงมาคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ เท่ากับ .158 การประเมิน ทางเลือก เท่ากับ .151 และการแสวงหาข้อมูลเท่ากับ -.105 และส่วนประสมทางการตลาดกับระดับ การตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 12.2 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านราคามีผลต่อระดับการเลือกซื้อมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ ในรูปคะแนนมาตรฐานเท่ากับ .184 รองลงมา เป็นต้นพนักงาน เท่ากับ .175 ด้านการจัดจำหน่าย เท่ากับ .148 และด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ .101

58710056: MAJOR:BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE;
M.B.A. (BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: INFLUENTIAL FACTORS/ AGRICULTURAL CHEMICALS/ FARMERS
RAYWATTA PINIIPAITON: FACTORS THAT AFFECT THE SELECTION OF
AGRICULTURAL CHEMICALS OF FARMERS IN MAKHAM DISTRICT, CHANTABURI.
ADVISOR: LUECHAI WONGTONG, PH.D. 94 P. 2017.

This research has the objectives (1) to study how the decision making process factor and marketing mix factor affect the selection of agricultural chemicals, fertilizer, and plant supplements in Makham district, Chantaburi to increase selling efficiency, and (2) to compare the determining factors in selecting agricultural chemicals of farmers in Makham district, Chantaburi categorized by demographic factors. The samples are 400 farmers who used to buy agricultural chemicals in Makham district, Chantaburi. Statistics used include frequencies, percentage, mean, standard deviation, and multiple linear regression. This study also interviews 10 agricultural chemical business owners.

This research finds that most of the samples are male, 40-49 years old, have a Bachelor's degree, have 800,001-1,000,000 Baht in income, and own 31-50 rai of land. Hypothesis testing reveals that decision making process is related to the level of decision making process at 25% level. When considering each aspect, it is found that the purchase decision affects the level of purchasing decision the most with 0.4 standardized coefficient value. Ranked next are after purchase behavior (0.158), alternative evaluation (0.151), and information searching (-0.105). The marketing mix factor also is related to the level of purchasing decision at 12.2%. When considering each aspect, it is found that price affects the level of purchasing decision the most with 0.184 standardized coefficient value. Ranked next are personnel (0.175), distribution (0.148), and marketing promotion (0.101).

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
คำถามในการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	8
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	10
แนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค	12
ข้อมูลที่ตั้งและอาณาเขต	13
ข้อมูลทั่วไปด้านการเกษตร.....	15
ข้อมูลทั่วไปของสารเคมีเกษตร.....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	31
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	32
เกณฑ์การแปลผล.....	33
4 ผลการวิจัย	34
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบ แบบสอบถาม	35
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร ของเกษตรกร	38
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเคมีเกษตร	44
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร.	52
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเชิงอนุมาณของผลการทดสอบสมมติฐาน.....	55
ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกของลูกค้าและผู้ประกอบการ	65
ผลการสัมภาษณ์ส่วนของผู้ประกอบการ	69
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการวิจัย	73
อภิปรายผลการศึกษา	78
ข้อเสนอแนะ	82
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก.....	88
ประวัติย่อของผู้วิจัย	94

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบทรายทางการเกษตร ปี 2553 -2556	2
3-1 การสุ่มตัวอย่างเกษตรกรในพื้นที่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี	28
3-2 คำถามในการสัมภาษณ์	30
4-1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
4-2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	36
4-3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	36
4-4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยผลผลิตที่ได้รับต่อปี.....	37
4-5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณ พื้นที่ในการทำการเกษตร	37
4-6 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจ ด้านการตระหนักถึงปัญหา	38
4-7 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจ ด้านการแสวงหาข้อมูล	39
4-8 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก.....	40
4-9 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจซื้อ	41
4-10 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ.....	42
4-11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) กระบวนการตัดสินใจซื้อเคมี เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี	43
4-12 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์.....	44
4-13 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านราคา.....	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-14 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย.....	47
4-15 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	48
4-16 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านพนักงาน	49
4-17 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านกระบวนการ	50
4-18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี	51
4-19 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ระดับการ ตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ด้านประเภทปุ๋ย	52
4-20 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ด้านประเภทเคมีเกษตร	53
4-21 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ด้านประเภทอาหารเสริมพืช.....	54
4-22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมี เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี	55
4-23 Model Summary ^b กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวมมีผลกับระดับ การตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	58
4-24 ANOVA ^a กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจ เลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร.....	59
4-25 Coefficients กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อ เคมีเกษตรของเกษตรกร	59
4-26 Model summary ^b ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลกับระดับ การตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27 ANOVA a ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร.....	64
4-28 Coefficients ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	64
4-29 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 1 ส่วนสำคัญที่เลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้านนี้.....	66
4-30 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 2 ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร	67
4-31 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 3 ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรเป็นอย่างไรบ้าง.....	68
4-32 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 4 ต้องการให้ร้านพัฒนาอย่างไรบ้าง.....	68
4-33 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 1 คุณมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าชื่นชอบในร้านของคุณ	69
4-34 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 2 คุณมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อร้านของคุณหรือกลับมาซื้อซ้ำ.....	70
4-35 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 3 คุณพบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างไร หรือปัญหาที่พบเจอบ่อย ๆ.....	71
4-36 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 4 คุณมีการพัฒนาการขายอย่างไรบ้างในอนาคต.	72

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2-1 กระบวนการตัดสินใจ	10
2-2 ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดจันทบุรี	15
4-1 กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของ เกษตรกร	56
4-2 กราฟความแปรปรวนของ กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อมีผลกับระดับการตัดสินใจ เลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	57
4-3 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	61
4-4 กราฟความแปรปรวนของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจ เลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	62
5-1 Model แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแปรอิสระ กระบวนการตัดสินใจ ส่วนประสม ทางการตลาด ต่อระดับการเลือกซื้อเคมีเกษตร	77

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีความสามารถทางด้านเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก ซึ่งดูได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงสุดของจังหวัดจันทบุรี เท่ากับ 56,262 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 55.76 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (สำนักงานเกษตรอำเภอมะขาม, 2557) และจะสูงต่อเนื่องขึ้นทุกปี ส่วนเกษตรกรรมที่มีความสำคัญของจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นการเพาะปลูก พืชที่นิยมของจังหวัดจันทบุรี คือ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลำไย และสละ เนื่องจากจันทบุรีมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสมสำหรับปลูกผลไม้เหล่านี้ทำให้จังหวัดจันทบุรีมีผลไม้เหล่านี้เป็นจำนวนมาก และมีคุณภาพดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุเรียนซึ่งจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีการผลิตมากที่สุดในประเทศไทย ผลไม้่อีกชนิดหนึ่งซึ่งมีชื่อเสียงมากของจังหวัดจันทบุรี ผลไม้ของจังหวัดจะออกสู่ตลาดในช่วงระหว่างเดือนเมษายนถึงมิถุนายนของทุกปี

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเกษตรกรรมนั้นมีจำนวนมากเนื่องจาก ผลผลิตทางการเกษตรนั้นมีราคาที่สูง ทำให้เกษตรกรเริ่มหันมาทำการเกษตรอย่างจริงจัง คือการใช้เคมีเกษตรเพื่อเพิ่มคุณภาพของผลผลิตทั้งยังเพิ่มปริมาณในการให้ผลผลิตอีกด้วย จากปัจจัยที่เกษตรกรนั้นต้องลงทุนมากขึ้นก็เพราะผลผลิตที่จำเป็นต้องมีคุณภาพตรงต่อการส่งออก ดังนั้นเกษตรกรจึงมีการใช้สารเคมีทางการเกษตรกันอย่างแพร่หลาย สารเคมีที่ใช้ได้แก่ สารกำจัดแมลง, สารป้องกันกำจัดโรคพืช และสารกำจัดวัชพืช เป็นต้น สารเคมีจึงเข้ามามีบทบาทในการผลิตของเกษตรกรเป็นอย่างมาก ซึ่งสารเคมีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่เกษตรกร เนื่องมาจากซื้อหาได้ง่ายในท้องถิ่น สะดวกในการใช้และเห็นผลทันที ซึ่งทุกปีมีการใช้เคมีเกษตรที่สูงขึ้นทุกปี ซึ่งดูได้จากปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบอันตรายทางการเกษตร จากตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบอันตรายทางการเกษตร ปี 2553 -2556
(กรมวิชาการเกษตร, 2557)

ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบอันตรายทางการเกษตร ปี 2553 -2556

หน่วย : ปริมาณ : ตัน มูลค่า : ล้านบาท

ปี	สารเคมี									
	สารกำจัดวัชพืช (Herbicide)		สารกำจัดแมลง (Insecticide)		สารป้องกันและ กำจัดโรคพืช (Fungicide)		อื่น ๆ		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2553	80,278	8,845	23,417	4,670	9,671	3,860	4,450	583	117,815	17,956
2554	112,177	11,480	34,672	5,938	12,179	3,875	5,511	777	164,538	22,070
2555	106,860	11,294	16,797	3,686	6,972	3,883	3,748	494	134,480	19,378
2556	137,049	14,873	21,485	4,201	10,350	4,828	3,942	514	172,826	24,416

การทำผลไม้คุณภาพส่งออกนั้น ผลไม้ต้องมีคุณภาพดี ผลใหญ่ ผลสวย ไม่เป็นโรค จึงสามารถส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ การที่จะทำให้ผลไม้ได้คุณภาพส่งออก จำเป็นต้องใช้ ปุ๋ย ยา เคมีเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และปัจจุบันยังมีสารที่สามารถทำให้ ผลไม้ ออกนอกฤดูกาลได้ อย่างเช่นลำไย ปัจจุบันในภาคเกษตรกรรม ส่วนใหญ่แล้วจำเป็นต้องใช้ เคมีเกษตร ถึงจะทำให้ ออกดอกออกผล เนื่องจากสภาพอากาศในปัจจุบันนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้ผลไม้ นั้น ออกดอกออกผลได้ยาก และยังมีศัตรูพืชอีกหลายชนิด ที่เข้าทำร้าย ต้นไม้ อย่างเช่น แมลง หนอน และเชื้อรา เป็นต้น การปลูกผลไม้ทำให้ ออกดอก ออกผลว่ายากแล้ว แต่การดูแลรักษาให้ ต้นไม้นั้นไม่ให้เป็นโรคนั้นยากกว่า

ปัจจุบันได้มีร้านจำหน่ายเคมีเกษตรในจังหวัด เป็นจำนวน 580 ร้านค้า (สำนักวิจัยและ พัฒนาการเกษตรเขตที่ 6, 2556) และจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าการขายเคมีเกษตรนั้น มีการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากพื้นที่แถบจังหวัดจันทบุรี มีการทำเกษตรกรรมเป็นจำนวนมาก และ ปัจจัยที่จะทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพนั้น จึงจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์จำพวกเคมีเกษตร จึงจะได้

ผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของผู้รับซื้อผลไม้ส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ จึงทำให้ร้านขายเคมีเกษตรนั้นมีเป็นจำนวนมาก

ในเขตอำเภอมะขาม มีประชากรที่ทำการเกษตรจำนวน 6,727 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 66.28 ของประชากรครัวเรือนทั้งหมดในอำเภอมะขาม และพื้นที่ทำการเกษตร 177,568 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 59.18 ของพื้นที่ทั้งหมด (สำนักงานเกษตรอำเภอมะขาม, 2557) จะเห็นได้ว่าในพื้นที่อำเภอมะขามนั้น มีพื้นที่และเกษตรกรที่ทำสวนอยู่เป็นส่วนใหญ่ วิถีชีวิตของชาวอำเภอมะขามเป็นหลักคือการทำเกษตรสวนผลไม้ เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ สละ ลองกอง ลำไย กล้วย เป็นต้น ซึ่งในอดีตการใช้เคมีเกษตรยังไม่แพร่หลายเท่าปัจจุบันเนื่องจากราคาของผลไม้มีราคาถูกลงถึงถูกมากขถ้าย้อนกลับไปเมื่อ 10 ปีที่แล้ว เงาะมีราคาอยู่ที่ 3-5 บาท และตลาดในการส่งออกก็ยังน้อย การที่ใช้เคมีเกษตรชาวสวนนั้นมองว่าไม่คุ้มกับการลงทุน จึงใช้วิธีแบบบ้านๆ ปล่อยไปตามธรรมชาติ แต่ในปัจจุบันการทำเกษตรพืชสวนผลไม้ยุคใหม่ จะหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีไม่ได้เลยอาจเนื่องจากสภาพอากาศในปัจจุบันผลไม้ไม่ค่อยออกดอกตามฤดูกาลหรือออกแต่ออกน้อยมากผลผลิตที่ได้จึงน้อยบวกกับคุณภาพที่ไม่ดีทำให้ผู้รับซื้อนั้นกดราคาเกษตรกร ด้วยเหตุผลที่ผู้รับซื้อส่วนใหญ่ต้องการผลไม้ที่สวยและมีคุณภาพเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งทำให้ราคาผลไม้ในปัจจุบันมีราคาที่สูง และการแข่งขันก็สูงด้วยเช่นกัน เกษตรกรส่วนใหญ่จำเป็นต้องพึ่งสารเคมีทางการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ ผู้ศึกษาจึงตระหนักถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตร เพราะการแข่งขันในปัจจุบันนี้สูง จึงได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรขึ้น เพื่อจะได้ทราบถึงการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

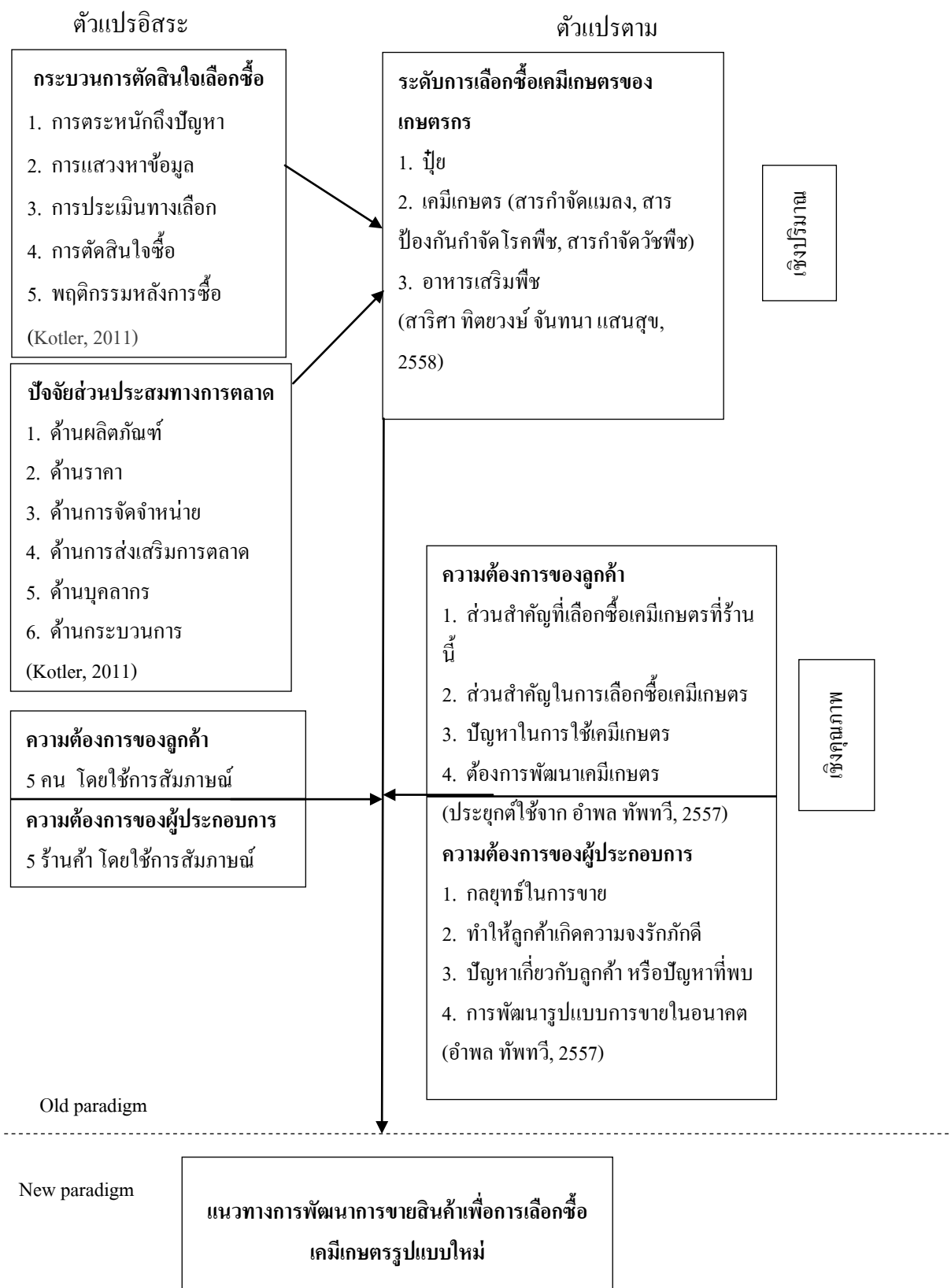
1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร หรือ ปุ๋ย เคมีเกษตร และอาหารเสริมของเกษตรกร ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เพื่อนำไปผสมผสานกับเชิงปริมาณเพื่อให้เกิดแนวทางการขายรูปแบบใหม่

คำถามในการวิจัย

1. วิธีการใดที่สามารถพัฒนาการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพในการขายให้กับร้านจำหน่ายเคมีเกษตร
2. มีรูปแบบการขายใดที่จะทำให้เพิ่มความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้น ได้นำกระบวนการตัดสินใจ และเอาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด มาใช้ในการกำหนดตัวแปรแล้วนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงปริมาณ และสร้างคำถามการวิจัยขึ้นในเชิงคุณภาพ แล้วนำมาผสมผสานกับเชิงปริมาณ เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตของประชากรคือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี โดยวิธีการใช้แบบสอบถาม
2. ขอบเขตของเนื้อหา เชิงปริมาณ ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจ และส่วนประสมทางการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการ เชิงคุณภาพ ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า และความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการเลือกซื้อเคมีเกษตร
3. ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรในเขต อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
2. ทราบถึงความแตกต่างของเกษตรกรในการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร ในเขต อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
3. นำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเคมีเกษตรและผู้ที่สนใจนำไปใช้ เพื่อกำหนดแนวทางและรูปแบบ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคต

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจเลือกซื้อ หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจที่เกิดขึ้น โดยลูกค้ามีความต้องการในการซื้อเคมีเกษตร ลูกค้าจะเป็นคนประเมินและเลือกตราสินค้า ผู้จำหน่าย ลูกค้าจะซื้อหรือไม่ซื้ออยู่ที่สถานการณ์การซื้อ คุณภาพของสินค้า ประโยชน์ที่นำไปใช้ ตราสินค้า ปริมาณที่จะซื้อ ความคุ้มค่าในการซื้อ

เคมีเกษตร หมายถึง สารเคมีที่ใช้ในการเกษตร เพื่อเพิ่มผลผลิต ป้องกันและกำจัดโรคพืช และกำจัดศัตรูพืช เช่น ปุ๋ย สารกำจัดแมลง สารป้องกันกำจัดโรคพืช และสารกำจัดวัชพืช เป็นต้น

อาหารเสริมพืช หมายถึง ธาตุอาหารหลักและธาตุอาหารรองสำหรับพืช เช่น N-P-K แคลเซียม แมกนีเซียม สังกะสี เป็นต้น ที่จำเป็นสำหรับพืช เพื่อให้ต้น ไม้เจริญเติบโตแข็งแรง ซึ่งรวมไปถึงประเภทฮอร์โมนสำหรับพืชด้วย เช่น จิบเบอเรลลิน เป็นต้น

เกษตรกร หมายถึง ผู้ที่ทำอาชีพ เกี่ยวกับการเกษตร การเพาะปลูกพืชสวน เช่น ทูเรียน มังคุด ลำไย เงาะ ลองกอง เป็นต้น ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

