การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
"Research 4.0 Innovation and Development SSRU's 80th Anniversary"

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา

FACTORS AFFECTING THE AGRICULTURALIST'S DECISION IN BUYING ORGANIC FERTILIZER IN BANGKHLA ,CHACHOENGSAO

อภิมุข อรรจนานนท์[1]
ว่าที่ รท.ดร.ธนเดช กังสวัสดิ์[2]
ดร.ปรีดาพร อารักษ์สมบูรณ์[3]
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์[1]
คณะวิทยาการจัดการ สาขาบริหารธุรกิจ[2]
คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า และนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดนโยบาย หรือวางแผนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการปุ๋ยอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรในอำเภอบางคล้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และมีประสบการณ์ในการทำการเพาะปลูก อยู่ระหว่าง11-15 ปี มีพื้นที่การเพาะปลูก 31- 40 ไร่ และเมื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของเกษตรในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น เกษตรกรจะให้ความสำคัญในเรื่องยี่ห้อของปุ๋ยที่ใช้เป็นที่รู้จัก หรือมีการประกันคุณภาพของปุ๋ย ด้านราคาต้องคุ้มค่าของคุณภาพปุ๋ยอินทรีย์กับราคาที่ซื้อ มีบริการจัดส่งปุ๋ยอินทรีย์ให้ถึงสถานที่ใช้ปุ๋ย ตัวแทนหรือพนักงานจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์มีการแนะนำปุ๋ยให้แก่ลูกค้า และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า ในส่วนของร้านขายปุ๋ยอินทรีย์ต้องมีการจัดวางปุ๋ยที่เป็นระเบียบ มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีเอกสารแนะนำการใช้ปุ๋ยอินทรีย์แต่ละประเภท

คำสำคัญ

การตัดสินใจ, ปุ๋ยอินทรีย์, เกษตรกร

Abstract

This research was on the factors affecting the agriculturalist's decision in buying organic fertilizer in Bangkhla, Chachoengsao aimed to study and analyze factors affecting the agriculturalist's decision in buying organic fertilizer in BangKhla District and apply the research results to formulate policies or to design marketing plans for organic fertilizer distributors. The sample included 400 farmers in BangKhla District, Chachoengsao selected by Stratified Random Sampling. Questionnaires were used to collect data. Descriptive statistics and multiple regression were applied to analyze collected data.

The results showed that a majority of the farmers in BangKhla District was males aged between 30-39 years old. Their average monthly income was lower than 5,001 baht. Their educational background was at junior high school. They earned their living from agriculture. They worked in agriculture for 11-15 years and had 31-40 acres for growing plants. According to the study, the marketing mix factors and the farmers' buying decision on organic fertilizers in BangKhla District were at a high level in overall. The analysis of the factors affecting farmers' buying decision on organic fertilizers in BangKhla District, Chachoengsao indicated that the independent variables described the fluctuation of the farmers' buying decision on organic fertilizers at a statistical significance of 0.05. This showed that the farmers paid significant attention to well-known brands of organic fertilizers and their quality was guaranteed. In addition, the farmers focused on whether prices were reasonable with high quality, whether delivery was provided, whether representatives or distributors provided good advice to customers and were friendly. Organic fertilizers shops should arrange organic fertilizers neatly where air could be ventilated and should provide instructions for each type of organic fertilizers.

Keywords

Decision, organic fertilizers, farmers

บทนำ

ประเทศไทยมีอาชีพการเกษตรเป็นอาชีพหลักของประเทศ และประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทำการเกษตร เช่น ทำไร่ ทำสวน ทำนา เป็นต้น และจากนโยบายของรัฐบาลในการใช้ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก จึงทำให้การเกษตรมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสอดรับกับการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-พ.ศ.2559) ได้กล่าวถึง

ทิศทางการบริหารจัดการประเทศภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตภาคการเกษตร รวมทั้งการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11, ออนไลน์, 2559)