การเกษตร หมายถึง การเพาะปลูกพืชต่าง ๆ เช่น ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง สละ ลำไย เป็นต้น การเกษตรจึงเป็นการจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน และทุน โดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตจากพืช

ส่วนทางการตลาด หมายถึง กลุ่มเครื่องมือทางการตลาดเพื่อใช้ในการจูงใจผู้ซื้อสินค้าเคมีเกษตร โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สารกำจัดแมลง สารป้องกันโรคพืช ฮอร์โมนและอาหารเสริมพืช สารกำจัดวัชพืช คุณภาพของสารเคมีทางการเกษตร ความหลากหลายของตราสินค้า ต้องคำนึงถึงประเทศผู้ผลิต ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตด้วย เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า
2. ด้านราคา หมายถึง ราคาของเคมีเกษตร ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการกำหนดราคาเกษตรกรจะเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพสินค้านั้นกับราคาดังกล่าวมีความเหมาะสม เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ และมีหลากหลายช่องทางในการจ่าย เช่น รับบัตรเครดิต รับเงินสด เป็นต้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ร้านจำหน่ายเคมีเกษตร ในเขต อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
4. ด้านการส่งเสริม หมายถึง มีการจัดโปรโมชั่น ส่วนลด ของแจก ของแถม การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การให้ความรู้ความเข้าใจถึงการใช้สารเคมีเกี่ยวกับการเกษตร มีบริการให้คำปรึกษาด้านเกษตรกรรม ด้านโรคพืช ด้านศัตรูพืช โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการให้คำปรึกษา
5. ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานขายมีความรู้และความชำนาญด้านการเกษตร ในการให้คำแนะนำด้านสินค้าหรือคุณสมบัติ วิธีใช้ในสินค้า มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม เป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า
6. ด้านกระบวนการ หมายถึง การให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัด จันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ข้อมูลที่ตั้งและอาณาเขต
5. ข้อมูลทั่วไปด้านการเกษตร
6. ข้อมูลทั่วไปของสารเคมี
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาความหมายของ การตัดสินใจ (Decision making) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า แล้วพบว่า ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 46) ได้ให้ความหมายว่า กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจ อุดลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็นลำดับขั้น 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) เป็นลักษณะของการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ปรารถนาจะเกิดขึ้น (Desired state of affairs) กับสภาพแท้จริงที่เผชิญอยู่ (Actual state of affairs) โดยที่ความแตกต่างดังกล่าวมีมาก ความแตกต่างที่มีจำนวนมากสามารถทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการของตนขึ้นมาได้ ในที่นี้เราอาจเปรียบสภาพที่ปรารถนาจะให้มี(หรือเกิดขึ้น) ได้กับตัวปัญหา (Problems) 2) การแสวงหาข่าวสาร (Search for information) เป็นการที่บุคคลแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่นข้อมูลที่บุคคลได้เก็บไว้ในความทรงจำหรือจากแหล่งข้อมูลภายนอก 3) การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-purchase alternative evaluation)

เป็นการพิจารณาประเมินแต่ละทางเลือกก่อนที่จะทำการซื้อโดยพิจารณาถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเป็นสำคัญ 4) การซื้อ (Purchase) เป็นการได้มาซึ่งตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่บุคคลต้องการหรือสิ่งทดแทนที่ยอมรับได้ 5) การบริโภคหรืออุปโภค (Consumption) เป็นการอุปโภคหรือบริโภคตราซื้อที่เลือกซื้อมา 6) การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-purchase alternative evaluation) เป็นการประเมินระดับความพอใจหลังอุปโภคบริโภคสินค้า 7) การจัดการกับสินค้าเหลือใช้ (Divestment) เป็นวิธีการจัดการผลิตภัณฑ์เหลือใช้หรือมิได้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ

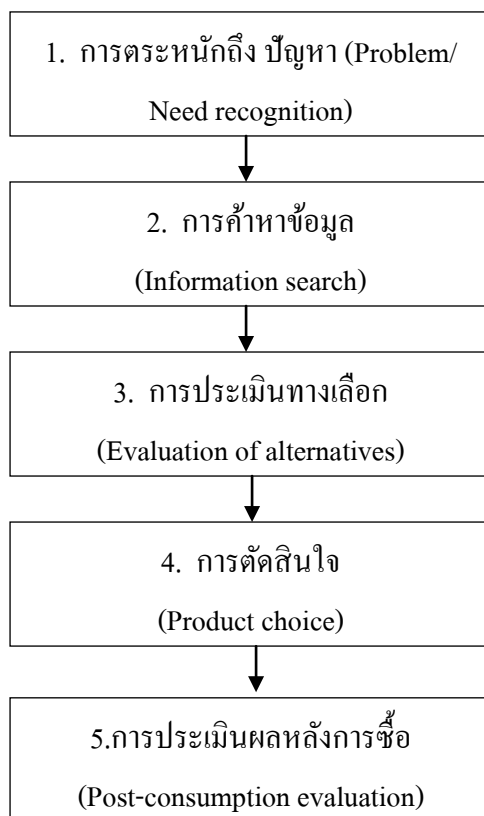
นิตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 49) ผู้บริโภคถึงแม้จะมีความแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคมีรูปแบบในการตัดสินใจที่เหมือนกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และทัศนคติหลังการซื้อ ชูชัย สมितिไกร (2554, หน้า 67) ได้ให้ความหมายสอดคล้องกัน อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไร้เป้าหมาย แต่ผ่านกระบวนการคิดและไตร่ตรองไว้แล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด จึงมีขั้นตอนดังนี้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน 1) การตระหนักถึง ปัญหา (Problem/ Need recognition) 2) การค้นหาข้อมูล (Information search) 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) 4) การตัดสินใจ (Product choice)

และเมื่อศึกษาไปยังนักวิชาการต่างประเทศ ก็ได้ให้ความหมายที่สอดคล้องกัน

Blackwell, Miniard, & Engel (2006) ได้ให้ความหมายว่า กระบวนการบริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การซื้อ 5) การบริโภค 6) การประเมินผลหลังการซื้อ เมื่อศึกษาไปหลาย ๆ คน พบว่า ต่างมีความเห็นที่ใกล้เคียงกัน โดยให้ความสำคัญในเรื่อง กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน เช่นเดียวกับ

Schiffman & Kanuk (2007)

จากการทบทวนแนวคิดต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้เฉพาะดังนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ก่อนผู้บริโภคจะซื้อ จะต้องผ่านกระบวนการคิดก่อนตั้งแต่การตระหนักถึงปัญหา เมื่อเกิดแล้วก็แสวงหาข้อมูลของสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เมื่อได้ข้อมูลนั้นมาจึงทำการประเมินทางเลือก ถ้าเจอทางเลือกที่ใช่หรือถูกใจแล้ว ก็จะมีการซื้อนั่นเอง และเมื่อหลังการซื้อจะแสดงทัศนคติแล้วพิจารณาว่าพอใจในการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์หรือไม่ ถ้าพอใจก็จะกลับไปซื้อใหม่ ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 กระบวนการตัดสินใจ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556)

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแล้วพบว่า Kotler (2011) ได้ให้ความหมายว่า เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ จะประกอบด้วยทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการของสินค้าได้ ซึ่งประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence/ Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) ที่สอดคล้องกับ Michael, Belch & George, Belch (2008) ได้กล่าวว่า การพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อผู้บริโภค การเสนอขายสินค้าหรือบริการด้วยราคาที่เหมาะสม ช่องทางขายหรือสถานที่จัดจำหน่าย ไปจนถึงการเพิ่มขีดจำกัดของการส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสารเพื่อเข้าถึงความสนใจของผู้บริโภคได้ โดยส่วนของ 4 P's คือส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของสินค้าและบริการ ก่อนที่จะพัฒนาไปสู่ 7P's เพื่อสร้างโอกาสในการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล

กับลูกค้าในตลาด ได้ความเช่นเดียวกันกับ สุวิมล แม่นจริง และเกษร ไชยบักร์ (2550) การตลาดสมัยใหม่ผู้ผลิตต้องเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคให้ได้ แล้วยังต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มด้วยหรือกลุ่มเป้าหมาย ด้วยสินค้าหรือบริการที่เจาะจงเข้าไปในใจของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันยังต้องทำให้บรรลุเป้าหมายของกิจการด้วยโดยอยู่ภายใต้ขอบเขตของทรัพยากรที่มีอยู่ และข้อจำกัดต่าง ๆ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคคือหนึ่งในหน้าที่ของนักการตลาด ซึ่งก็คือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) อาจหมายถึงสินค้า บริการหรือความคิดก็ได้ที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นรวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนและผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนและรวมถึงคุณภาพคุณลักษณะรูปแบบตราสินค้าการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อและการรับประกันคุณภาพ

2. ราคา (Price) คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์การตั้งราคาให้ถูกต้องเหมาะสมและยุติธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรืออรรถประโยชน์ของผู้บริโภคจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในงานทางการตลาดในที่นี้ราคาประกอบด้วย การกำหนดราคาขายใครต่าง ๆ ในการขายซึ่งได้แก่การให้ส่วนลด ส่วนคืน ระยะเวลาในการชำระเงินและวงเงินสินเชื่อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะไม่ใช่เป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภคมากนักถ้าไม่ได้อยู่ในสถานที่และเวลาที่พวกเขาต้องการ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพิจารณาถึงสถานที่เวลาและใครเป็นผู้ที่เสนอขายสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้นงานทางด้านการจัดจำหน่ายจะแบ่งเป็นสองส่วนคือ หนึ่งการเลือกช่องทางจัดจำหน่ายเป็นการเลือกวิธีการจัดจำหน่ายตัวสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค หรือเป็นการขายผ่านคนกลางก็ได้ และสอง การกระจายตัวสินค้าเป็นการพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการกระจายตัวสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องทั้ง เวลา สถานที่ และปริมาณซึ่งจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่การขนส่งการเก็บรักษาสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดคือการสื่อสารของผู้ผลิตทำไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารชักจูงใจรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อเกิดขึ้น

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ประกอบด้วยพนักงานทั้งหมดขององค์กร ตั้งแต่เจ้าของจนไปถึงพนักงานทุกระดับซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีผลต่อคุณภาพของ

การให้บริการทั้งหมด ดังนั้นต้องมีการฝึกอบรมจิตใจเพื่อให้พนักงานสามารถจะทำให้ผู้บริโภคนั้นพึงพอใจ

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) การสร้างภาพลักษณ์ให้เจาะจงตรงกลุ่มผู้บริโภค ตั้งแต่สถานที่ตั้ง อาคาร เครื่องมือ รวมไปถึงรูปแบบฟอร์มต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามองว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นไปในลักษณะใด

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการให้บริการที่ให้กับผู้ใช้บริการ ด้านนี้จึงมีความสำคัญอยู่มาก เนื่องจากการให้บริการประกอบด้วยหลาย ๆ ด้านตั้งแต่ พนักงานต้อนรับ จนถึงชำระเงิน ซึ่ง แต่ละด้านล้วนอยู่ในองค์กรเดียวกัน ถ้าหากขั้นตอนไหนเกิดไม่ถูกใจหรือบริการไม่ดีพอ ย่อมทำให้การบริการโดยภาพรวมไม่เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าเลย

จากการทบทวนแนวคิดต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ไว้เฉพาะดังนี้คือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นกระบวนการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค ว่าผู้บริโภคมีความชอบในการบริการแบบไหน เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงประเด็นนั้นคือ 7P's โดยประกอบไปด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) การจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence/ Presentation) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process)

แนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแล้ว พบว่า พรหมสร เดชากวินกุล (2553) ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า เป็นพฤติกรรม ซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แสดงออกเพื่อจัดหา และได้มาซึ่งการบริโภค เริ่มตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว จนถึงยอมสูญเสียทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ที่สอดคล้องกับภาวिति กาญจนภา (2554) เป็นกระบวนการในการจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ได้รับความเช่นเดียวกัน ได้มีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่อง ถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว ซึ่ง วันดี รัตนกาย (2554) ก็ได้มีความเห็นเช่นเดียวกันในเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และใช้บริการสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา โดยที่ วันดี รัตนกาย (2554) ก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกัน

และเมื่อศึกษาไปยังนักวิชาการต่างประเทศ โดยจำแนกออกเป็นภูมิภาค กล่าวคือ นักวิชาการทางด้านตะวันตกได้ให้ความหมายไว้ว่า Schiffman and Kanuk (2007, p. 6) พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็นพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภค ได้แสดงออกไม่ว่าจะเป็นการค้นหาการซื้อการใช้การประเมิน หรือการบริโภคสินค้า บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลาและกำลัง เพื่อการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ประกอบด้วย (1) ซื้ออะไร (2) ทำไม่จึงซื้อ (3) ซื้อเมื่อไหร่ (4) ซื้ออย่างไร (5) ซื้อที่ไหน (6) ซื้อบ่อยแค่ไหน ซึ่งเมื่อศึกษาไปหลาย ๆ คน พบว่า ต่างมีความเห็นที่ใกล้เคียงกันโดยให้ความสำคัญในเรื่อง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และได้มาซึ่งการบริโภค ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วต่างก็ให้ความสำคัญที่สอดคล้องกัน เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาต่อไป พบว่า มีนักวิชาการที่เห็นต่างไป คือกลุ่มนักวิชาการต่างประเทศ โดยเฉพาะ นันทา ศรีจรัส (2551) ได้ให้ความหมายที่ต่างออกไป โดยไม่ได้ให้ความสำคัญ กับประเด็นข้างต้น แต่กลับให้ความสำคัญต่อ การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทักษะคิด และค่านิยม นอกจากนี้การแสดงออกนั้น ๆ อาจมาจากการกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ Foxall & Sigurdsson (2013)

จากการทบทวนแนวคิดต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้เฉพาะดังนี้คือ พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การพิจารณาในเรื่อง ว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมากของผู้บริโภค ถือเป็นกระบวนการจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการผ่านตัวกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้บริโภค หรือตัวกระตุ้นที่มาจากภายนอก เข้ามาทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ เพื่อหาทางตอบสนองความต้องการของตนเอง และนำมาสู่การบริโภค คือ ปริมาณความถี่ในการซื้อสินค้า งบประมาณในการซื้อเคมีเกษตรต่อเดือน ช่วงเวลาในการซื้อ และ วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า โดยมีนักวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดคือ Schiffman and Kanuk (2007), Engel, Blackwell & Miniard (1990), พรหมสร เดชากวินกุล (2553), ภาวิณี กาญจนภา (2554), วันดี รัตนกาย (2554)

ข้อมูลที่ตั้งและอาณาเขต

อำเภอมะขามตั้งอยู่ทางตอนกลางก่อนไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดจันทบุรี ห่างจากตัวจังหวัดจันทบุรีประมาณ 15 กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 317 จันทบุรี-สระแก้ว หลักกิโลเมตรที่ 9 มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	อำเภอเขาฉกรรจ์และอำเภอโป่งน้ำร้อน
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	อำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอขลุง

ทิศใต้	ติดต่อกับ	อำเภอขลุงและอำเภอเมืองจันทบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	อำเภอเมืองจันทบุรีและอำเภอเขาภิษณภู
อำเภอมะขามแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 6 ตำบล 56 หมู่บ้าน ได้แก่		
1. มะขาม (Makham)	จำนวนหมู่บ้าน	10 หมู่บ้าน
2. ท่าหลวง (Tha Luang)	จำนวนหมู่บ้าน	8 หมู่บ้าน
3. ปัตถวี (Patthawi)	จำนวนหมู่บ้าน	12 หมู่บ้าน
4. วังแฉิม (Wang Saem)	จำนวนหมู่บ้าน	12 หมู่บ้าน
5. ฉมัน (Chaman)	จำนวนหมู่บ้าน	9 หมู่บ้าน
6. อ่างคีรี (Ang Khiri)	จำนวนหมู่บ้าน	8 หมู่บ้าน

จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ภาคตะวันออกของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร

ประมาณ 223 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 6,338 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 3,961,250 ไร่ แยกเป็นรายอำเภอดังนี้

อำเภอเมืองจันทบุรี	มีเนื้อที่ประมาณ	253	ตารางกิโลเมตร
อำเภอขลุง	มีเนื้อที่ประมาณ	756	ตารางกิโลเมตร
อำเภอท่าใหม่	มีเนื้อที่ประมาณ	613	ตารางกิโลเมตร
อำเภอแหลมสิงห์	มีเนื้อที่ประมาณ	191	ตารางกิโลเมตร
อำเภอโป่งน้ำร้อน	มีเนื้อที่ประมาณ	927	ตารางกิโลเมตร
อำเภอมะขาม	มีเนื้อที่ประมาณ	480	ตารางกิโลเมตร
อำเภอสอยดาว	มีเนื้อที่ประมาณ	734	ตารางกิโลเมตร
อำเภอแก่งหางแมว	มีเนื้อที่ประมาณ	1,254	ตารางกิโลเมตร
อำเภอนายายอามประมาณ	มีเนื้อที่ประมาณ	300	ตารางกิโลเมตร
อำเภอเขาภิษณภู	มีเนื้อที่ประมาณ	830	ตารางกิโลเมตร

การเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี

ทุเรียน เป็นผลไม้ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและทำรายได้ให้กับจังหวัดมากที่สุด พื้นที่เพาะปลูกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกทั้งสิ้น 279,923 ไร่ มากที่สุดในภาคตะวันออก และเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ พันธุ์หมอนทอง ชะนี ก้านยาว กระจุม เป็นต้น

แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ อำเภอท่าใหม่ อำเภอนายายอาม กิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ อำเภอขลุง มะขาม อำเภอแก่งหางแมว เมือง อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอสอยดาว และอำเภอแหลมสิงห์ ตามลำดับ

เงาะ เป็นผลไม้ที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากรองจากทุเรียน ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกทั้งสิ้น 193,596 ไร่ (เป็นอันดับหนึ่งของประเทศเช่นเดียวกับทุเรียน)

แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ กิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ อำเภอนายายอาม อำเภอท่าใหม่ อำเภอมะขาม อำเภอขลุง อำเภอแก่งหางแมว อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาว ตามลำดับ

มังคุด เป็นผลไม้ที่มีพื้นที่การเพาะปลูกเป็นอันดับ 3 รองจากทุเรียน และเงาะ ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูก 85,906 ไร่

แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ อำเภอมะขาม กิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ อำเภอนายายอาม อำเภอขลุง อำเภอท่าใหม่ อำเภอเมือง อำเภอแก่งหางแมว อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอแหลมสิงห์ และอำเภอสอยดาว ตามลำดับ

ทรัพยากรน้ำ แหล่งน้ำธรรมชาติ จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเล จึงมีแม่น้ำลำธารสายต่าง ๆ หลายสาย ซึ่งมีทิศทางการไหลของน้ำจากเหนือลงใต้เป็นส่วนใหญ่ ประกอบด้วย

1. แม่น้ำพังราด เป็นลำน้ำกั้นพรมแดนระหว่างจังหวัดจันทบุรี และระยอง แม่น้ำพังราดเป็นลำน้ำสายสั้น ๆ มีความยาวจากต้นกำเนิดของลำน้ำเขาวงศ์ถึงปากแม่น้ำพังราด ยาวทั้งสิ้น 30-50 กิโลเมตร ลำน้ำตอนต้นเกิดจากคลองเขาวงศ์ คลองนายายอาม นอกจากนี้ยังมีคลองห้วงหิน และ คลองห้วยเตย ซึ่งมีกำเนิดมาจากเขาทะเลลาย ไหลลงสู่คลองนายายอาม และต่อเนื่องเป็นลำน้ำพังราดในที่สุด

2. แม่น้ำวังโตนด มีกำเนิดมาจากเนินเขาบริเวณเขตติดต่อระหว่างอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว และอำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีลำน้ำสาขาที่สำคัญ คือ คลองโตนด และคลองประแกด

3. แม่น้ำจันทบุรี เป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญที่สุดของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยแม่น้ำสาขาที่สำคัญ คือ คลองदारอง และคลองตาหิว นอกจากนี้ ยังมีคลองทุ่งพล (คลองปรือ หรือคลอง

พยาธิ) ไหลลงมารวมกับแม่น้ำจันทบุรีที่ตอนใต้ของวัดพญาล่าง ผ่านตัวเมืองจันทบุรีหรือออกปากแม่น้ำที่อำเภอแหลมสิงห์ รวมความยาวทั้งสิ้น 123 กิโลเมตร

4. แม่น้ำเวฬุมี กำเนิดจากคลองขวาง ซึ่งเกิดจากหุบเขาชะอม และเขาทุ่งสะพานหิน ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอมะขาม ทางตะวันออก 10 กิโลเมตร แม่น้ำเวฬุ มีความยาวทั้งสิ้น 87.5 กิโลเมตร

5. กลุ่มน้ำโตนเลสาป ไหลจากอำเภอโป่งน้ำร้อนลงสู่ที่ราบราชอาณาจักรกัมพูชา ทางทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก

ข้อมูลทั่วไปของสารเคมีเกษตร

สารเคมีทางการเกษตร ในบทความนี้ยึดถือตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ที่ได้ให้นิยามคำว่า “วัตถุอันตรายทางการเกษตร” หมายถึง สารที่มีจุดมุ่งหมายใช้เพื่อป้องกัน ทำลาย ดึงดูด ขับไล่ หรือควบคุมศัตรูพืชและสัตว์ หรือพืชและสัตว์ที่ไม่พึงประสงค์ไม่ว่าจะเป็นการใช้ระหว่างการเพาะปลูก การเก็บรักษา การขนส่ง การจำหน่าย หรือระหว่างกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร หรือเป็นสารที่อาจใช้กับสัตว์เพื่อควบคุมปรสิตภายนอกและให้หมายความรวมถึง สารควบคุมการเจริญเติบโตของพืช สารทำให้ใบร่วง สารทำให้ผลร่วง สารยับยั้งการแตกยอดอ่อน และสารที่ใช้กับพืชผลก่อนหรือหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อป้องกันการเสื่อมเสียระหว่างการเก็บรักษาและการขนส่ง แต่ไม่รวมถึงปุ๋ย สารอาหารของพืชและสัตว์ วัตถุเจือปนอาหารและยาสำหรับสัตว์ (ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 123 ตอนพิเศษ 7 ง หน้า 29 19 มกราคม 2549)

ความหมายของคำนิยามดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับนิยามของคำว่า Pesticide ของคณะกรรมการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex alimentarius commission: CAC) และองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and agriculture organization of the united nation: FAO) ที่ระบุว่า Pesticide หมายถึง สารหรือส่วนผสมของสารที่ใช้เพื่อการป้องกัน หรือทำลายหรือควบคุมศัตรูพืช รวมถึงพาหะของโรคในมนุษย์หรือสัตว์ ชนิดของพืชหรือสัตว์ที่ไม่ต้องการและก่อให้เกิดความเสียหายกับผลผลิต กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่งหรือการตลาดของอาหารสินค้าการเกษตร ไม้ ผลผลิตจากไม้ หรืออาหารสัตว์ หรือหมายถึงสารที่ใช้กับสัตว์เพื่อที่จะควบคุมแมลงแมง หรือศัตรูที่อยู่บนหรืออยู่ในร่างกาย นอกจากนี้ยัง หมายถึง สารที่ใช้ควบคุมการเจริญเติบโต สารทำให้ใบร่วง สารดูดความชื้นหรือสารที่ใช้ในผลไม้เพื่อป้องกันการร่วงก่อนกำหนด และหมายถึงสารที่ใช้กับผลผลิตก่อนหรือหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อป้องกันผลผลิตจากการเสื่อมสภาพระหว่างการจัดเก็บและการขนส่ง โดยในที่นี้ไม่รวมถึงปุ๋ยหรือ

สารแอนติไบโอติกหรือสารเคมีอื่น ๆ ที่ใช้ในสัตว์เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆเช่น การเร่งการเจริญเติบโตหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการเจริญพันธุ์

ประเภทของสารเคมีทางการเกษตร

สารเคมีในการเกษตรที่นำมาใช้มีหลายประเภท และแบ่งได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่ใช้ ดังนี้ (วารุณี จิตอารี, สุรัตน์ หงส์สิบสองและ คะนิงนุช ลังกากาศ, 2546)

1. การแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน แบ่งได้เป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 สารเคมีกำจัดแมลง
- 1.2 สารกำจัดวัชพืช
- 1.3 สารกำจัดแมลงชีวอินทรีย์
- 1.4 สารกำจัดเชื้อรา
- 1.5. สารกำจัดหนู
- 1.6 สารกำจัดหอยและหอยทาก
- 1.7 สารรมควันพิษ
- 1.8 สารเคมีควบคุมการเจริญเติบโตของพืช
- 1.9. สารกำจัดไส้เดือนฝอย และ
- 1.10 สารเคมีป้องกันกำจัดโรคพืช

2. การแบ่งตามองค์ประกอบทางเคมี สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

2.1 สารอินทรีย์ธรรมชาติ ซึ่งเป็นสารประกอบของคาร์บอนที่สามารถสกัดได้จากพืช เช่น ไพรีทริน (Pyrethrin) โรทีนอยด์ (Rotenone and rotenoids) นิโคติน (Nicotine) เป็นต้น

2.2 สารอินทรีย์สังเคราะห์ ซึ่งสารเคมีในกลุ่มนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในภาคการเกษตร เนื่องจากสามารถควบคุมและกำจัดแมลงศัตรูพืชได้ดี ได้แก่

2.2.1 กลุ่มออร์กาโนคลอรีน (Organochlorine) มีธาตุไฮโดรเจน คาร์บอนและคลอรีนรวมอยู่ในสูตร สารกำจัดแมลงกลุ่มนี้มีความเป็นพิษเฉียบพลันต่ำเมื่อถูกดูดซึมผ่านผิวหนัง แต่มีศักยภาพในการก่อความเป็นพิษเรื้อรังในระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากสลายตัวได้ยาก และสะสมในสิ่งแวดล้อมสูง เนื่องจากสลายตัวได้ยากในสิ่งแวดล้อม เช่น ดินดีที และอนุพันธ์ของดีทีที ในประเทศที่พัฒนาแล้วได้ห้ามมีการใช้อย่างเด็ดขาด ในประเทศไทยยังคงมีการใช้เพื่อควบคุมโรคมาลาเรีย

2.2.2 กลุ่มออร์กาโนฟอสเฟต (Organophosphate) มีฟอสฟอรัสเป็นองค์ประกอบสำคัญ เป็นสารเคมีที่มีการพัฒนาและสังเคราะห์สารประกอบขึ้นกว่า 100,000 ชนิด เช่น พาราไทออนเมวินฟอส เป็นต้น ความเป็นพิษของสารกำจัดแมลงในกลุ่มนี้จะแตกต่างกัน แม้ว่า

จะมีกลไกการออกฤทธิ์เหมือนกัน

2.2.3 สารเคมีกลุ่มคาร์บาเมต (Carbamate) มีในโตรเจนเป็นส่วนประกอบใช้ประโยชน์ในการกำจัดแมลงได้ดี มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มอื่นคือ ละลายน้ำได้ดี สามารถซึมเข้าทางรากและเคลื่อนย้ายไปทั่วลำต้นของพืชได้ และเป็นพิษสูงต่อสัตว์เลือดอุ่น

2.2.4 สารเคมีกลุ่มไพรีทรอยด์สังเคราะห์ (Synthetic pyrethroid) เป็นสารเคมีที่สังเคราะห์เลียนแบบไพรีทริน แต่พัฒนาให้สามารถทนต่อการสลายตัวด้วยแสงแดด สารกำจัดแมลงกลุ่มไพรีทรอยด์ส มีกลไกออกฤทธิ์ เช่นเดียวกับสารพวกออร์กาโนคลอรีน แต่ฤทธิ์น้อยกว่า มักใช้เพื่อกำจัดแมลงในบ้านเรือน เพราะออกฤทธิ์ให้เกิดอัมพาตในแมลงอย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่มีพิษต่อสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมค่อนข้างต่ำ

3. สารอนินทรีย์ (Inorganic insecticide) เป็นสารเคมีที่นิยมใช้ในช่วงแรก ๆ มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน แต่ไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในปัจจุบัน สารหนู (Arsenical) เป็นสารที่เป็นพิษต่อสัตว์เลือดอุ่นมาก สลายตัวช้า และโซเดียม ฟลูออไรด์ (Sodium fluoride) นิยมใช้กำจัด แมลงสาบหนู

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนวัฒน์ ศาสตราจารย์ (2552) ทาการค้นคว้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากประชากรวัยทำงานในบริเวณอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 400 ราย จาก 4 กลุ่มอาชีพคือ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ และค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน ส่วนใหญ่มีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานโดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารดังกล่าวคือต้องการความสะดวกรวดเร็ว อยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน หาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานอาหาร โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ให้ไป นิยมรับประทานอาหารกลางวัน ในช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานส่วนใหญ่คือตัวเอง นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน มีคนไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน ร่วมกัน 3 ถึง 5 คน ในวันทำงานนิยมรับประทานอาหารประเภทอาหารไทย ตามสั่ง/ ข้าวราดแกง นิยมไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง/ ร้านทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 ถึง 50 บาท มีจำนวนร้านที่

ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำ 2 ถึง 3 ร้าน ในการรับประทานอาหารครั้งต่อไปส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม การเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจะต่างจากวันทำงานด้านการวิเคราะห์

ศฤงคาร ตั้งประกอบ (2552) ได้ศึกษาค้นคว้าโดย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมนเนจเม้นท์ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งหรือมีหน้าที่ภายในร้านคือ เป็นเจ้าของร้าน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส มีอายุ 50-59 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัทฯ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ บริษัทเอสซีจี เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก บริการจริงที่ได้รับสูงสุดคือสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความไม่พึงพอใจสูงสุดคือ บริษัทเอสซีจี มีบริการออกแบบ/ถอดแบบสินค้า อย่างไรก็ตามโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ มีการให้ส่วนลดเงินสด/ ส่วนลดปริมาณ/ ส่วนลดการค้า บริการจริงที่ได้รับสูงสุดคือ ระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ) มีความเหมาะสม และมีความไม่พึงพอใจสูงสุดคือ ผู้แทนจำหน่ายมีส่วนเหลือกำไรที่เหมาะสมอย่างก็ตามโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ สินค้าที่รับจากโรงงานอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุดเสียหาย และบริการจริงที่ได้รับสูงสุดคือ มีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และมีความไม่พึงพอใจสูงสุดคือ บริษัทเอสซีจี มีจำนวนสินค้าเพียงพอในการขาย

นกระศ ราชจิริต (2551) ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคของครุที่มีหนี้สินในจังหวัดพะเยาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของครุที่มีหนี้สินรวมไปถึงปัญหาที่เกิดจากการมีหนี้สินของครุที่มีหนี้สินในสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพะเยา จา กัด กลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการครู สังกัดกระทรวงศึกษาธิการในจังหวัดพะเยา และพนักงานเทศบาลที่ปฏิบัติงานสอนในสถานศึกษาสังกัดเทศบาลเมืองพะเยา จำนวน 366 คน พบว่าครุที่มีหนี้สินในจังหวัดพะเยา มีหนี้เฉลี่ยคนละ 1,014,373.74 บาท มีทรัพย์สินเฉลี่ยคนละ 2,112,814.17 บาท และมีรายได้เฉลี่ยคนละ 35,422.30 บาทต่อเดือน ขณะที่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 34,820.00 บาทต่อเดือน การจัดสรรรายได้เพื่อการใช้จ่ายในครอบครัวของครุที่มีหนี้สินเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พบว่าการบริโภคในแต่ละด้าน ส่วนใหญ่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการฯกำหนด แต่ยังมีรายจ่ายด้านการเช่า หนี้ ด้านสังคม และด้านอื่น ๆ อีก ซึ่งไม่อยู่ในรายการที่กำหนดตามเกณฑ์เป็นจำนวนร้อยละ 25.85 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สำหรับพฤติกรรมการบริโภค พบว่าความโน้มเอียงเฉลี่ยของการบริโภคโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.98 และความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายของการบริโภคโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.804 สำหรับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ในคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ โดยมีอิทธิพลในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านครอบครัว โดยมีอิทธิพลในระดับปานกลางเช่นกัน เมื่อพิจารณาโดยรวมของปัจจัยทั้งสองด้านพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคมากกว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับ ปัญหาที่เกิดจากการมีหนี้สิน พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดคือปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน โดยเป็นปัญหาที่จัดอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณาโดยรวมแล้วการมีหนี้สิน ได้ก่อให้เกิด ปัญหาในระดับปานกลาง

ธนวัฒน์ ศาสตราจารย์ (2552) ทำการค้นคว้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากประชากรวัยทำงานในบริเวณอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 400 ราย จาก 4 กลุ่มอาชีพคือ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ และค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22 ถึง 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 ถึง 10,000 บาท ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้านมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารดังกล่าวคือต้องการความสะดวกรวดเร็ว มีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน หาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานอาหาร โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป นิยมรับประทานอาหารกลางวัน ในช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกา ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานส่วนใหญ่คือตัวเอง นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน มีคนไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 3 ถึง 5 คน ในวันทำงานนิยมรับประทานอาหารประเภทอาหารไทย ตามสั่ง/ ข้าวราดแกง นิยมไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง/ ร้านทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 ถึง 50 บาท มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำ 2 ถึง 3 ร้าน ในการรับประทานอาหารครั้งต่อไปส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม การเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจะต่างจากวันทำงานด้านการวิเคราะห์

ธีรวัด นาจาย (2553) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรกำหนดจำนวนของแบบสอบถามด้วยวิธีโควตาและสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ การหาค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ Pearson chi-square การทดสอบ Spearman rank correlation และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 61.2 อายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 37.5 และ 26-45 ปี ร้อยละ 26.8 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ อยู่ในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 37.5 อาชีพส่วนใหญ่ ขวานา/ เกษตรกร ร้อยละ 74.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 60.8 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ร้อยละ 83.8 สารกำจัดวัชพืช ร้อยละ 79.8 ปุ๋ยเคมี ร้อยละ 73.0 สารเร่งคอกใบ ร้อยละ 38.2 ตามลำดับ การเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรส่วนใหญ่ เลือกซื้อจากร้านค้าปลีก ร้อยละ 53.2 ยี่ห้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่ใช้ส่วนใหญ่ ใช้กรัมมีกโซน ร้อยละ 70.2 หัววัว ร้อยละ 51.2 ม้าบิน ร้อยละ 52.0 เหตุผลในการเลือกซื้อสารเคมีภัณฑ์ส่วนใหญ่เลือกซื้อจากพนักงานขายแนะนำ ร้อยละ 35.5 ก่อนการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนใหญ่ปรึกษาเพื่อนบ้าน ร้อยละ 37.5 การสอบถามราคาก่อนซื้อส่วนใหญ่สอบถามจากร้านโดยตรง ร้อยละ 55.5 ส่วนใหญ่สอบถามร้านก่อนซื้อ จำนวน 2 ร้าน ร้อยละ 50 และส่วนใหญ่ใช้เวลาในการตัดสินใจทันทีที่ทราบ ร้อยละ 74.5 ส่วน ความสำคัญของทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ภาพรวมและรายได้ พบว่า อยู่ในระดับมาก

อะนุพร อยู่สุข (2552) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามและมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่เป็นเกษตรกรบริเวณอำเภอบางระกำ รวม 400 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ และ โดยทำการเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2553-มีนาคม พ.ศ. 2554 โดยมีคำถามวิจัยคือ ปัจจัยทางการตลาดแบบใดที่ทำให้เกษตรกรอำเภอบางระกำตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี โดยที่ขอบเขตการวิจัยคือเกษตรกรอำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำไปใช้สำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงที่ร้อยละ มีอายุที่ช่วงอายุ 36-50 ปี ระดับการศึกษาที่มากที่สุดคือ ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่าที่ร้อยละ 66.3 สำหรับรายได้ต่อปี คือ 300,001 บาทขึ้นไป มากที่สุดที่ร้อยละ 50 และรายได้หลักของเกษตรกรคือรายได้จากการทำการเกษตร ที่ร้อยละ 90.7 ทางด้านค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขายและด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ในด้านของค่าเฉลี่ย ของการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน และการทดสอบสมมติฐานนั้นการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเป็นไปในทิศทางบวกคือเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นไปตามความต้องการมากขึ้น เกษตรกรจะซื้อปุ๋ยเคมีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีที่แตกต่างกัน แต่การเข้ารับการอบรมความรู้ด้านการเกษตรที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีที่แตกต่างกัน

ธนภัทร พันธุ์เขตรกิจ (2556) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ในช่วง 4-5 คน มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) มีรายได้ต่อปี สูงกว่า 200,000 บาท และมีที่ดินในการทำกินอยู่ในช่วง 21-30 ไร่ จำนวน 192 คน โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรเกิดจากตนเอง และพ่อแม่ มีค่านิยมในการซื้อปุ๋ยเคมีเพราะเชื่อว่าสามารถให้ผลผลิตที่ดีได้ ไม่มีสารพิษอันตราย และที่ซื้อปุ๋ยเคมีเพราะต้องการใช้เอง ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่เกษตรกรให้ความเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านราคา

พฤติกรรมในการซื้อปุ๋ย พบว่า เกษตรกรมีปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีต่อครั้ง มากกว่า 176 กิโลกรัม มีระยะเวลาการซื้อปุ๋ยเคมีต่อปีน้อยกว่า 2 เดือน มีความถี่ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อปีอยู่ในช่วง 5 -7 ครั้ง โดยมีมูลค่าที่ซื้อปุ๋ยเคมีต่อปีของเกษตรกรอยู่ในช่วง 50,001-70,000 บาท และน้ำหนักรวมในการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรจะมีน้ำหนักรวมในการซื้อปุ๋ยเคมีมากกว่า 250 กิโลกรัม ส่วนเกษตรกรที่มีรายได้ มูลค่าที่ซื้อปุ๋ยเคมีต่อปี และจำนวนการถือครองที่ดิน ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ไม่แตกต่างกัน และอายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ต่อปี จำนวนที่ดินที่ถือครองของเกษตรกร สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01

เกณิกา รุ่งเรืองชยพร (2554) การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฮอว์โมนพีชของเกษตรกรในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร จำนวน 367 คนซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (Coefficient of correlation :)

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 51-60 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของ ธ.ก.ส. โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปี หลังหักค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,001-40,000 บาท ซึ่งชนิดของพืชที่ปลูกส่วนใหญ่ ได้แก่ พืชไร่ ประเภทกลุ่มนาข้าว ชนิดของพืชสวนที่ปลูกมากที่สุด คือ มะนาว ขนาดของพื้นที่เพาะปลูกอยู่ระหว่าง 11-50 ไร่ ทั้งนี้การเพาะปลูกนาข้าวอยู่ที่ 2 ครั้งต่อปี ต้นทุนรวมในการเพาะปลูกต่อครั้งจำนวน 70,001-90,000 บาท เงินทุนในการเพาะปลูกมาจากการกู้ยืมเงิน โดยแหล่งกู้ยืมได้แก่ร้านจำหน่ายปุ๋ย โดยเกษตรกรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาผลผลิตที่ขาย มีลักษณะต่ำกว่าราคาตลาดกลางหรือตลาดสำคัญ

สาริศา ทิตยวงษ์ และจันทนา แสนสุข (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร จากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในจังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test, One-way ANOVA, Simple regression analysis และ Multiple regression analysis

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการ ประกอบอาชีพ จำนวนพื้นที่เพาะปลูก และลักษณะการถือครองพื้นที่เพาะปลูก ที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อ เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ จำนวนรอบในการเพาะปลูก และรายได้จากการเพาะปลูก ต่อ 1 รอบการเพาะปลูกที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนการส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ไม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