จังหวัดฉะเชิงเทรา มีพื้นที่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำบางปะกง มีความอุดมสมบูรณ์สูง ลักษณะพื้นที่เป็นดินตะกอนทับถมมาเป็นเวลานาน จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม ผลผลิตที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด ได้แก่ ข้าว มะม่วง มะพร้าว และยางพาราเป็นต้น อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีการส่งออกผลไม้ เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ เป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย (สมาคมชาวสวนมะม่วงไทย, ออนไลน์, 2557) โดยอำเภอที่มีการปลูกมะม่วงน้ำดอกไม้มากที่สุด คือ อำเภอบางคล้า ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ เนื่องจากมีคุณภาพดินมีความเหมาะสม มีธาตุอาหารสมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกมะม่วง และปัจจัยที่สำคัญคือ ปุ๋ย เพราะมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ในอำเภอบางคล้าจะให้ความสำคัญกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากพื้นที่บริเวณอำเภอบางคล้ามีการปลูกมะม่วงส่งออกเป็นจำนวนมาก (ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2555) และมีการปลูกมะพร้าวน้ำหอม ด้วยการใช้วิธีปราบศัตรูพืชแบบธรรมชาติ โดยใช้ปุ๋ยหมักชีวภาพมาบำรุงต้น มีการสกัดสมุนไพรมาสกัดเป็นสารอินทรีย์ชีวภาพ เพื่อใช้บำรุงดิน ซึ่งได้รับการพัฒนาสูตร และกรรมวิธีจากกรมพัฒนาที่ดิน และเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา จึงทำให้มีผลผลิตที่ดีออกสู่ตลาดเรื่อยๆ จนมีการนำไปขายในห้างสรรพสินค้าเดอะมอล์ลกรุ๊ป (The mall Group) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 เป็นต้นมา (นิตยสารสร้างสรรค์สาระเพื่อชีวิตที่ดีกว่าของเกษตรก้าวหน้า, 2557)

ซึ่งธุรกิจปุ๋ยอินทรีย์ควรให้ความสำคัญต่อการกำหนดราคาที่ยุติธรรม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย การแนะนำให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้า การมีเอกสารประกอบการใช้งาน การใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้ความรู้เรื่องสินค้าการแก้ไขปัญหา และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจซื้อของเกษตรกรอีกทั้งกระแสในการลดโลกร้อนในปัจจุบันกำลังเป็นที่สนใจ อาจเป็นเหตุให้เกษตรกรต้องการลดการใช้สารเคมี ดังนั้นการขยายตลาดปุ๋ยอินทรีย์ ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจไปที่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นมิตรหรือรักษาสิ่งแวดล้อม (อนุช นามภิญโญ, 2557) สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยทีมีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ของนงรักษ์ บุญขวาง (2556)พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เนื่องจากราคาปุ๋ยเคมีมีราคาสูงกว่า และแนวโน้มเกษตรกรจะหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการตลาด การวางแผนการตลาดปุ๋ยอินทรีย์ให้ประสบความสำเร็จ และนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา กำหนดนโยบายหรือวางแผนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการปุ๋ยอินทรีย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาธุรกิจด้านปุ๋ยอินทรีย์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือวางแผนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการปุ๋ยอินทรีย์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 9 ตำบลจำนวน 2,918 ราย (สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา,ออนไลน์, 2559)