รัตนศิลป์ ดีสุข (2552) ศึกษาเรื่อง การเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตรของผู้บริโภคในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 318 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 49 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีรายได้ต่อภาคการเกษตรต่อเดือน เฉลี่ย 4,683 บาท รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 8,711 บาท สถานภาพในการผลิตคือเป็นผู้บริโภคผู้ผลิต ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ผลผลิต ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อสินค้าเคมีเกษตรไปไว้ใช้เพื่อใช้เกี่ยวกับการปลูกพืช ด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อสถานที่ที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีเกษตรด้านเห็นผลรวดเร็วแก้ปัญหาได้ทันที่ทางด้านผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตรด้านประหยัดและราคาถูก ด้านเพศ รายได้ ผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตรด้านสินค้ามีคุณภาพสูงและใช้ในปริมาณที่น้อย ด้านเพศ อายุ และรายได้ มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตรจากคำแนะนำของเพื่อนผู้บริโภคด้วยกัน ด้านผลผลิต ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านผลผลิต ตอบแทนหน่วยต่อไร่สูง ด้านรายได้ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านปุ๋ยเคมี ด้านรายได้ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านเคมีเกษตรกำจัดวัชพืช ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านสารเคมี กำจัดโรคและแมลง ด้านอายุ การศึกษา ผลผลิต ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านเพศ การศึกษา และราคา มีผลต่อการเลือกซื้อสารเคมีแต่ละครั้ง ด้านผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อระยะเวลาหรือ ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตร

พรธิรัฐ พจนสุนทร (2554) ศึกษาเรื่อง ความรู้และความต้องการความรู้ในการเลือกและการใช้สารเคมีเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกส้มในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 107 ราย ผลการวิจัยพบว่าหนี้สิน ขนาดพื้นที่ปลูกส้ม แหล่งข้อมูลด้านการฝึกอบรม แหล่งข้อมูล ทางวิทยุและปัญหาการผลิตในการจัดการการผลิตมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติกับความต้องการความรู้ในการเลือกและการใช้สารเคมีเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม ในอำเภอ ฝางจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม คือ สารเคมีมีราคาแพง การรับข่าวสาร ขาดความรู้ด้านวิชาการ เทคนิคและเงินทุน ส่วนข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมรวมถึงร้านค้า ในท้องถิ่นควรดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญในการให้ความรู้และคำแนะนำแก่เกษตรกร

ผู้ปลูกส้มในพื้นที่ตนเอง

อำพล ทัพทวิ (2557) ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การประกอบธุรกิจเคมีเกษตร ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง โดยผู้ให้ข้อมูลได้แก่ เกษตรกรประกอบอาชีพทำการเกษตรในจังหวัดภาคเหนือ ตอนล่าง จำนวน 70 คน โดยคัดเลือกจากตัวแทนเกษตรกรประกอบอาชีพทำการเกษตรในจังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดละ 10 คน ที่มีประสบการณ์ประกอบอาชีพทำการเกษตรไม่ต่ำกว่า 10 ปี เป็นผู้ให้บริการธุรกิจเคมีเกษตรไม่ต่ำกว่า 10 ปี และเป็นเกษตรกรที่เป็นลูกค้าของร้านค้าที่ไป สัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประกอบธุรกิจเคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์แนวทางการพัฒนา และ ตัวชี้วัด มีผลการประเมินในด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสมความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์อยู่ระดับมากและมากที่สุด เนื่องจากกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมทำให้ได้กลยุทธ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งกระบวนการนั้น ได้แก่ การศึกษาสภาพและปัญหาการประกอบธุรกิจเคมี เกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง การศึกษาปัญหาและความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับธุรกิจ เคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างจากข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกของการประกอบธุรกิจเคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ ให้เจ้าของธุรกิจเคมีเกษตรยกร่างกลยุทธ์การประกอบธุรกิจเคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และตรวจสอบกลยุทธ์การ ประกอบธุรกิจเคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ ด้านผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์ ด้านผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารจัดการและการตลาด ด้านผู้มีประสบการณ์ในการสอนที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
7. เสนอแนะการแปลผล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เชิงปริมาณ

1. กลุ่มประชากร การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร เป็นการวิจัยประชากรที่ทำอาชีพเกษตรกรรมในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี มีครัวเรือนที่ทำเกษตรกรรมทั้งหมด 6,727 ครัวเรือน (สำนักงานเกษตรอำเภอมะขาม, 2557)

2. กลุ่มตัวอย่าง การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากครัวเรือนที่ทำเกษตรกรรม จำนวน 6,727 ครัวเรือน คำนวณหาโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamanac, 1973) คือ

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดได้

N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 6,727 ครัวเรือน กำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้น เท่ากับ 0.05 หรือร้อยละ 5 ซึ่งแทนค่าในสูตรได้ ดังนี้

$$n = \frac{6,727}{1 + 6,727(0.05)^2}$$

$$= 399.94$$

จะต้องมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 399.94 คน สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการคำนวณผู้วิจัยจึงขอกำหนด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งจะสอบถามกับตัวแทนของครัวเรือนเกษตรกร โดยการใช้การสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling)

ตารางที่ 3-1 การสุ่มตัวอย่างเกษตรกรในพื้นที่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี (สำนักงานเกษตรอำเภอมะขาม, 2557)

ตำบล	ครัวเรือน	กลุ่มตัวอย่าง
มะขาม	1,357	69
ท่าหลวง	762	64
ปัดวี	1,771	70
วังแซ้ม	1,083	67
ฉม้น	864	65
อ่างคีรี	890	65
รวม	6727	400

เชิงคุณภาพ

1. กลุ่มลูกค้าจำนวน 10 คน เป็นเกษตรกร ในอำเภอมะขามจังหวัดจันทบุรี
2. กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 5 คน เป็นเจ้าของร้านขายเคมีเกษตร ในอำเภอมะขามจังหวัดจันทบุรี

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดจากทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รูปแบบคำถามปลายปิด (Close-end questions) มีคำตอบให้เลือก และคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบคำถามระบุคำตอบแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 3 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม แบบปลายปิด 4 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ ผลผลิตเฉลี่ยต่อปี ปริมาณพื้นที่ในการทำเกษตร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ 1) การตระหนักถึงปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งประยุกต์ใช้จาก Likert มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 4 ระดับ (Rating scale) ตั้งแต่มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด

มากที่สุด	ให้	4 คะแนน
มาก	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตร ในเขตพื้นที่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการ ซึ่งประยุกต์ใช้จาก Likert มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 4 ระดับ (Rating scale) ตั้งแต่มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด

มากที่สุด	ให้	4 คะแนน
มาก	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ระดับการซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปุ๋ย เคมีเกษตร อาหารเสริมพืช ซึ่งประยุกต์ใช้จาก Likert มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 4 ระดับ (Rating Scale) ตั้งแต่มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด

มากที่สุด	ให้	4 คะแนน
มาก	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

เชิงคุณภาพ

ตารางที่ 3-2 คำถามในการสัมภาษณ์

คำถามในการวิจัย	คำถามในการสัมภาษณ์
1. วิธีการใดที่สามารถพัฒนาการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพในการขายให้กับร้านจำหน่ายเคมีเกษตร ในจังหวัดจันทบุรี	ลูกค้า 1. ส่วนสำคัญที่เลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้านนี้ 2. ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร 3. ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรอย่างไรบ้าง 4. ต้องการพัฒนาอย่างไรบ้าง
2. มีรูปแบบการขายใดที่จะทำให้เพิ่มความต้องการของผู้บริโภค	ผู้ประกอบการ 1. กลยุทธ์ในการขายอย่างไรบ้าง ที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบ 2. วิธีการอย่างไรที่ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี 3. ปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างไรหรือปัญหาที่พบบ่อย 4. มีการพัฒนารูปแบบในการขายอย่างไรในอนาคต

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตอบจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่รวบรวมได้มา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลทางสถิติตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ Nunnally (1978) ได้เสนอไว้ว่า ค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยได้ค่าความเชื่อมั่น 0.798

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถามแจกให้กับผู้มาซื้อเคมีเกษตร ที่ร้านขายเคมีเกษตร ในเขตอำเภอมะขาม จำนวน 6 ร้าน ซึ่งแต่ละร้านอยู่ ตำบลมะขาม ตำบลท่าหลวง ตำบลปี่ถิว ตำบลวังเข้มน ตำบลฉมัน ตำบลอ่างศิรี โดยการฝากแบบสอบถามไว้กับร้าน และเมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จแล้วได้ทำการไปเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. นำข้อมูลที่ได้ นำไปวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติ ด้วยการคำนวณทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ต่อไป

เก็บข้อมูลในเชิงสัมภพษณ์

ได้ทำการโทรนัดเกษตรกรและร้านจำหน่ายเคมีเกษตรที่จะเข้าไปสัมภาษณ์ก่อน แล้วได้นัดวันเวลาที่เข้าไปสัมภาษณ์ เพื่อทำการสัมภาษณ์และเมื่อถึงวันนัดจึงเข้าไปสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการจำหน่ายเคมีเกษตร โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยวิธีการถามคำถาม 4 ข้อ และได้ทำการอัดเสียงไว้เพื่อเก็บเป็นการศึกษาต่อไป

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาดำเนินการ ดังนี้

1.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

1.2 นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1 ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รวบรวมไว้ทั้งหมดมาบรรยายเชิงพรรณนาตามแนวคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยแยกออกเป็นประเด็นตามสาระสำคัญทั้ง 3 ประเด็น โดยแต่ละประเด็นได้ขยายความในแต่ละด้านทั้งนี้ได้นำแนวคิดของแต่ละกลุ่มเป้าหมายมาอธิบายความให้สอดคล้องกับงานวิจัยหรือแนวคิดทฤษฎีตามบทที่ 2 หรืออธิบายความแตกต่างความไม่สอดคล้อง ตลอดจนความคิดเห็นที่แตกต่างกันของบุคคลแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยให้เหตุผล และความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์โดยไม่ได้ใช้ความคิดเห็นของผู้วิจัยมาเกี่ยวข้องหรือใช้อคติในการบรรยายความแต่อย่างใด ทั้งนี้มุ่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามความเป็นจริงของการศึกษาวิจัยอย่างแท้จริงเป็นสำคัญ และจะได้นำเสนอในลำดับถัดไป

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบผสมผสานแบบเป็นขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design)

เก็บข้อมูลเริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยคำถามปลายเปิดเพื่อสำรวจทำความเข้าใจการวิจัยมากยิ่งขึ้น วิเคราะห์เนื้อหา และนำผลการวิจัยที่ได้มาสังเคราะห์เป็นสมมติฐานสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณในช่วงที่ 2 จากนั้นทำการระบุกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลเชิงปริมาณและวิเคราะห์ผลทางสถิติ เพื่อยืนยันการนำผลไปใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมา ลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลข แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum) ใช้บรรยายประกอบ

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานที่ 1 กระทบการตัดสินใจซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จันทบุรีจันทบุรี ทดสอบด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จันทบุรี ทดสอบด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

โดยเลือกใช้เทคนิค Enter และในการตรวจสอบกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหรือไม่ (Multi collinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ถ้าค่า Tolerance มากกว่า 0.1 และถ้าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองและทดสอบค่า เมื่อพิจารณาว่าค่าความคลาดเคลื่อน (e) ของตัวแปรเป็นอิสระต่อกันหรือไม่โดยจะต้องมีค่าระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 (Hutcheson & Sofroniou, 1999, p. 49)

เกณฑ์การแปลผล

นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์ในการแปลความ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.26-4.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.25	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	1.76-2.50	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.75	หมายถึง	น้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ตามสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกของลูกค้าและผู้ประกอบการ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มประชากร
\bar{X}	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
SS	แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองกำลังสองของคะแนนเฉลี่ย (Mean of square)
df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
t	แทน ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ t)
H_0	แทน ค่าสมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน ค่าสมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
b	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

F-value	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
F-prob	แทน ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F)
Sig.	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
R	แทน ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Pearson correlation)
R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of determination)
Adjusted R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว
Std. Error of the Estimate	แทน ค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างและวิเคราะห์ตาราง แบบเชิงพรรณนา โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) นำมาแจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ ของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยผลผลิตที่ได้รับต่อปี และปริมาณพื้นที่ในการทำการเกษตร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ชาย	227	56.75	1
หญิง	173	43.25	2
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-1 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.75 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
20-29 ปี	32	8.00	4
30-39 ปี	124	31.00	2
40-49 ปี	181	45.25	1
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	63	15.75	3
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-2 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาคืออายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.75 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	76	19.00	3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	115	28.75	2
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปวส.	73	18.25	4
ปริญญาตรี	123	30.75	1
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.25	5
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-3 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 28.75 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 19.00 อนุปริญญาหรือเทียบเท่าปวส. คิดเป็นร้อยละ 18.25 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ผลผลิตที่ได้รับต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ไม่เกิน 400,000 บาท	22	5.50	5
400,001-600,000 บาท	57	14.25	4
600,001-800,000 บาท	104	26.00	2
800,001-1,000,000 บาท	130	32.50	1
1,000,000 บาทขึ้นไป	87	21.75	3
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-4 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ 800,001-1,000,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ รายได้ 600,001-800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้ 1,000,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.75 รายได้ 400,001-600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.25 และที่มีจำนวน น้อยที่สุดคือไม่เกิน 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณพื้นที่
ในการทำการเกษตร

ปริมาณพื้นที่ในการทำเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ไม่เกิน 10 ไร่	23	5.75	5
11-30 ไร่	74	18.50	3
31-50 ไร่	167	41.75	1
51-70 ไร่	84	21.00	2
70 ไร่ขึ้นไป	52	13.00	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ปริมาณพื้นที่ในการทำเกษตรพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีปริมาณพื้นที่ 31-50 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือพื้นที่ 51-70 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.75 พื้นที่ 11-30 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.50 พื้นที่ 70 ไร่ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.50 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ พื้นที่ไม่เกิน 10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.72 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

วิเคราะห์ข้อมูล การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.26-4.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.25 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 1.76-2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.75 หมายถึง น้อยที่สุด

ตารางที่ 4-6 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ด้านการตระหนักถึงปัญหา

การตระหนักถึง ปัญหา	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี เกษตรของเกษตรกร				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	1. ท่านประสบปัญหา จากโรคพืช	145 (36.25)	171 (42.75)	83 (20.75)				
2. ท่านประสบปัญหา จากศัตรูพืช	159 (39.75)	177 (44.25)	64 (16.00)	0 (0.00)	3.24	0.71	มาก	2
3. ท่านต้องการบำรุง พืชผลไม่	207 (51.75)	192 (48.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	3.52	0.50	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.30	0.36	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-6 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการตระหนักถึงปัญหา พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.30$, $SD = 0.36$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ท่านต้องการบำรุงพืชผลไม้ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.52$, $SD = 0.50$) เป็นอันดับที่ 1

ท่านประสบปัญหาจากศัตรูพืช พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.24$, $SD = 0.71$) เป็นอันดับที่ 2

ท่านประสบปัญหาจากโรคพืช พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.15$, $SD = 0.75$) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-7 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ด้านการแสวงหาข้อมูล

การแสวงหาข้อมูล	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ท่านได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก	21 (5.25)	137 (34.25)	216 (54.00)	26 (6.50)	2.38	0.69	น้อย	4
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากนิตยสาร	53 (13.25)	165 (41.25)	126 (31.50)	56 (14.00)	2.54	0.89	มาก	3
3. ท่านค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	130 (32.50)	141 (35.25)	112 (28.00)	17 (4.25)	2.96	0.88	มาก	2
4. รู้จักประสบการณ์ของท่าน	184 (46.00)	180 (45.00)	34 (8.50)	2 (0.50)	3.37	0.66	มากที่สุด	1
ภาพรวม					2.81	0.39	มาก	

จากตารางที่ 4-7 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการแสวงหาข้อมูล พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.81, SD = 0.39$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ ดังนี้

รู้จากประสบการณ์ของท่าน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.37, SD = 0.66$) เป็นอันดับที่ 1

ท่านค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.96, SD = 0.88$) เป็นอันดับที่ 2

ท่านค้นหาข้อมูลจากนิตยสารการเกษตร พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.54, SD = 0.89$) เป็นอันดับที่ 3

ท่านได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/ คนรู้จัก พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.38, SD = 0.69$) เป็นอันดับที่ 4

ตารางที่ 4-8 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก

การประเมินทางเลือก	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ท่านมีการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับตราสินค้าอื่น	181 (45.25)	195 (48.75)	23 (5.75)	1 (0.25)	3.39	.61	มากที่สุด	2
2. ท่านมีการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับตราสินค้าอื่น	181 (45.25)	200 (50.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	3.41	0.58	มากที่สุด	1
3. ท่านมีการเปรียบเทียบชื่อเสียงกับตราสินค้าอื่น	154 (38.50)	212 (53.00)	31 (7.75)	3 (0.75)	3.29	0.64	มากที่สุด	3
ภาพรวม					3.36	0.34	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-8 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการประเมินทางเลือก พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.36$, $SD = 0.34$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ท่านมีการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับตราสินค้าอื่น พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.41$, $SD = 0.58$) เป็นอันดับที่ 1

ท่านมีการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับตราสินค้าอื่น พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.39$, $S.D. = 0.61$) เป็นอันดับที่ 2

ท่านมีการเปรียบเทียบชื่อเสียงกับตราสินค้าอื่น พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.29$, $SD = 0.64$) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-9 ค่าจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ตราสินค้ามีชื่อเสียง	187 (46.75)	205 (51.25)	7 (1.75)	1 (0.25)	3.45	0.55	มากที่สุด	2
2. ราคาถูกกว่าตราสินค้าอื่น ๆ	259 (64.75)	139 (34.75)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.64	0.49	มากที่สุด	1
3. มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	131 (32.75)	239 (59.75)	30 (7.00)	0 (0.00)	3.25	0.58	มาก	3
ภาพรวม					3.45	0.28	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-9 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.45$, $S.D.= 0.28$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ราคาถูกกว่าตราสินค้าอื่น ๆ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.64$, $SD = 0.49$) เป็นอันดับที่ 1

ตราสินค้ามีชื่อเสียง พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.45$, $SD = 0.55$) เป็นอันดับที่ 2

มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.25$, $SD = 0.58$) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-10 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

พฤติกรรมหลังการซื้อ	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่านมีความพึงพอใจด้านคุณภาพ	199 (49.75)	187 (46.75)	14 (3.50)	0 (0.00)	3.46	0.57	มากที่สุด 1
2. ท่านมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ	163 (40.75)	218 (54.50)	19 (4.75)	0 (0.00)	3.36	0.57	มากที่สุด 2
3. สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงตามความต้องการต้อง	160 (40.00)	206 (52.25)	31 (7.75)	0 (0.00)	3.32	0.61	มากที่สุด 3
ท่าน							
ภาพรวม					3.38	0.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-10 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรกรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.38$, $SD = 0.31$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ท่านมีความพึงพอใจด้านคุณภาพ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.46$, $SD = 0.56$) เป็นอันดับที่ 1

ท่านมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.57) เป็นอันดับที่ 2

สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงตามความต้องการของท่าน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.32$, SD = 0.61) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) กระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมี				
เกษตรกรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. การตระหนักถึงปัญหา	3.30	0.36	มากที่สุด	4
2. การแสวงหาข้อมูล	2.81	0.39	มาก	5
3. การประเมินทางเลือก	3.36	0.34	มากที่สุด	3
4. การตัดสินใจซื้อ	3.45	0.28	มากที่สุด	1
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	3.38	0.31	มากที่สุด	2
ภาพรวม	3.38	0.31	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-11 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยมีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.26$, SD = 0.16) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ การตัดสินใจซื้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.45$, SD = 0.28) เป็นอันดับที่ 1

พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.38$, SD = 0.31) เป็นอันดับที่ 2

การประเมินทางเลือก พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.36$, SD = 0.34) เป็นอันดับที่ 3

การตระหนักถึงปัญหา พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.30, SD = 0.36$) เป็นอันดับที่ 4

การแสวงหาข้อมูลพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.81, SD = 0.39$) เป็นอันดับที่ 5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตร

ตารางที่ 4-12 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	187 (46.75)	185 (46.25)	28 (7.00)	0 (0.00)	3.41	0.61	มากที่สุด	1
2. ความครบถ้วนของสินค้าตามต้องการ	168 (42.00)	172 (43.00)	58 (14.50)	2 (0.50)	3.28	0.72	มากที่สุด	5
3. สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ	167 (41.75)	200 (50.00)	33 (8.25)	0 (0.00)	3.34	0.62	มากที่สุด	3
4. ร้านค้ามีการเสนอขายและมีความรู้ในสินค้า	199 (49.75)	159 (39.75)	39 (9.75)	3 (0.75)	3.37	0.68	มากที่สุด	2
5. สินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	163 (40.75)	197 (49.25)	40 (10.00)	0 (0.00)	3.30	0.64	มากที่สุด	4
ภาพรวม					3.34	0.28	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-12 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.34$, $SD = 0.28$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.41$, $SD = 0.61$) เป็นอันดับที่ 1

ร้านค้ามีการเสนอขายและมีความรู้ในสินค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.68$) เป็นอันดับที่ 2

สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.34$, $SD = 0.62$) เป็นอันดับที่ 3

สินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.30$, $SD = 0.64$) เป็นอันดับที่ 4

ความครบถ้วนของสินค้าตามต้องการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.28$, $SD = 0.72$) เป็นอันดับที่ 5

ตารางที่ 4-13 ค่าจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	1. การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	193 (48.25)	186 (46.50)	21 (5.25)				
2. สามารถต่อรองราคาได้	245 (61.25)	129 (32.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	3.54	0.60	มากที่สุด	3
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	233 (58.25)	166 (41.50)	1 (0.25)	0 (0.00)	3.56	0.50	มากที่สุด	2

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

ด้านราคา	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
4. มีสินค้าหลายระดับ ราคาให้เลือก	196 (49.00)	186 (46.50)	18 (4.50)	0 (0.00)	3.41	0.56	มากที่สุด	6
5. มีการให้ส่วนลดเงินสด ส่วนลด/ การสะสมแต้ม	271 (67.75)	116 (29.00)	11 (2.75)	2 (0.50)	3.65	0.55	มากที่สุด	1
6. ระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ)	258 (64.50)	122 (30.50)	19 (4.75)	1 (0.25)	3.45	0.60	มากที่สุด	4
ภาพรวม					3.54	0.23	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-13 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านราคา พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.23$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

มีการให้ส่วนลดเงินสด/ ส่วนลด/ การสะสมแต้ม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.65$, $SD=0.55$) เป็นอันดับที่ 1

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.56$, $SD=0.50$) เป็นอันดับที่ 2

สามารถต่อรองราคาได้ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.60$) เป็นอันดับที่ 3

ระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ) พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.45$, $SD=0.60$) เป็นอันดับที่ 4

การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.44$, $SD=0.58$) เป็นอันดับที่ 5

มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.56$) เป็นอันดับที่ 6

ตารางที่ 4-14 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีความสะดวกในการ สั่งซื้อสินค้า	206 (51.50)	183 (45.25)	5 (1.25)	0 (0.00)	3.51	0.52	มากที่สุด	2
2. การจัดเรียงสินค้ามี ความเข้าใจง่าย	113 (28.25)	259 (64.75)	25 (6.25)	3 (0.75)	3.21	0.57	มาก	4
3. สามารถมองเห็นร้าน ได้ง่าย	123 (30.75)	253 (63.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	3.24	0.55	มาก	3
4. ที่จอดรถสะดวก	255 (63.75)	145 (36.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.65	0.48	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.40	0.26	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-14 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมี
เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการจัดจำหน่าย พบว่า
มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.40$, $SD = 0.26$) เพื่อพิจารณาใน
รายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ที่จอดรถสะดวก พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X}=3.65$, $SD = 0.48$) เป็นอันดับที่ 1

มีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.52$) เป็นอันดับที่ 2

สามารถมองเห็นร้านได้ง่าย พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก
ที่สุด ($\bar{X} = 3.24$, $SD = 0.55$) เป็นอันดับที่ 3

การจัดเรียงสินค้ามีความเข้าใจง่าย พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.21$, $SD = 0.57$) เป็นอันดับที่ 4

ตารางที่ 4-15 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากร้าน	108 (27.00)	231 (57.75)	59 (14.75)	2 (0.50)	3.12	0.62	มาก	2
2. มีส่วนลดและของแถม	193 (48.25)	166 (41.50)	41 (10.25)	0 (0.00)	3.45	0.62	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.28	0.38	มาก	

จากตารางที่ 4-15 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมี เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.28$, $SD=0.38$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

มีส่วนลดและของแถม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.45$, $SD=0.62$) เป็นอันดับที่ 1

มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากร้าน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.12$, $SD=0.62$) เป็นอันดับที่ 2

ตารางที่ 4-16 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า	48 (12.00)	197 (49.25)	149 (37.25)	6 (1.50)	2.72	0.68	มาก	4
2. พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเป็นกันเองต่อลูกค้า	181 (45.25)	198 (49.50)	21 (5.25)	0 (0.00)	3.40	0.58	มากที่สุด	2
3. พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ	169 (42.25)	200 (50.00)	31 (7.75)	0 (0.00)	3.35	0.62	มากที่สุด	3
4. พนักงานมีความรู้และความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	213 (53.25)	166 (41.50)	21 (5.25)	0 (0.00)	3.48	0.60	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.34	0.39	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-16 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรีในภาพรวมด้านพนักงาน พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.34$, S.D.= 0.39) เพื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

พนักงานมีความรู้และความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.48$, S.D.= 0.60) เป็นอันดับที่ 1

พนักงานให้ความสนใจ ซึมซับ แจ่มใส และบริการอย่างเป็นกันเองต่อลูกค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40, SD = 0.58$) เป็นอันดับที่ 2

พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.35, SD = 0.62$) เป็นอันดับที่ 3

พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.72, SD = 0.68$) เป็นอันดับที่ 4

ตารางที่ 4-17 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีความรวดเร็วในการให้บริการ	173 (43.25)	185 (46.25)	39 (9.75)	3 (0.75)	3.34	0.66	มากที่สุด	3
2. การแจ้งเตือนวันหมดอายุ และการต่ออายุ	190 (47.50)	157 (39.25)	48 (12.00)	5 (1.25)	3.35	0.70	มากที่สุด	2
3. สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่ ที่มีปัญหา	193 (48.25)	178 (44.50)	24 (6.00)	5 (1.25)	3.38	0.64	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.35	0.14	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-17 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรกรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านกระบวนการ พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35, SD = 0.14$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่
ที่มีปัญหา พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.38, SD = 0.64$) เป็นอันดับที่ 1

การแจ้งเตือนวันหมดอายุ และการต่ออายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร

อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35$, $SD = 0.70$) เป็นอันดับที่ 2

มีความรวดเร็วในการให้บริการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.34$, $SD = 0.66$) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ				
การเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี				
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.33	0.28	มากที่สุด	4
2. ด้านราคา	3.51	0.23	มากที่สุด	1
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.40	0.26	มากที่สุด	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.28	0.38	มาก	5
5. ด้านพนักงาน	3.24	0.26	มาก	6
6. ด้านกระบวนการ	3.35	0.39	มากที่สุด	3
ภาพรวม	3.35	0.14	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-18 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35$, $SD = 0.14$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.23$) เป็นอันดับที่ 1

ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.40$, $SD = 0.26$) เป็นอันดับที่ 2

ด้านกระบวนการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35$, $SD = 0.39$) เป็นอันดับที่ 3

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{X} = 3.33, SD = 0.28$) เป็นอันดับที่ 4

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{X} = 3.28, SD = 0.38$) เป็นอันดับที่ 5

ด้านพนักงาน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.24, SD = 0.26$) เป็นอันดับที่ 6

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

ตารางที่ 4-19 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ด้านประเภทปุ๋ย

ด้านประเภทปุ๋ย	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ปุ๋ยอินทรีย์	126 (31.50)	202 (50.50)	71 (17.75)	1 (0.25)	3.13	0.70	มาก	2
2. ปุ๋ยเคมี	178 (44.50)	206 (51.50)	16 (4.00)		3.41	0.57	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.27	0.48	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-19 ผลการศึกษา ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านประเภทปุ๋ย พบว่า มีผลการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.27, SD = 0.48$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ปุ๋ยเคมี พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.41, SD = 0.57$) เป็นอันดับที่ 1

ปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.13, SD = 0.70$) เป็นอันดับที่ 2

ตารางที่ 4-20 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ
ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ด้านประเภทเคมีเกษตร

ด้านประเภทเคมีเกษตร	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สารกำจัดแมลง	273 (68.25)	120 (30.00)	6 (1.50)	1 (0.25)	3.66	0.52	มากที่สุด 1
2. สารป้องกันกำจัดโรคพืช	269 (67.25)	118 (29.50)	13 (3.25)	0 (0.00)	3.64	0.54	มากที่สุด 2
3. สารกำจัดวัชพืช	176 (44.00)	193 (48.25)	30 (7.50)	1 (0.25)	3.36	0.63	มากที่สุด 3
ภาพรวม					3.55	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-20 ผลการศึกษา ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร
อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านประเภทเคมีเกษตร พบว่า มีผลการตัดสินใจของ
เกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.55$, $SD = 0.36$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้
สารกำจัดแมลง พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X}=3.66$, $SD = 0.52$) เป็นอันดับที่ 1

สารป้องกันกำจัดโรคพืช และการต่ออายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร
อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.54$) เป็นอันดับที่ 2

สารกำจัดวัชพืช และการต่ออายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 3.36$, $SD = 0.63$) เป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-21 ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับ
ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
ด้านประเภทอาหารเสริมพืช

ด้านประเภทเคมีเกษตร	ระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อเคมี				\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เกษตรกรของเกษตรกร							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สอร์โมนพืช	135 (33.75)	166 (41.50)	98 (24.50)	1 (0.25)	3.09	0.76	มาก	2
2. อาหารเสริม	276 (69.00)	115 (28.75)	9 (2.25)	0 (0.00)	3.67	0.52	มากที่สุด	1
ภาพรวม					3.37	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-21 ผลการศึกษา ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร
อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมด้านประเภทอาหารเสริมพืช พบว่า มีผลการตัดสินใจ
ของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.38$, $SD = 0.46$) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้
อาหารเสริม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.67$,
 $SD= 0.52$) เป็นอันดับที่ 1
สอร์โมนพืช และการต่ออายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.09$, $SD = 0.76$) เป็นอันดับที่ 2

ตารางที่ 4-22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมี
เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร				
ของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัด จันทบุรี	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านประเภทปุ๋ย	3.27	0.48	มากที่สุด	3
2. ด้านประเภทเคมีเกษตร	3.55	0.36	มากที่สุด	1
3. ด้านประเภทอาหารเสริมพืช	3.37	0.46	มากที่สุด	2
ภาพรวม	3.40	0.27	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-22 ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจมีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของ
เกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมระดับการตัดสินใจมีผลต่อการเลือกซื้อเคมี
เกษตรของเกษตรกร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.40$, S.D.= 0.27) เพื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุป
ได้ดังนี้

ด้านประเภทเคมีเกษตร พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X}=3.55$, S.D.= 0.36) เป็นอันดับที่ 1

ด้านประเภทอาหารเสริมพืช มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.46) เป็นอันดับที่ 2

ด้านประเภทปุ๋ย พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.48) เป็นอันดับที่ 3

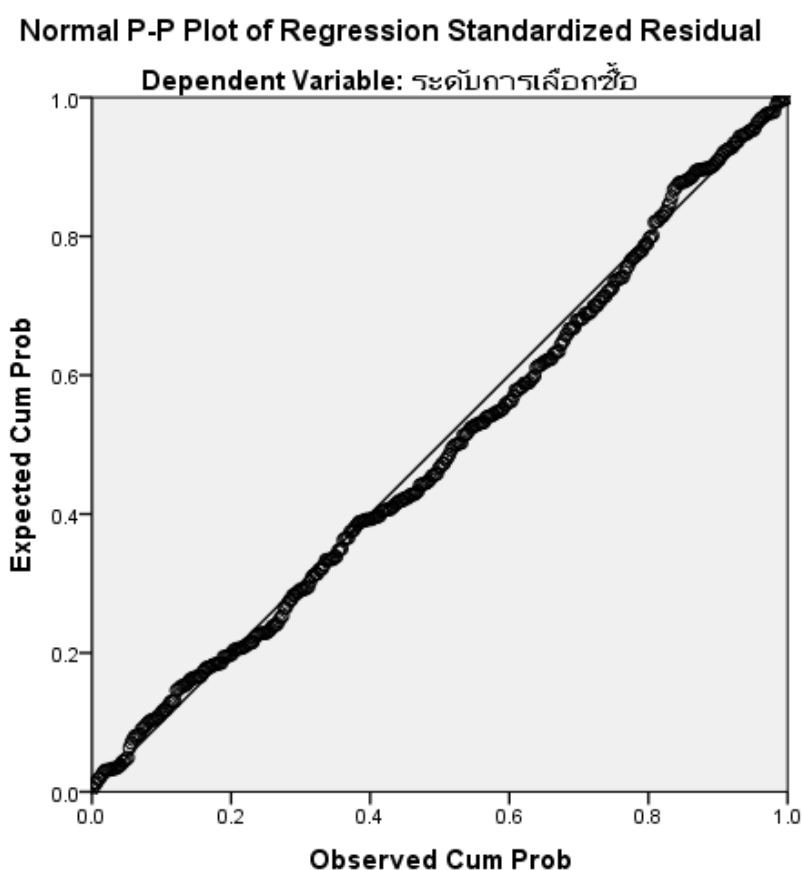
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมี
เกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ในการทดสอบสมมติฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการ
วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า .05

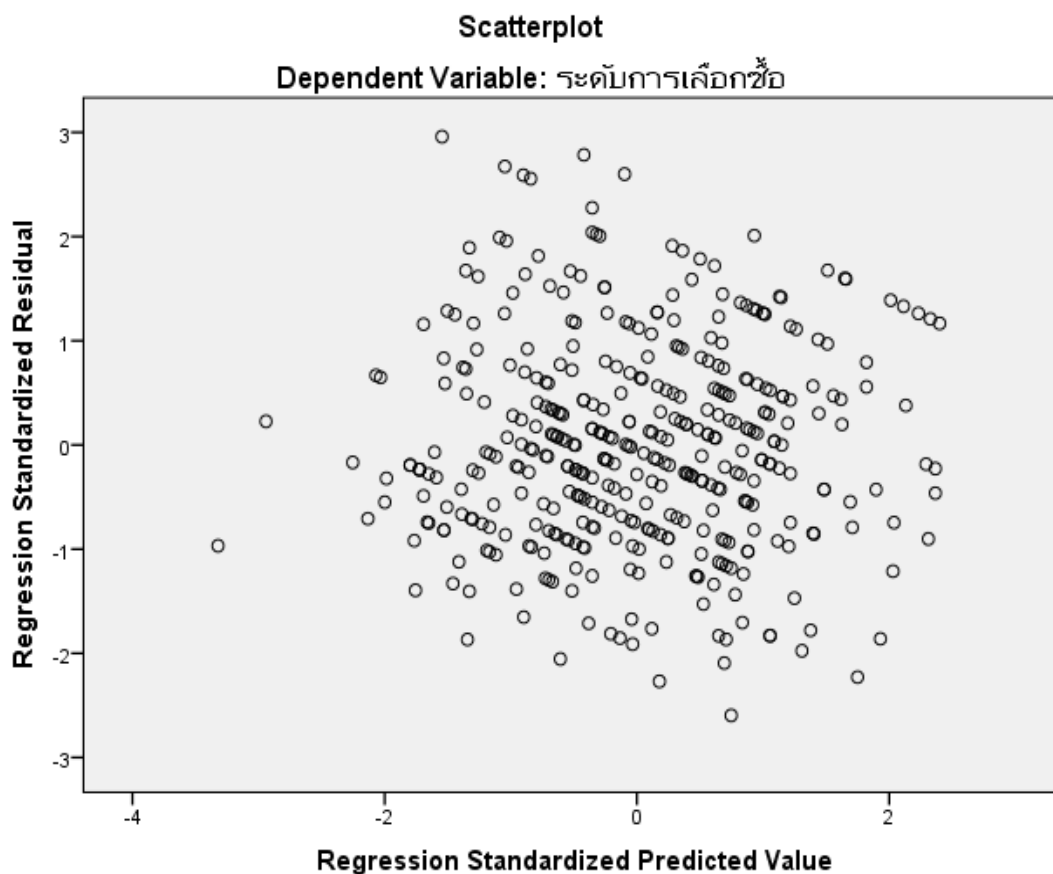
ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ดังนี้

1. ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด
 - 1.1 ตัวแปรอยู่ในระดับตัวแปรต่อเนื่อง คือ Interval Scale
 - 1.2 ได้ทำการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.8434
2. ตัวแปรมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ



ภาพที่ 4-1 กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

- จากภาพที่ 4-1 พบว่าการกระจายตัวอยู่ในแนวเส้นตรง แสดงว่ามีการแจกแจงแบบปกติ
3. คุณสมบัติของความคลาดเคลื่อน
 - 3.1 ค่าความแปรปรวนคงที่



ภาพที่ 4-2 กราฟความแปรปรวนของ กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

จากภาพที่ 4-2 ความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนกระจายตัวไม่อยู่รอบๆ ศูนย์ แสดงว่าความแปรปรวนไม่มีค่าคงที่

3.2 ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin – Watson ทดสอบ พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.831 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าไม่มีปัญหาค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (No Autocorrelation)

4. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity)

โดยพิจารณาจากค่า Tolerance จากการทดสอบ พบว่ามีค่า .977, .998, .975, .973 และ .988 ซึ่งมีค่ามากกว่า .100 และค่า VIF จากการทดสอบ พบว่ามีค่า 1.023, 1.002, 1.026, 1.028, 1.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity

จากผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า ทุกข้ออยู่ในเงื่อนไข ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงในการใช้วิเคราะห์หาคัดลอกพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผู้วิจัยจึงได้ใช้สถิติการวิเคราะห์

ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป และเพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาระงานการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

H_0 : ภาระงานการตัดสินใจเลือกซื้อไม่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

H_1 : ภาระงานการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ตามสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น ปรากฏผลดังตารางที่ 4-23 ถึงตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-23 Model Summary^b ภาระงานการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500a	.250	.240	.235

หมายเหตุ a. Predictors: (Constant), การตระหนักถึงปัญหา, การแสวงหาข้อมูล, การประเมินทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมหลังการซื้อ

b. Dependent variable: ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร

จากตารางที่ 4-23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ภาระงานการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง ($R^2 = .500$) และภาระงานการตัดสินใจเลือกซื้อสามารถอธิบายความผันแปรที่เกิดขึ้นกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ได้ร้อยละ 25 ($R^2 = .250$) อีกร้อยละ 75 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 4-24 ANOVA^a กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อ
เคมีเกษตรของเกษตรกร

Model		SS	df	MS	F	Sig.
1	Regression	7.307	5	1.461	26.262	.000 ^b
	Residual	21.924	394	.056		
	Total	29.230	399			

หมายเหตุ a. Dependent Variable: ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร

b. Predictors: (Constant), การตระหนักถึงปัญหา, การแสวงหาข้อมูล, การประเมิน
ทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมหลังการซื้อ

จากตารางที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถ
ทำนาย Y ได้ โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือก
ซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 26.262$, $df = 5$, $Sig. =$
.000)

ตารางที่ 4-25 Coefficients กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมี
เกษตรของเกษตรกร

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		coefficients		coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.32	0.24		5.50	0.00*
	การตระหนักถึงปัญหา	0.03	0.03	0.040	0.90	0.37*
	การแสวงหาข้อมูล	-0.07	0.03	-0.105	-2.40	0.01*
	การประเมินทางเลือก	0.12	0.03	0.151	3.41	0.00*