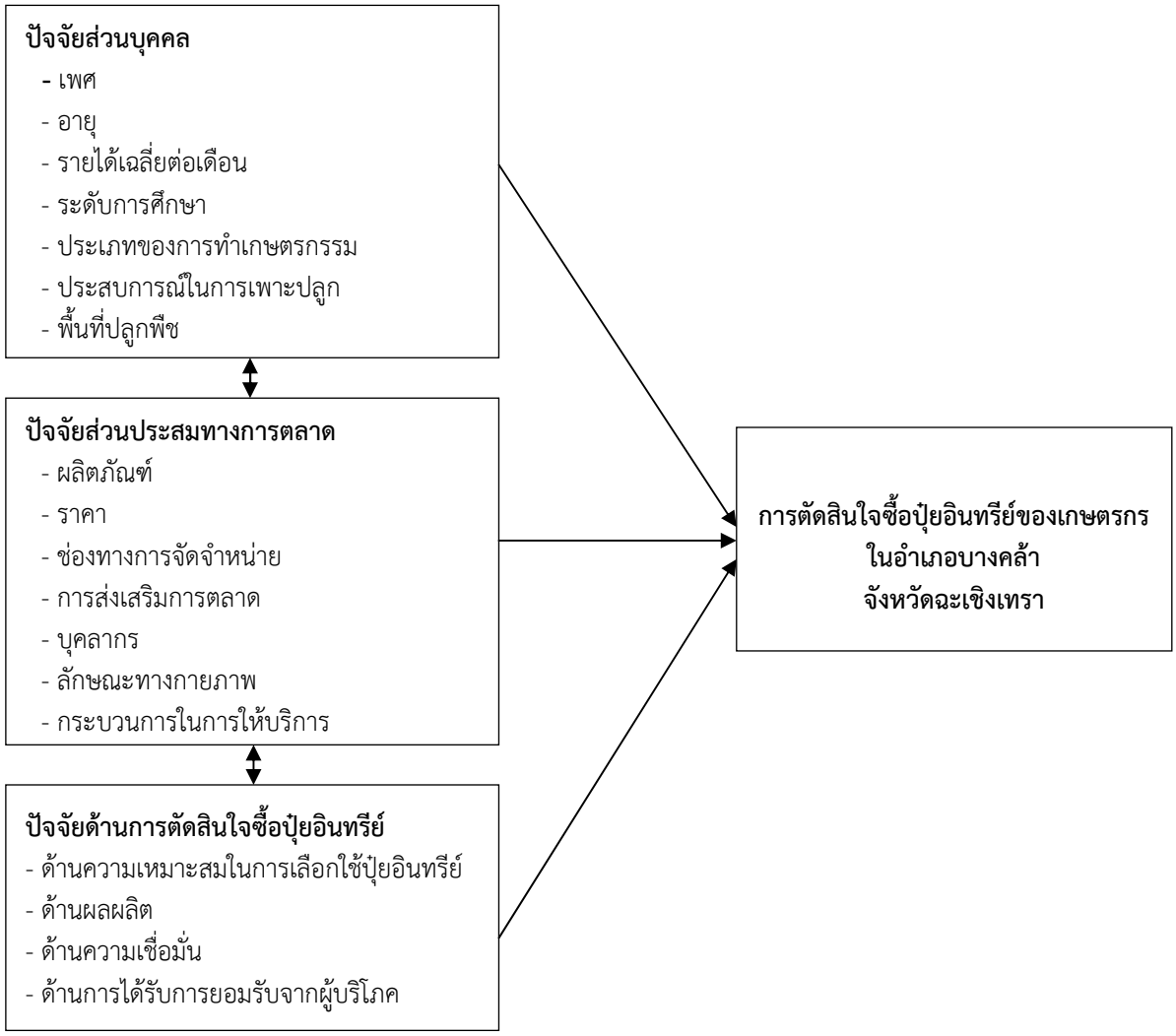
กลุ่มตัวอย่าง มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95 เกิดความคลาดเคลื่อนในการประเมินค่าในระดับ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คนโดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) จากจำนวนประชากรในแต่ละตำบล

ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาประเภทของการทำเกษตรกรรม ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และ พื้นที่ปลูกพืช2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการในการให้บริการ3)ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ประกอบด้วย ด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลผลิต ด้านความเชื่อมั่น และด้านการได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและตัวแปรตามได้แก่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวความคิดในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ (independent variables) ตัวแปรตาม (dependent variables)



ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2559

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบภาคตัดขวาง (Cross sectional study)