ตารางที่ 4-25 (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	coefficients		coefficients		
	B	Std. error	Beta		
การตัดสินใจซื้อ	0.38	0.04	0.400	9.04	0.00
พฤติกรรมหลังการซื้อ	0.14	0.04	0.158	3.61	0.00*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4-25 สามารถแสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีผล
กับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร โดยรวม คือ

ถ้ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อให้ความสำคัญกับการตระหนักถึงปัญหา เพิ่มขึ้น
1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.03 หน่วย

ถ้ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย
จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น -0.07 หน่วย

ถ้ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อให้ความสำคัญกับการประเมินทางเลือก เพิ่มขึ้น
1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.12 หน่วย

ถ้ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย
จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.38 หน่วย

ถ้ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหลังการซื้อ เพิ่มขึ้น 1
หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.14 หน่วย

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Unstandardized $\hat{Y} = 1.325 + (-.072) \text{ การแสวงหาข้อมูล} + (.119) \text{ การประเมินทางเลือก}$
 $+ (.382) \text{ การตัดสินใจซื้อ} + (.136) \text{ พฤติกรรมหลังการซื้อ}$

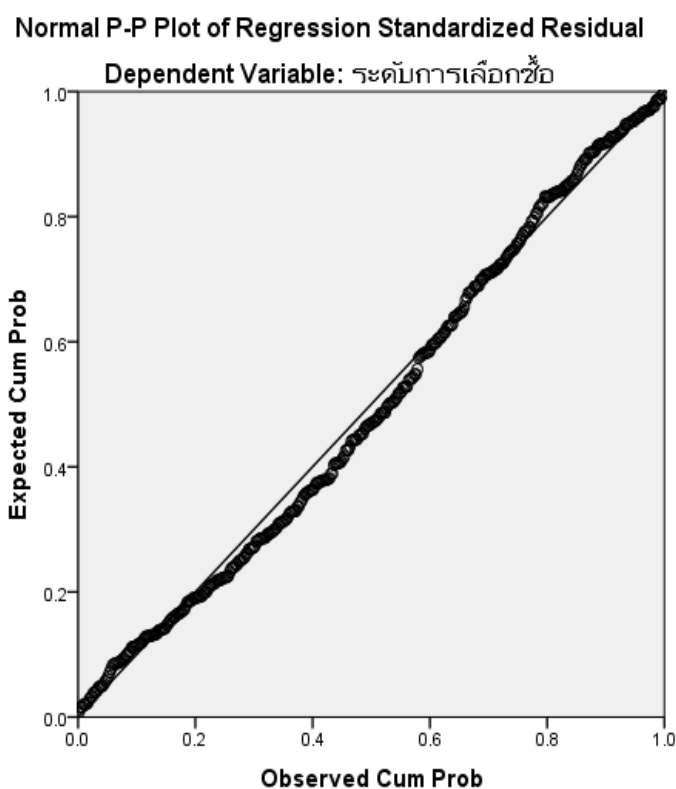
สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Standardized $Z = (-.105) \text{ การแสวงหาข้อมูล} + (.151) \text{ การประเมินทางเลือก} +$
 $(.400) \text{ การตัดสินใจซื้อ} + (.158) \text{ พฤติกรรมหลังการซื้อ}$

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ในการทดสอบสมมติฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า .05 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ดังนี้

1. ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด
 - 1.1 ตัวแปรอยู่ในระดับตัวแปรต่อเนื่อง คือ Interval scale
 - 1.2 ได้ทำการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.8434
2. ตัวแปรมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ

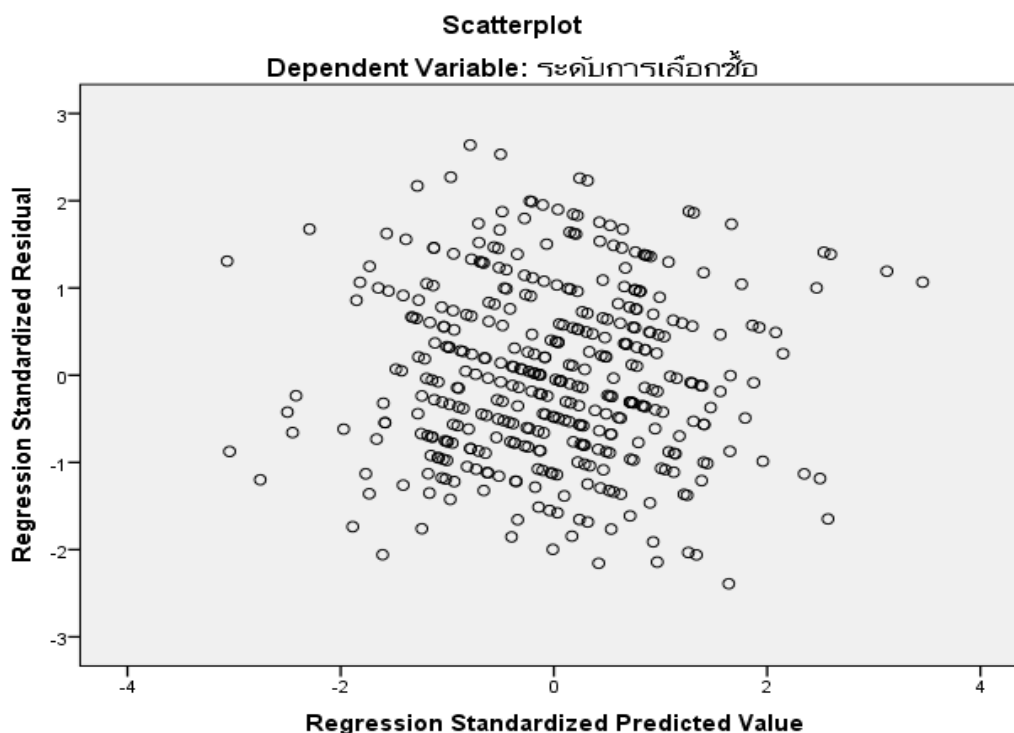


ภาพที่ 4-3 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

จากภาพที่ 4-3 พบว่า การกระจายตัวอยู่ในแนวเส้นตรง แสดงว่ามีการแจกแจงแบบปกติ

3. คุณสมบัติของความคลาดเคลื่อน

3.1 ค่าความแปรปรวนคงที่



ภาพที่ 4-4 กราฟความแปรปรวนของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

จากภาพที่ 4-4 ความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนกระจายตัวไม่อยู่รอบๆ ศูนย์ แสดงว่าความแปรปรวนไม่มีค่าคงที่

3.2 ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-watson ทดสอบ พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.953 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าไม่มีปัญหาค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (No Autocorrelation)

4. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity)

โดยพิจารณาจากค่า Tolerance จากการทดสอบ พบว่ามีค่า .983, .978, .981, .987, 973 และ .985 ซึ่งมีค่ามากกว่า .100 และค่าVIF จากการทดสอบ พบว่ามีค่า 1.018, 1.022, 1.019, 1.014, 1.027 และ 1.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity

จากผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า ทุกข้ออยู่ในเงื่อนไข ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงในการใช้วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผู้วิจัยจึงได้ใช้สถิติการวิเคราะห์

ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป และเพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ตามสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น ปรากฏผลดังตารางที่ 4-26 ถึงตารางที่ 4-28

ตารางที่ 4-26 Model summary^b ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.350 ^a	.122	.109	.255

หมายเหตุ a. Predictors: (Constant), ด้านกระบวนการ, ด้านพนักงาน, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการจัดจำหน่าย, ราคา

b. Dependent variable: ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร

จากตารางที่ 4-26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง ($R = .350$) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถอธิบายความผันแปรที่เกิดขึ้นกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ได้ร้อยละ 12.21 ($R^2 = .122$) อีกร้อยละ 87.79 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 4-27 ANOVA^a ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

Model		SS	df	MS	F	Sig.
1	Regression	3.571	6	.595	9.114	.000 ^b
	Residual	25.660	393	.065		
	Total	29.230	399			

หมายเหตุ a. Dependent Variable: ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร

b. Predictors: (Constant), ด้านกระบวนการ, ด้านพนักงาน, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการจัดจำหน่าย, ราคา

จากตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย Y ได้ โดยการใช้สถิติ ANOVA พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 9.114$, $df = 6$, $Sig. = .000$)

ตารางที่ 4-28 Coefficients ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		coefficients		coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.965	0.345		2.796	.005
	ด้านผลิตภัณฑ์	0.068	0.045	0.071	1.490	.137
	ด้านราคา	0.215	0.056	0.184	3.856	.000
	ด้านการจัดจำหน่าย	0.149	0.048	0.148	3.103	.002
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.062	0.029	0.101	2.123	.034
	ด้านพนักงาน	0.179	0.049	0.175	3.645	.000
	ด้านกระบวนการ	0.048	0.033	0.070	1.460	.145

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4-28 สามารถแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร โดยรวม คือ

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.068 หน่วย

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น -0.215 หน่วย

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.149 หน่วย

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.062 หน่วย

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านพนักงาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.179 หน่วย

ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรโดยรวมเพิ่มขึ้น 0.048 หน่วย

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Unstandardized $\hat{Y} = 0.965 + (.215)\text{ด้านราคา} + (.149)\text{ด้านการจัดจำหน่าย} + (.062)\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด} + (.179)\text{ด้านพนักงาน}$

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Standardized $Z = (.184)\text{ด้านราคา} + (.148)\text{ด้านการจัดจำหน่าย} + (.101)\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด} + (.175)\text{ด้านพนักงาน}$

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การสัมพันธเชิงลึกของลูกค้าและผู้ประกอบการ

การสัมพันธผู้วิจัยใช้การสนทนาหรือการเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมาย โดยใช้แบบสัมพันธแบบมีโครงสร้าง ระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายคือ ผู้สัมพันธ และผู้ให้สัมพันธภายใต้บรรยากาศของการปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน โดยผู้สัมพันธจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหา และโครงสร้างของการสนทนาเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการจะทราบ เพื่อให้ข้อมูลตอบคำถามตรงต่อความเป็นจริง ซึ่งคำถามจะครอบคลุมขอบเขตของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สัมภาษณ์ ใช้คำถามในการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับเกษตรกร จำนวน 10 คน

ข้อที่ 1 ส่วนสำคัญที่เลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้านนี้

ข้อที่ 2 ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร

ข้อที่ 3 ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรเป็นอย่างไรบ้าง

ข้อที่ 4 ต้องการให้ร้านพัฒนาอย่างไรบ้าง

ส่วนที่ 2 คำถามสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 5 คน

ข้อที่ 1 คุณมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าชื่นชอบในร้านของคุณ

ข้อที่ 2 คุณมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อร้านของคุณหรือกลับมา

ซื้อซ้ำ

ข้อที่ 3 คุณพบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างไร หรือปัญหาที่พบเจอบ่อยๆ

ข้อที่ 4 คุณมีการพัฒนาการขายอย่างไรบ้างในอนาคต

ผลการสัมภาษณ์ส่วนของเกษตรกร

ตารางที่ 4-29 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 1 ส่วนสำคัญที่เลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้านนี้

ข้อที่ 1 ส่วนสำคัญที่เลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้านนี้	
เกษตรกร	ข้อเสนอแนะ
1. จี พลุพิพัฒน์	ความเป็นกันเองราคาถูก
2. ประจวบ บัวทอง	ราคาถูก ให้คำปรึกษาได้ดี ใช้ยาแล้วได้ผลดี
3. ณรงค์ หงษ์ทอง	ราคาถูก ใกล้บ้าน เป็นกันเอง
4. บุญสืบ ผลมาก	ราคาถูก มีของแถมให้ ให้คำปรึกษาได้
5. นิพนธ์ นพพันธ์	ราคาถูก สนับสนุนกันมานาน
6. วิวัฒน์ สีสด	อยู่ใกล้บ้าน สามารถเดินทางมาได้สะดวก
7. สามารถ คำรอด	ยามีคุณภาพ ราคาไม่แพง มีโปรโมชั่น
8. บุญเกื้อ แซ่โอ	ราคาถูก อยู่ในพื้นที่ใกล้สวน
9. เอกราช ทองบุญชื่น	ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีของ
10. วัฒนา โชคปัญญารัตน์	ราคาถูก เป็นกันเอง ยาเยอะ

จากตารางที่ 4-29 สรุปได้ว่า ส่วนสำคัญที่เกษตรกรเลือกซื้อเคมีเกษตรที่ร้าน เพราะ มีราคา ถูก เป็นกันเองหรือสนิทสนมกันซื้อขายกันมานาน มีของแจกของแถม มีโปรโมชั่น ร้านจำหน่าย เคมีเกษตรอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้กับสวน สามารถเดินทางมาได้สะดวก ยามีคุณภาพใช้แล้วได้ผลดี และมียาให้เลือกหลากหลายชนิด

ตารางที่ 4-30 การสัมภาษณ์เกษตรกรร ข้อที่ 2 ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร

ข้อที่ 2 ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร	
เกษตรกร	ข้อเสนอแนะ
1. จี พลุพัฒนา	เพื่อป้องกัน โรคพืชและศัตรูพืช
2. ประจวบ บัวทอง	เพื่อป้องกัน โรคพืชและศัตรูพืช
3. ณรงค์ หงษ์ทอง	ชื่อของร้านนี้มานาน
4. บุญสืบ ผลมาก	บำรุงพืชและผลผลิต
5. นิพนธ์ นพพันธ์	ใกล้บ้าน ให้คำปรึกษาได้
6. วิวัฒน์ สีสด	เพื่อป้องกัน โรคพืช บำรุงพืชผล
7. สามารถ คำรอด	- ป้องกัน โรคพืช แมลง
8. บุญเกื้อ แซ่โอ	- บำรุงต้น บำรุงผล
9. เอกราช ทองบุญขึ้น	- เพื่อเร่งผลผลิตให้ออกก่อนธรรมชาติ
10. วัฒนา โชคปัญญารัตน์	- เพื่อกำจัดศัตรูพืช

จากตารางที่ 4-30 สรุปได้ว่า ส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร เพื่อป้องกัน โรคพืช จากเชื้อราต่างๆและศัตรูพืช เช่น หนอน แมลง เพลี้ย รวมไปถึงวัชพืชด้วย บำรุงต้นให้สมบูรณ์และ บำรุงผลให้สวยลูกใหญ่ ให้คำปรึกษาได้ ใกล้บ้าน ชื่อของร้านนี้เป็นประจำ และเพื่อทำให้พืชผลไม่ ออกดอกก่อนฤดูกาล

ตารางที่ 4-31 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 3 ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรเป็นอย่างไรบ้าง

ข้อที่ 3 ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรเป็นอย่างไรบ้าง	
เกษตรกร	ข้อเสนอแนะ
1. จี พลุพิพัฒน์	อันตราย ยามีฤทธิ์แรง
2. ประจวบ บัวทอง	ฉลากยาหลุดลอก ทำให้ไม่ทราบว่าเป็นยาชนิดใด
3. ณรงค์ หงษ์ทอง	ใช้ยาไม่ตรงกับโรคพืช
4. บุญสืบ ผลมาก	ยามีหลากหลายชนิด เก็บไว้นานๆทำให้ลืม
5. นิพนธ์ นพพันธ์	ขาดคนพ่นยา
6. วิวัฒน์ สีสด	ยามีฤทธิ์แรง
7. สามารถ คำรอด	ยบางตัวมีกลิ่นรุนแรง
8. บุญเกื้อ แซ่โอ	ใช้ยาไม่ตรงต่อโรคพืช
9. เอกราช ทองบุญขึ้น	ยบางตัวใช้ไม่ได้ผล
10. วัฒนา โชคปัญญา รัตน์	ยบางตัวขาดตลาด

จากตารางที่ 4-31 สรุปได้ว่า ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรของเกษตรกรส่วนใหญ่ พบว่า ยาเคมีเกษตรบางตัวอันตราย มีฤทธิ์แรง มีกลิ่นเหม็น ใช้ยาไม่ตรงกับโรคพืชหรือแมลง ทำให้เมื่อนำยาไปพ่นแล้วไม่เห็นผล ฉลากยาหลุดลอกง่ายเมื่อถึงเวลานำมาใช้ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นยาชนิดอะไร ชนิดยามีเป็นจำนวนมากทำให้ยากต่อการจดจำว่ายาตัวไหนใช้ทำอะไร ขาดแคลนแรงงานพ่นยา ยบางชนิดขาดตลาดหรือโดนควบคุมทำให้หาซื้อไม่ได้

ตารางที่ 4-32 การสัมภาษณ์เกษตรกร ข้อที่ 4 ต้องการให้ร้านพัฒนาอย่างไรบ้าง

ข้อที่ 4 ต้องการให้ร้านพัฒนาอย่างไรบ้าง	
เกษตรกร	ข้อเสนอแนะ
1. จี พลุพิพัฒน์	อยากให้มียาหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ประจวบ บัวทอง	ไม่มี
3. ณรงค์ หงษ์ทอง	ควรมีนักวิชาการให้คำปรึกษา
4. บุญสืบ ผลมาก	ไม่มี

ตารางที่ 4-32 (ต่อ)

ข้อที่ 4 ต้องการให้ร้านพัฒนาอย่างไรบ้าง	
เกษตรกร	ข้อเสนอแนะ
5. นิพนธ์ นพพันธ์	เพิ่มจำนวนพนักงาน
6. วิวัฒน์ สีสด	น่าจะมียาให้เลือกมากกว่านี้
7. สามารถ คำรอด	ขยายสาขาไปต่างอำเภอ
8. บุญเกื้อ แซ่โอ	ไม่มี
9. เอกราช ทองบุญขึ้น	มีการแนะนำมากยิ่งขึ้น
10. วัฒนา โชคปัญญา รัตน์	ไม่มี

จากตารางที่ 4-32 สรุปได้ว่า เกษตรกรบางส่วนไม่ต้องการให้พัฒนาอะไรเพิ่ม แต่ก็มีส่วนที่บอกว่าอยากให้มียาหลากหลายมากขึ้น ควรมีนักวิชาการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาเคมีเกษตรได้ เพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และขยายสาขาเพิ่ม

ผลการสัมภาษณ์ส่วนของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4-33 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 1 คุณมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าขึ้นชอบในร้านของคุณ

ข้อที่ 1 คุณมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าขึ้นชอบในร้านของคุณ	
ผู้ประกอบการ	ข้อเสนอแนะ
ผู้ประกอบการ ร้านยินดี	เน้นการเข้าหาลูกค้าถึงในสวน เข้าไปดูแลต้นไม้ลูกค้าถึงในสวน ว่ามี ปัญหาอะไร ต้องแก้ไขยังไง ใ้ใจลูกค้าตลอดระยะเวลาในการใช้เคมี เกษตร คอยติดตามผลงานว่า นำเคมีเกษตรไปใช้แล้วเป็นอย่างไรบ้าง
ผู้ประกอบการ ร้านเป็ยกการเกษตร	ไม่ขายราคาแพง ขายราคามาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อเราตลอด และ จริงใจ ซื่อสัตย์ หัวดี กับลูกค้า

ตารางที่ 4-33 (ต่อ)

ข้อที่ 1 คุณมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าชื่นชอบในร้านของคุณ	
ผู้ประกอบการ	ข้อเสนอแนะ
ผู้ประกอบการร้าน ไพเราะพานิช	ขายราคาไม่แพง ใช้ได้ผลจริงแล้วจึงแนะนำลูกค้า
ผู้ประกอบการร้าน การประทีพ	นำนักวิชาการมาให้คำปรึกษาแก่ชาวสวนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือ และให้คำปรึกษาได้ตรงกับปัญหาที่พบเจอ
ผู้ประกอบการ ร้านวัง เกษตร	ยาที่ร้านมีแต่แบรนด์ชั้นนำ จึงทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในสินค้าอยู่แล้ว

จากตารางที่ 4-33 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ในการขาย คือด้านราคา ไม่ขายในราคาแพง ขายราคามาตรฐาน เคมีเกษตรที่จำหน่ายเป็นแบรนด์ชั้นนำเกษตรกรมั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพ นำไปใช้แล้วเห็นผล มีนักวิชาการให้คำปรึกษาด้านการใช้เคมีเกษตร และมีการเน้นเข้าหาลูกค้าถึงในสวน ว่าสวนของลูกค้ามีปัญหาอย่างไรบ้างแล้วแนะนำการดูแลรักษาให้คอยติดตามผลในการใช้ยาว่าใช้แล้วเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-34 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 2 คุณมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อร้านของคุณหรือกลับมาซื้อซ้ำ