ขั้นตอนการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ประเภทของการทำเกษตรกรรม ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และพื้นที่ปลูกพืช ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการในการให้บริการโดยประยุกต์จากพิเชษฐ์ กนกธร (2552)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ประกอบด้วยด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลผลิต ด้านความเชื่อมั่น และด้านการได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคซึ่งลักษณะของแบบสอบถาม ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีการแปลผลตามเกณฑ์ ดังนี้(สุธาทิพย์ รองสวัสดิ์, 2554) คะแนนเฉลี่ย4.20 – 5.00ระดับการตัดสินใจมากที่สุดคะแนนเฉลี่ย3.40 – 4.19ระดับการตัดสินใจมาก คะแนนเฉลี่ย 2.60 – 3.39ระดับการตัดสินใจปานกลาง คะแนนเฉลี่ย1.80 – 2.59ระดับการตัดสินใจน้อย และคะแนนเฉลี่ย1.00 – 1.79ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เมื่อแบบสอบถามได้รับการอนุมัติให้เก็บข้อมูลจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จำนวน 400 ชุด

2) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วน สมบูรณ์และทำการตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดและลงรหัสแบบสอบถามใส่ลงโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปตามขั้นตอน ดังนี้ (ยุทธไกยวรรณ์, 2553)

1)สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน อำเภอบางคล้า โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงวิเคราะห์เพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า โดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรในอำเภอบางคล้า ผลการศึกษาพบว่าเป็นเพศชาย มีจำนวนจำนวน 292 คน อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.0 ระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า คิดเป็น ร้อยละ 33.0 มากกว่า ร้อยละ 45.0 ประกอบอาชีพทำสวน รองลงมาทำนา และมีประสบการณ์ในการทำการเพาะปลูกอยู่ระหว่าง 11-15 ปี

2) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการชี้วัดส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.40)รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (= 3.89, S.D. = 0.37)ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 3.63, S.D. = 0.41) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า

ส่วนประสมทางการตลาด	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ (product)	3.87	0.39	มาก
ด้านราคา (price)	3.73	0.63	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)	3.63	0.41	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)	3.89	0.37	มาก
ด้านบุคลากร (people)	3.82	0.40	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical Evidence)	3.94	0.40	มาก
ด้านกระบวนการในการให้บริการ (process)	3.94	0.40	มาก
รวม	3.83	0.43	มาก

3) ข้อมูลระดับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการชี้วัดการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.16, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์และ ด้านความเชื่อมั่นและด้านการได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 0.35)ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือด้านผลผลิต($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.37)ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า

การตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์	3.84	0.35	มาก
2. ด้านผลผลิต	4.01	0.37	มาก
3. ด้านความเชื่อมั่น	4.21	0.35	มากที่สุด
4. ด้านการได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค	4.21	0.35	มากที่สุด
รวม	4.06	0.36	มาก

4)การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน อำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ กับด้านการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวม ตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของเกษตรกรในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ค่า p-value <0.05) โดยค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.692 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด มีค่าเท่ากับ 0.479 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้ว พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ (B = 0.332)เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.180 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร		t	P-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	2.311	0.154	14.965	0.001*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.104	0.030	3.836	0.001*
ด้านราคา	0.067	0.030	2.464	0.014*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.055	0.029	1.975	0.049*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.220	0.033	7.192	0.001*
ด้านบุคคล	0.086	0.030	2.829	0.001*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.332	0.029	11.286	0.001*
ด้านกระบวนการ	0.302	0.030	10.037	0.001*
R =0.692, R Square = 0.479, Adjust R Square = 0.470 , Std. Error of Estimate = 0.180, F= 51.521				