ข้อที่ 2 คุณมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อร้านของคุณหรือกลับมาซื้อซ้ำ	
ผู้ประกอบการ	ข้อเสนอแนะ
ผู้ประกอบการ ร้าน ยินดี	ต้องทำผลงานให้ลูกค้าเห็นว่าใช้เคมีเกษตรของทางร้านแล้วเห็นผลได้ จริง คือมีแปลงทดลองทำให้เห็นว่าได้ผลจริง
ผู้ประกอบการ ร้าน เปียกการเกษตร	ให้คำแนะนำลูกค้าตามความจริงของคุณภาพเคมีเกษตร ว่าตัวไหนใช้แล้ว คุณภาพเป็นอย่างไร
ร้านไพเราะพานิช	มีการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ
ร้านการประทีพ	มีการติดตามหลังการขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเกรงใจและกลับมาซื้อซ้ำ
ร้านวังเกษตร	มีการทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อให้ลูกค้ามีชื่อกับร้านเราเป็น ประจำและไม่ย้ายไปซื้อร้านอื่น

จากตารางที่ 4-34 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ มีแปลงทดลองทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือว่าย่นำไปใช้นั้นเห็นผลจริง มีการให้คำแนะนำโดยตรงตามโรคหรืออาการที่เกิดขึ้นกับพืชผลไม้ของเกษตรกร และมีการติดตามหลังการขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเกรงใจและกลับมาซื้อซ้ำ

ตารางที่ 4-35 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 3 คุณพบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างไร หรือปัญหาที่พบเจอบ่อย ๆ

ข้อที่ 3 คุณพบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างไร หรือปัญหาที่พบเจอบ่อย ๆ	
ผู้ประกอบการ	ข้อเสนอแนะ
ผู้ประกอบการ ร้านยีนดี	ลูกค้ารับฟังการใช้เคมีเกษตรมาหลายแหล่งข้อมูล ใครว่าดีก็นำมาใช้ (แต่ยบางชนิดใช้ร่วมกันไม่ได้ ทำให้เกิดผลเสีย) พอมาซื้อเคมีเกษตรของทางร้านแล้วนำไปใช้ เมื่อไม่ได้ผล กลับมาโทษทางร้านว่ายาไม่ดี และแก้ไขได้ยาก เนื่องจากเสียความมั่นใจ
ผู้ประกอบการ ร้านเป็ยกการเกษตร	ลูกค้ามีปัญหาเรื่องราคาว่า ขายเป็นเท่ากับร้านอื่น แพงไปก็ว่าแพง ถูกไปก็บอกว่าคุณภาพไม่ดี
ร้านไพเราะพานิช	ลูกค้าไม่เข้าใจในยาชนิดใหม่ ๆ จะยึดติดกับยาหรือยี่ห้อเก่า ๆ
ร้านการประทีพ	ลูกค้าไม่เข้าใจในยาแต่ละยี่ห้อ เช่น ยาชนิดเดียวกันแต่คนและบริษัท ลูกค้าจะยึดติดกับชื่อบริษัทที่ใช้
ร้านวังเกษตร	ลูกค้าอธิบายถึงปัญหา โรคพืชหรืออาการพืชไม่ถูก บางครั้งทางร้านจัดยาให้ไปก็ไม่ตรงกับปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ลูกค้าโทษยาไม่ดี

จากตารางที่ 4-35 สรุปได้ว่า ปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบ คือ เกษตรกรไม่เข้าใจกับยาชนิดใหม่ ๆ หรือไม่เข้าใจกับยาที่เป็นชนิดเดียวกันแต่คนละยี่ห้อ ยึดติดกับยี่ห้อเดิมเท่านั้น ปัญหาในการรับฟังข้อมูลมาหลายช่องทาง และเมื่อนำยาหลายๆตัวมาผสมกัน อาจทำให้ยานั้นด้อยประสิทธิภาพลงไป ทำให้เกษตรกรนั้นมาโทษว่ายาของร้านไม่มีคุณภาพ เกษตรกรมีการเปรียบเทียบราคาสินค้า และคุณภาพทำให้เกิดมุมมองในด้านลบต่อร้าน และเกษตรกรอธิบายถึงปัญหาโรคพืชหรืออาการที่เกิดกับพืชผลไม้ไม่ถูก ทำให้ร้านนั้นไม่สามารถจัดยาให้ตรงกับโรคได้ ทำให้ยาที่นำไปใช้ ไม่เกิดผล

ตารางที่ 4-36 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อที่ 4 คุณมีการพัฒนาการขายอย่างไรบ้างในอนาคต

ข้อที่ 4 คุณมีการพัฒนาการขายอย่างไรบ้างในอนาคต	
ผู้ประกอบการ	ข้อเสนอแนะ
ผู้ประกอบการ ร้าน ยินดี	ในอนาคตพนักงานขายทุกคนต้อง มีประสบการณ์ในการทำสวนจริง แก้ไขปัญหาได้ มีความรู้ด้านการเกษตร และเพิ่มพนักงานขายให้เพียงพอ ต่อการดูแลลูกค้า เพราะเนื่องจากกลยุทธ์หลักคือ เน้นเข้าไปดูแลถึงสวน
ผู้ประกอบการ ร้าน เป็ยการเกษตร	ในอนาคตอีก 2 ปี มีโอกาสที่จะขยายร้าน
ร้านไพเราะพานิช	ในอนาคตอาจมีการขยายร้านออกไปต่างอำเภอหรือต่างจังหวัด
ร้านการประทีพ	จะทำการส่งเสริมการขายให้กว้างขึ้นกว่าเดิม
ร้านวังเกษตร	ขยายร้านให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับกับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 4-36 สรุปได้ว่า ในอนาคตผู้ประกอบการส่วนใหญ่ จะขยายร้านให้ใหญ่ขึ้น
เพื่อรองรับกับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และอาจมีการเพิ่มสาขาออกไปต่างอำเภอหรือต่างจังหวัด
ทำการส่งเสริมการขายให้กว้างขึ้น และหนึ่งในผู้ประกอบการเน้นด้านพนักงาน ต้องเพิ่มพนักงาน
ที่มีประสบการณ์ในการทำสวน เพื่อจะสามารถแนะนำหรือแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรได้
เพื่อดำเนินกลยุทธ์หลักในการเน้นเข้าไปหาถึงสวน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี ” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกเพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร หรือ ปุ๋ย เคมีเกษตร และอาหารเสริมของเกษตรกร ในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพ และประการที่สองเพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเคมีเกษตรในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 ร้าน สัมภาษณ์เกษตรกรในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 10 คน และทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยผลผลิตต่อปี และปริมาณพื้นที่ในการทำ การเกษตร โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรที่เป็นตัวแทนของครัวเรือนในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัด จันทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยสถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean, \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation, SD) นำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติ t- test เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรและใช้ค่าสถิติ (One-way ANOVA) เพื่อหาค่าความ แตกต่างระหว่างตัวแปรเมื่อพบความแตกต่างรายคู่ ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Post HOC) โดยวิธี Scheffe และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) เพื่อหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของเกษตรกรที่ซื้อเคมีเกษตรในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี และ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ แล้วนำไปผสมผสานกับเชิง ปริมาณเพื่อให้เกิดแนวทางการขายรูปแบบใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี สรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวนร้อยละของเกษตรกรในการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม
จังหวัดจันทบุรี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.75 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง
40-49 ปี ร้อยละ 45.25 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.75 มีรายได้เฉลี่ยผลผลิตต่อปี
ระหว่าง 800,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 32.50 มีปริมาณพื้นที่ในการทำเกษตรระหว่าง 31-50 ไร่
ร้อยละ 41.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

จากผลการวิจัย พบว่า กระบวนการตัดสินใจภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 อยู่ในระดับ
มากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตระหนักถึงปัญหา และด้าน
การแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ สามารถสรุปรายด้าน ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับมากที่สุด
โดยท่านต้องการบำรุงพืชผลไม้ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือท่านประสบปัญหา
จากศัตรูพืช และท่านประสบปัญหาจากโรคพืช ตามลำดับ

2. การแสวงหาข้อมูล ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 อยู่ในระดับมาก โดยรู้จัก
ประสบการณ์ของท่าน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือท่านค้นหาข้อมูลจาก
อินเทอร์เน็ต ท่านค้นหาข้อมูลจากนิตยสารการเกษตร และท่านได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/ คนรู้จัก
ตามลำดับ

3. การประเมินทางเลือก ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับมากที่สุด
โดยท่านมีการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับตราสินค้าอื่น มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
รองลงมาคือท่านมีการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับตราสินค้าอื่น และท่านมีการเปรียบเทียบชื่อเสียง
กับตราสินค้าอื่น ตามลำดับ

4. การตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่ราคา
ถูกกว่าตราสินค้าอื่น ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ตราสินค้ามีชื่อเสียง และ
มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ตามลำดับ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 อยู่ในระดับมากที่สุด
โดยท่านมีความพึงพอใจด้านคุณภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านมีความ
พึงพอใจด้านการให้บริการ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงตามความต้องการต้องท่าน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ราคา มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน ตามลำดับ สามารถสรุปรายด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือร้านค้ามีการเสนอขายและมีความรู้ในสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ สินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และความครบถ้วนของสินค้าตามต้องการ ตามลำดับ
2. ด้านราคา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีการให้ส่วนลดเงินสด/ ส่วนลด/ การสะสมแต้ม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สามารถต่อรองราคาได้ มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก และการกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน ตามลำดับ
3. ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่จ้อครดสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า สามารถมองเห็นร้านได้ง่าย และการจัดเรียงสินค้ามีความเข้าใจง่าย ตามลำดับ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับมาก โดยมีส่วนลดและของแถม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และมีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากร้าน ตามลำดับ
5. ด้านพนักงาน ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 อยู่ในระดับมาก โดยพนักงานมีความรู้และความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการอย่างเป็นกันเองต่อลูกค้า พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญ และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า ตามลำดับ
6. ด้านกระบวนการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การแจ้งเตือนวันหมดอายุ และการต่ออายุ และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

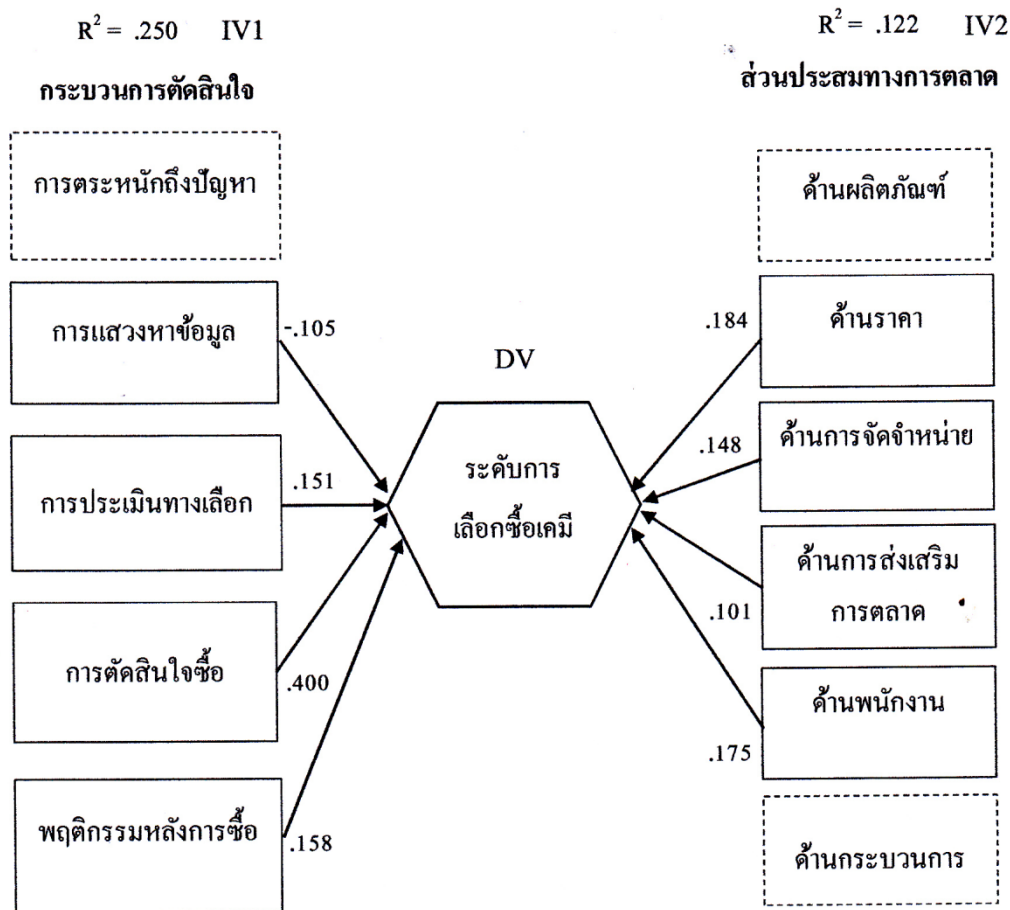
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร
จากผลการวิจัย พบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านประเภทเคมีเกษตร มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านประเภทอาหารเสริมพืช และด้านประเภทปุ๋ย ตามลำดับ สามารถสรุปรายด้าน ดังนี้

1. ด้านประเภทปุ๋ย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยปุ๋ยเคมี มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และปุ๋ยอินทรีย์ ตามลำดับ
2. ด้านประเภทเคมีเกษตร ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสารกำจัดแมลง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสารป้องกันกำจัดโรคพืช และสารกำจัดวัชพืช ตามลำดับ
3. ด้านประเภทอาหารเสริมพืช ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่อาหารเสริม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และฮอร์โมนพืช ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเชิงอนุมาณของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ทดสอบกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อ.มะขาม จ.จันทบุรี พบว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 25.0

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อําเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่าส่วนประสมทางการตลาดกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 12.2



ภาพที่ 5-1 Model แสดงความสัมพันธ์ระดับตัวแปรอิสระ กระบวนการตัดสินใจ ส่วนประสมทางการตลาด ต่อระดับการเลือกซื้อเคมีเกษตร

จากภาพที่ 5-1 สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกซื้อ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อระดับการเลือกซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ การประเมินทางเลือก และการแสวงหาข้อมูลมีผลในทางลบกับระดับการเลือกซื้อ และด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกซื้อ เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ด้านราคามีผลต่อระดับการเลือกซื้อมากที่สุด รองลงมา เป็นด้านพนักงาน ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเชิงพรรณนาการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการร้านเคมีเกษตร

ส่วนของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกร้าน โดยคำนึงถึงราคาเป็นอันดับแรกและชื่อของกับร้านประจำ รองลงมาจะเป็นของแถม มีโปรโมชั่น ร้านจำหน่ายเคมีเกษตรอยู่ใกล้บ้าน สามารถเดินทางมาได้สะดวก ยามีคุณภาพมาตรฐานใช้แล้วได้ผลดี และสุดท้ายมียาให้เลือกหลากหลายชนิด ความสำคัญที่เกษตรกรเลือกชื่อเคมีเกษตร อันดับแรกเพื่อป้องกันโรคพืชและศัตรูพืช รองลงมา เพื่อบำรุงต้นให้สมบูรณ์และบำรุงผลให้สวยใหญ่ ให้คำปรึกษาได้ใกล้บ้านและเพื่อทำให้พืชผลไม่ออกดอกก่อนฤดูกาล ปัญหาในการใช้เคมีเกษตรของเกษตรกร อันดับแรก พบว่ายาบางตัวอันตราย มีฤทธิ์แรง กลิ่นเหม็น รองลงมาคือ ใช้น้ำไม่ตรงกับโรคพืชหรือแมลง ทำให้เมื่อนำไปใช้แล้วไม่เห็นผล ฉลากยาหลุดลอกง่าย ยามีหลายชนิดยากต่อการจดจำ ขาดแคลนแรงงานพ่นยา ยางบางชนิดขาดตลาด สิ่งที่เกษตรกรอยากให้ร้านพัฒนา อันดับแรก อยากให้มียาหลากหลาย รองลงมา ควรมีนักวิชาการให้คำปรึกษา เพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ และขยายสาขาเพิ่ม

ส่วนของผู้ประกอบการจำหน่ายเคมีเกษตร กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้คือ ด้านราคา ไม่ขายเคมีเกษตรในราคาแพง รองลงมาเป็น จำหน่ายเคมีเกษตรแต่แบรนด์ชั้นนำ มีนักวิชาการให้คำปรึกษา และเน้นการเข้าหาลูกค้าถึงในสวน ให้คำปรึกษาถึงที่สวน ผู้ประกอบการมีวิธีการทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ ส่วนใหญ่เป็นการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า ลด แลก แถม รองลงมา มีการทำแปลงทดลอง ใช้น้ำเคมีเกษตรเพื่อให้เกษตรกรมั่นใจในสินค้าและคุณภาพ ให้คำปรึกษาเรื่องยาได้ถูกต้องตรงประเด็น และมีการติดตามหลังการขาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ พบปัญหา คือเกษตรกรไม่เข้าใจกับยาชนิดใหม่ ยึดติดกันยี่ห้อเดิม รองลงมา ปัญหาการรับฟังข้อมูลหลายช่องทาง ช่องทาง และเมื่อนำยาหลายๆตัวมาผสมกัน อาจทำให้ยานั้นด้อยประสิทธิภาพลงไป ทำให้เกษตรกรนั้นมาโทษว่ายาของร้านไม่มีคุณภาพ เกษตรกรมีการเปรียบเทียบราคากับคุณภาพ ทำให้เกิดมุมมองในด้านลบต่อร้าน และเกษตรกรอธิบายถึงโรคพืชหรืออาการได้ไม่ชัดเจน ทำให้ลูกค้านำยาไปใช้แล้วไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในอนาคตผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการพัฒนาร้านให้ใหญ่ได้มาตรฐานมากขึ้น และมีการเพิ่มสาขาในบางผู้ประกอบการ และเพิ่มพนักงานที่มีประสบการณ์หรือนักวิชาการเกษตร เพื่อรองรับลูกค้าให้มากขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชื่อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจและส่วนประสมทาง

การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร หรือ ปุ๋ย เคมีเกษตร และอาหารเสริมของเกษตรกร ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพ ด้านกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ กับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ปุ๋ย เคมีเกษตร และอาหารเสริม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ต่อกัน ในทางบวก และทางลบในบางตัวแปร

ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรมีผลกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านแล้วจะพบว่าการแสวงหาข้อมูลมีความสัมพันธ์กันในทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่า ยิ่งเกษตรกรมีการแสวงหาข้อมูลจากหลายๆด้านมากขึ้นทำให้ระดับการซื้อเคมีเกษตรลดลง นั่นอาจมาจากปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้นเกษตรกรจึงมีทางเลือกในการซื้อเคมีเกษตรหลายช่องทางมากยิ่งขึ้นและการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรในทางบวก ซึ่งบ่งบอกได้ถึงเกษตรกรนั้นคำนึงถึงตราสินค้า ราคา และการส่งเสริมการขายเป็นสำคัญ และเมื่อสินค้าและบริการเป็นที่ประทับใจแล้ว เกษตรกรจึงเชื่อมั่นในร้านนั้น ๆ และกลับมาซื้อใหม่ โดยไม่มีการประเมินหรือเปรียบเทียบในสินค้า และด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ซึ่งมีผลกับระดับการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรเช่นกัน เหตุผลนั้นก็สนับสนุนซึ่งกันและกัน คือ เกษตรกรยังคงให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นสำคัญ บริการที่ดีเป็นกันเอง สะดวกต่อการซื้อ และมีการส่งเสริมการตลาด เช่นมีความแจกของแถม

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนและกระบวนการในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับอูดีย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล (2550, หน้า 15) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็นลำดับขั้น 6 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) เป็นการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ต้องการจะเกิดขึ้น (Desired state of affairs) กับสภาพแท้จริงที่ต้องเจอ (Actual state of affairs) โดยที่ความแตกต่างดังกล่าวมีมาก ความแตกต่างที่มีจำนวนมากสามารถทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการของตนขึ้นมาได้ ในที่นี้เราอาจเปรียบเทียบสภาพที่ปรารถนาจะให้ (หรือเกิดขึ้น) ได้กับตัวปัญหา (Problems)
- 2) การแสวงหาข่าวสาร (Search for information) เป็นการที่บุคคลแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่นข้อมูลที่บุคคลได้เก็บไว้ในความทรงจำหรือจากแหล่งข้อมูลภายนอก
- 3) การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-purchase alternative

Evaluation) เป็นการพิจารณาประเมินแต่ละทางเลือกก่อนที่จะทำการซื้อ โดยพิจารณาถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเป็นสำคัญ 4) การซื้อ (Purchase) เป็นการได้มาซึ่งตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่บุคคลต้องการหรือสิ่งทดแทนที่ยอมรับได้ 5) การบริโภคหรืออุปโภค (Consumption) เป็นการอุปโภคหรือบริโภคทรัพย์สินที่เลือกซื้อมา 6) การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-purchase alternative Evaluation) เป็นการประเมินระดับความพอใจหลังอุปโภคบริโภคสินค้า 7) การจัดการกับสินค้าเหลือใช้ (Divestment) เป็นวิธีการจัดการผลิตภัณฑ์เหลือใช้หรือมิได้บริโภค

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ แล้วนำไปผสมผสานกับเชิงปริมาณเพื่อให้เกิดแนวทางการขายรูปแบบใหม่ ซึ่งแบ่งเป็นความต้องการของลูกค้าผู้เป็นเกษตรกร และความต้องการของผู้ประกอบการ จะทำให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้า และ เมื่อนำไปผนวกเข้ากับเชิงปริมาณ จะทำให้เกิดแนวทางการขายรูปแบบใหม่ได้

ผลจากการศึกษาพบว่า เกษตรกรเลือกซื้อเพราะมีราคาถูก มีความเป็นกันเอง ชื่อของร้านนี้เป็นประจำ ให้คำปรึกษาได้ และมีของแถมให้ ส่วนสำคัญในการซื้อเพื่อนำไปใช้ในการป้องกันโรคพืชและศัตรูพืช และเพื่อบำรุงรักษาต้นไม้ ปัญหาที่เจอในการใช้เคมีเกษตร ยาที่ใช้ไม่ตรงกับโรคพืช ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้พัฒนาอะไร แต่มีบางส่วนอยากให้ขยายร้านและมีที่ปรึกษาด้านการเกษตร และส่วนของผู้ประกอบการ มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง มีแปลงทดลองในการใช้ยาเพื่อให้ผู้บริโภค ยอมรับในสินค้า และยังมีการขายแบบมุ่งถึงสวนโดยเข้าหาถึงสวนซึ่งมีจุดเด่นคือ ไม่ต้องไปแข่งขันเรื่องราคากับคู่แข่ง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดตรงผู้เข้าไปขายต้องมีประสบการณ์ในการทำสวน และเรื่องเคมีเกษตร เพื่อจะได้แก้ปัญหาหรือแนะนำเกษตรกรได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงว่า กลยุทธ์ทางด้านราคานั้น ใช้ได้ผลจริง แต่การแข่งขันเรื่องราคานี้สูงเลยทีเดียว เพราะทุกร้านแข่งขันที่จะขายถูก อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ดีอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ พรหมสร เดชากวินกุล (2553) ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า เป็นพฤติกรรม ซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แสดงออกเพื่อจัดหา และได้มาซึ่งการบริโภค เริ่มตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว จนถึงยอมสูญเสียทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ที่สอดคล้องกับ ภาวิณี กาญจนานา (2554) เป็นกระบวนการ ในการจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ได้ความเช่นเดียวกัน โดยที่ ภาวิณี กาญจนานา ได้มีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่อง ถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว ซึ่ง วันดี รัตนกาย (2554) ก็ได้มีความเห็นเช่นเดียวกันในเรื่อง พฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และใช้บริการสินค้าเพื่อ

ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา โดยที่ วันดี รัตนกาย (2554) ก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกัน

คำถามในการวิจัยข้อที่ 1 วิธีการใดที่สามารถพัฒนาการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพในการขายให้กับร้านจำหน่ายเคมีเกษตร ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการเพื่อนำไปวิเคราะห์แล้วหารูปแบบในการพัฒนาการขายสินค้ารูปแบบใหม่ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกร ผู้วิจัยได้ทำการจับประเด็นสำคัญต่างๆแล้วนำมาอภิปรายไว้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความอ่อนไหวทางด้านราคา หมายถึง เกษตรกรนั้นชอบสินค้าที่มีราคาถูก ซึ่งสินค้าที่มีราคาแพงเกษตรกรจะไว้พิจารณาทีหลัง ผู้ประกอบการควรเน้นกลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นหลัก ควรมีการกำหนดราคาที่มีมาตรฐาน ชัดเจน และควรมีการทำโปรโมชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้า ไม่หนีไปซื้อที่อื่น สอดคล้องกับ สาริศา ทิตยวงษ์ และ จันทนา แสนสุข (2558) ได้กล่าวว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ของราคา โดยเกษตรกรต้องการที่จะได้รับสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เหมาะสมกับปริมาณรวมไปถึงเหมาะสมเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น

คำถามในการวิจัยข้อที่ 2 มีรูปแบบการขายใดที่จะทำให้เพิ่มความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำเชิงคุณภาพเพื่อไปสนับสนุนเชิงปริมาณ ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 ทาง เป็นไปในแนวทางเดียวกัน จึงได้ออกมาเป็นแนวทางพัฒนาการขายสินค้า

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านยีนดี ซึ่งทางผู้ประกอบการได้ให้เห็นผล ซึ่งไปสนับสนุนเชิงปริมาณ ด้านกระบวนการตัดสินใจ ในการแสวงหาข้อมูล ซึ่งมีผลในทางลบกับระดับการซื้อเคมีเกษตร ผู้ประกอบการร้านยีนดีได้กล่าวไว้ว่า “ลูกค้ารับฟังการใช้เคมีเกษตรมาหลายแหล่งข้อมูล ใครว่าดีก็นำมาใช้ (แต่ยาบางชนิดใช้ร่วมกันไม่ได้ ทำให้เกิดผลเสีย) พอมาซื้อเคมีเกษตรของทางร้านแล้วนำไปใช้ เมื่อไม่ได้ผล กลับมาโทษทางร้านว่ายาไม่ดี และแก้ไขได้ยาก เนื่องจากเสียความมั่นใจ” แสดงให้เห็นว่า การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข่าวที่ไม่มีความชัดเจน หรือพูดกันปากต่อปากนั้น จะส่งผลเสียแก่ผู้ประกอบการได้ ผู้ประกอบการควรทำแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นแหล่งข่าวให้กับเกษตรกร เช่น ควรมีการทำป้ายกำกับว่ายาชนิดไหนใช้ด้วยกันไม่ได้ หรือควรมีการทำการทดลองใช้ยาเคมีเกษตรเมื่อได้ผลแล้ว อาจจะทำเป็นใบปลิวออกมาว่าใช้แล้วได้คุณภาพ หรือ ลงโซเชียลเน็ตเวิร์กการใช้ยาและการเปลี่ยนแปลงของสภาพดินไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ พรธิรัฐ พจนสุนทร (2554) ได้กล่าวว่า เกษตรกรที่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารน้อยมีความต้องการความรู้ในการเลือกและการใช้สารเคมีเกษตรมาก เนื่องจากแหล่งข้อมูลส่งผลต่อความต้องการความรู้ในการเลือกและการใช้สารเคมีเกษตรของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ปัจจุบันเกษตรกรหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้ง่าย สามารถเปรียบเทียบคุณภาพ และราคา ของเคมีเกษตรได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับข้อมูลทางนิตยสาร หรือจากเกษตรกรด้วยกัน อาจทำให้เกษตรกรไขว้เขว ไปหาทางเลือกที่ดีกว่าได้
2. ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคา เพื่อส่งเสริมการขาย เพราะเป็นที่สนใจของเกษตรกร และสินค้าต้องมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ
3. ผู้ประกอบการควรมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านการทำเกษตร เพราะเป็นที่สนใจแก่เกษตรกร หรือมีพนักงานที่มีความเข้าใจในการทำเกษตร ให้คำปรึกษาได้เข้าไปดูแลพืชพันธุ์ไม้ ให้ลูกค้าชาวเกษตรกรถึงในสวน
4. ควรมีการจัดที่จอดรถให้สะดวก และมีการสั่งซื้อที่ง่าย มีหน้าร้านที่ชัดเจน และควรจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เข้าใจง่าย
5. ควรมีพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการลูกค้า และต้องบริการด้วยความรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาและตอบปัญหาได้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ในผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดความเชื่อถือ
6. ควรมีการทำข้อมูลสมาชิก เพื่อให้สิทธิประโยชน์สำหรับเกษตรกรที่มีพื้นที่การทำเกษตรสูงและยอดซื้อสูง เพื่อกำหนดสิทธิพิเศษให้แก่เกษตรกรกลุ่มนี้ เนื่องจากเกษตรกรกลุ่มนี้มีกำลังซื้อที่สูง เพราะปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดสูง เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้เกิดความจงรักภักดี และกลับมาซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่ายังมีข้อจำกัดบางประการจึงได้นำเสนอข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการทำวิจัยครั้งต่อไปให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาไปยังเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงด้วย
2. ควรคำนึงถึงช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลอย่าให้ตรงกับช่วงเกษตรกรเก็บผลผลิต

3. ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว เพื่อจะได้ทราบว่ามียังยัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการเกษตร. (2555). ปริมาณการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์เคมี. เข้าถึงได้จาก <http://www2.oae.go.th/zone/zone1/>.
- เกณิกา รุ่งเรืองชยพร. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฮอว์โมนพืชของเกษตรกรในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ข้อมูลจังหวัดจันทบุรี. (2559). เข้าถึงได้จาก http://www.chanthaburi.go.th/new/?page_id=169#&panel1-1
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค *Consumer behavior*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเลชั่น
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิ.พรินท์
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิ.พรินท์
- ชนภัทร พันธุ์เขตร์กิจ. (2556). พฤติกรรมการซื้อขายเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ชนวัฒน์ ศาสวัตวงศ์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรวัต นาอาจ. (2553). ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นกรเศ ราชจรีต. (2551). พฤติกรรมผู้บริโภคของครูที่มีหนี้สินในจังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นันทา ศรีจรัส. (2551). ทักษะคิดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ซีพีของร้านกะไหลผลิตภัณฑ์ไก่ในเขตอำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- แผนพัฒนาสามปีเทศบาลตำบลอุโมงค์ พ.ศ.2555-2557. (2555). ลำพูน: สำนักปลัดฝ่ายวิชาการและแผน เทศบาลตำบลอุโมงค์ อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน.

- พรธีรัฐ พจนสุนทร. (2554). *ความรู้และความต้องการความรู้ในการเลือกและการใช้สารเคมีเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรหมสร เดชากวินกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิไล เลิศพงศ์พิรุฬห์. (2555). *อุปสงค์ อุปทาน และคุณภาพ เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 5). เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ภาวิณี กาญจนภา. (2554). *หลักการตลาด = Principles of marketing*. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2552). *ทฤษฎีอรรถประโยชน์*. เข้าถึงได้จาก <http://e-book.ram.edu/ebook/e/EC111/chapter5.pdf>.
- รัตนศิลป์ ดีสุข. (2552). *การเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตรของผู้บริโภคในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รุ่งทิwa รุ่งโรจน์วัฒนา. (2551). *การตัดสินใจเลือกซื้อสารกำจัดแมลงในผักกินผลของเกษตรกรในเขตอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, คณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วารุณี จิตอารี, สุรัตน์ หงส์สิบสองและ คะนิงนุช ลังกากาศ. (2546). *สถานการณ์สารเคมีทางการเกษตร ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2542). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (จุลภาค)*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วันดี รัตนกายแก้ว. (2554). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมณะ สรรพदानนท์. (2551). *พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าใช้แล้วของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ศฤงคาร ตั้งประกอบ. (2552). ความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่าย ในเขตภาคเหนือที่มีต่อกลยุทธ์ส่วน
 ประสมการตลาดของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด. วิทยานิพนธ์
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย,
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริลักษณ์ ธรรมรัตนพงศ์. (2551). พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเมือง
 เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
 เกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ:
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาริศา ทิตยวงษ์ และ จันทนา แสนสุข. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์
 ทางการเกษตร จากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในจังหวัด
 สุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป,
 สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 สุวรรณภูมิ
- สุวิมล แม้นจริง และเกตุร ใยบัวกลิ่น. (2550). การส่งเสริมการตลาด = Marketing promotion.
 กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานเกษตรอำเภอมะขาม. (2557). ข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตร. เข้าถึงได้จาก
http://makham.chanthaburi.doae.go.th/index_home.html
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี. (ม.ป.ป.). ข้อมูลประจำจังหวัดจันทบุรี. เข้าถึงได้จาก
<http://province.m-culture.go.th/chanthaburi/location.html>
- สำนักทะเบียนกลางกรมการปกครอง. (2555). ตรวจสอบข้อมูลประชากร. เข้าถึงได้จาก
<http://stat.bora.dopa.go.th/hpstat9/inhouse.htm>
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2558). การวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ. วารสารการจัดการ
 สมัยใหม่, 13(1), 13-18.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อะนุพร อยู่สุข. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรอำเภอบาง
 ระกำ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ,
 คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- อำพล ทัพทวิ. (2557). *การพัฒนากลยุทธ์การประกอบธุรกิจเคมีเกษตรในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง*.
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาเกษตรศาสตร์การบริหารและการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราช
ภัฏกำแพงเพชร
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J.. (2006). *Consumer behavior*. (10th ed.). Chicago: Thomson
South-western.
- Engle, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer behavior*. (6th ed.) Illinois:
The Dryden.
- Foxall, G. R., & Sigurdsson, V. (2013). Consumer behavior analysis: behavioral economics meets
the marketplace. *Psychological Record*, 63(2), 231-237.
- Michael, A. B., & George, E. B. (2008). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*
(กมล ชัยวัฒน์, แปล). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล
- Kotler, P. (2011). *หลักการตลาด Principles of marketing* (วารุณี ตันติวงศ์วานิช, แปล). กรุงเทพฯ:
เพียร์สัน เอ็นดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). New Jersey: Pearson
Prentice Hall.
- Hutcheson & Sofroniou. (1999). *The multivariate social scientist: introductory statistics using
generalized linear models*. London: Sage.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis* (3rd ed.). New York : Harper and Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 4 หน้า แบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1. () ชาย 2. () หญิง
2. อายุ 1. () 20-29 ปี 2. () 30-39 ปี 3. () 40-49 ปี 4. () ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 1. () ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย 2. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 3. () อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ ปวส. 4. () ปริญญาตรี
 5. () สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้เฉลี่ยผลผลิตที่ได้รับต่อปี
 1. () ไม่เกิน 400,000 บาท 2. () 400,001-600,000 บาท
 3. () 600,001-800,000 บาท 4. () 800,001-1,000,000 บาท
 5. () 1,000,000 บาท ขึ้นไป
5. ปริมาณพื้นที่ในการทำการเกษตร
 1. () ไม่เกิน 10 ไร่ 2. () 11-30 ไร่
 3. () 31-50 ไร่ 4. () 51-70 ไร่
 5. () 70 ไร่ ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการซื้อเคมีเกษตรมากน้อยเพียงใด

หมายเหตุ โปรดพิจารณาและทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรตั้งแต่น้อยที่สุดไปหามากที่สุด


กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด (4)	←————→		น้อยที่สุด (1)
1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา				
1.1 ก่อนท่านมาซื้อเคมีเกษตรท่านประสบปัญหาจากโรคพืช เช่น เชื้อรา เป็นต้น				
1.2 ก่อนท่านมาซื้อเคมีเกษตรท่านประสบปัญหาจากศัตรูพืช เช่น หนอน แมลง เพลี้ย เป็นต้น				
1.3 ก่อนท่านมาซื้อเคมีเกษตรท่านต้องการบำรุงพืชผลไม้ของท่าน				
2. การค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร				
2.1 ท่านได้รับคำแนะนำจากเพื่อน				
2.2 ท่านค้นหาข้อมูลจากนิตยสารการเกษตร				
2.3 ท่านค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต				
2.4 รู้จากประสบการณ์ของท่าน				
3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ				
3.1 ท่านมีการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับตราสินค้าอื่น				
3.2 ท่านมีการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับตราสินค้าอื่น				
3.3 ท่านมีการเปรียบเทียบชื่อเสียงกับตราสินค้าอื่น				
4. การตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตร				
4.1 ตราสินค้ามีชื่อเสียง				
4.2 ราคาถูกกว่าตราสินค้าอื่นๆ				
4.3 มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ				

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด (4)	←		น้อยที่สุด (1)
5. ความรู้สึกหลังการใช้เคมีเกษตร				
5.1 ท่านมีความพึงพอใจด้านคุณภาพ				
5.2 ท่านมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ				
5.3 สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงตามความต้องการ ต้องท่าน				

ส่วนที่ 3: ในการซื้อเคมีเกษตรท่านให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

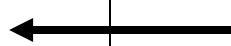
หมายเหตุ โปรดพิจารณาและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญตั้งแต่ 'น้อยที่สุด' ไปหา 'มากที่สุด'

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด (4)	←		น้อย ที่สุด (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน				
1.2 ความครบถ้วนของสินค้าตามต้องการ				
1.3 สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ				
1.4 ร้านค้ามีการเสนอขายและมีความรู้ในสินค้า				
1.5 สินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก				
2. ราคา				
2.1. การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน				
2.2. สามารถต่อรองราคาได้				
2.3 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า				
2.4 มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก				
2.5 มีการให้ส่วนลดเงินสด/ ส่วนลด/ การสะสม แต้ม				
2.6 ระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ)				

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด (4)			น้อย ที่สุด (1)
3. ด้านการจัดจำหน่าย				
3.1 มีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า				
3.2 การจัดเรียงสินค้ามีความเข้าใจง่าย				
3.3 สามารถมองเห็นร้านได้ง่าย				
3.4 ที่จอดรถสะดวก				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากร้าน				
4.2 มีส่วนลดและของแถม				
5. ด้านพนักงาน				
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า				
5.2 พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการอย่างเป็นกันเองต่อลูกค้า				
5.3 พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ				
5.4 พนักงานมีความรู้และความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า				
6. ด้านกระบวนการ				
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ				
6.2 การแจ้งเตือนวันหมดอายุ และการต่ออายุ				
6.3 สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มมีปัญหา				

ส่วนที่ 4 ท่านมาซื้อเคมีเกษตรมากน้อยเพียงใด

หมายเหตุ โปรดพิจารณาและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับสำคัญในการเลือกซื้อเคมีเกษตร ตั้งแต่น้อยที่สุดไปหามากที่สุด

ระดับการซื้อเคมีเกษตร	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด (4)			น้อย ที่สุด (1)
1. ปุ๋ย				
1.1 ปุ๋ยอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยตราส้ม				
1.2 ปุ๋ยเคมี เช่น 16-16-16 8-24-24				
2. เคมีเกษตร				
2.1 สารกำจัดแมลง เช่น ไซเปอร์เมทริน คลอไพริฟอส				
2.2 สารป้องกันกำจัดโรคพืช เช่น คาร์เบนดาซิม เมทาแลกซิล				
2.3 สารกำจัดวัชพืช เช่น พาราควอต ไกลโฟเซต				
3. อาหารเสริมพืช				
3.1 ฮอร์โมนพืช เช่น จิบเบอเรลลิน อโทนิค เป็นต้น				
3.2 อาหารเสริม เช่น สาหร่าย แม็กนีเซียม สังกะสี เป็นต้น				