* ระดับนัยสำคัญอยู่ที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า ผลการศึกษา พบว่าระดับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = 0.43) อาจเนื่องมาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ยกตัวอย่างด้านผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์มีมาตรฐานรับรองการผลิตเป็นที่ยอมรับ มียี่ห้อของปุ๋ยที่ใช้เป็นที่รู้จัก มีการระบุวันที่ในการผลิตอย่างชัดเจนและมีการประกันคุณภาพของปุ๋ย ด้านราคา ปุ๋ยอินทรีย์ให้ผลคุ้มค่ากว่าเมื่อเทียบกับปุ๋ยเคมีทั้งในด้านคุณภาพและราคา อีกทั้งยังมีการให้สินเชื่อกับเกษตรกร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จอดรถกว้างขวาง ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ไปมาสะดวกมีบริการสั่งซื้อปุ๋ยอินทรีย์ทางโทรศัพท์และบริการจัดส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ผ่านทางการโฆษณา ผ่านสื่อ วิทยุใบปลิว ป้ายมีกิจกรรมลด แลก แจก แถม ปุ๋ยอินทรีย์แก่เกษตรกร ด้านบุคคล พนักงานร้านขายปุ๋ยอินทรีย์มีความรู้ความสามารถในการให้รายละเอียดเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์มีความเป็นกันเอง และมีบุคลิกภาพที่ดีและด้านลักษณะทางกายภาพ มีการตกแต่งร้านสะอาด สวยงาม มีความเป็นระเบียบ อากาศถ่ายเทสะดวกสอดคล้องกับแนวคิดของKotler, Phillip (1997) กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ขาย หรือ ผู้ผลิต ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ให้บริการดี และถูกใจ ในปัจจุบันผู้บริโภคจะมีแนวโน้มจะเรียกร้องบริการจากผู้ขายมากขึ้น เช่น บริการสินเชื่อ บริการส่งของ บริการซ่อมแซม ในการผลิตสินค้า ผู้ผลิตอาจให้บริการเอง หรือผ่านคน

กลาง โดยคำนึงถึงความสมดุล ระหว่างต้นทุนและการควบคุมระดับความพอใจที่จะให้แก่ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของโกมล นาคสิงห์ (2550,หน้า 130-132) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้มีการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์คือปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเท่ากับ 3.93 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และปัจจัยด้านราคาค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณาทั้ง 5 ด้านพบว่า ในระดับความคิดเห็นค่อนข้างสูงคือด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับข้อมูลการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 4.06, S.D. = 0.43) เพราะปุ๋ยอินทรีย์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีธาตุอาหารตรงกับฉลากกำกับสินค้ามีการขึ้นทะเบียนที่ถูกต้องและยังไม่หมดอายุการใช้งานผู้จัดจำหน่ายได้มีการนำปุ๋ยอินทรีย์มาทำแปลงทดลองในพื้นที่ของเกษตรกร เป็นที่รู้จักของเกษตรกรทั่วไป มีการให้ข้อมูลในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ถูกต้องอีกทั้งได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐขนาดน้ำหนักตามที่ลูกค้าต้องการการเก็บปุ๋ยอินทรีย์ที่ถูกสุขลักษณะการบรรจุที่มิดชิด เรียบร้อย ไม่ชำรุดและพื้นที่เก็บปุ๋ยอินทรีย์มีความสะอาดสอดคล้องกับงานวิจัยของมารีนา มาหมื่น(2557) ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า ปุ๋ยอินทรีย์ที่ซื้อมาใช้จะต้องมีคุณภาพมีปริมาณคุ้มค่ากับการใช้ปุ๋ยเคมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ และมีคำแนะนำจากผู้ขายปุ๋ย ผลผลิตออกตรงตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวมีคุณภาพตามความต้องการ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน อำเภอบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาดด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันอภิปรายการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าได้ร้อยละ 69.2 ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของKotler(อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2556) ว่าส่วนประสมการตลาดบริการ (service marketing mix)หรือ 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมทางการตลาด (promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย บุคคล (people) อาจจะต้องต้องอาศัย การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน มีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัทเป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของมารีนา มาหมื่น(2557) ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร ทำผลการศึกษาพบว่าการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้งจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ที่ซื้อมาใช้จะต้องมีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ มีคำแนะนำจากผู้ขายปุ๋ย ส่วนลด/ของแถม และแจกปุ๋ยให้ทดลองใช้ฟรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิกรม โง้วสุวรรณ (2550) ที่ได้เสนอว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ปุ๋ยของเกษตร จะให้ความสำคัญมากกับคุณภาพของปุ๋ย ยี่ห้อปุ๋ย ราคาปุ๋ยและความสะดวกในการซื้อปุ๋ย อีกทั้งเกษตรกรส่วนใหญ่

ต้องการคำแนะนำสูตรปุ๋ยและปริมาณการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสม รวมถึงต้องการปุ๋ยให้ทดลองใช้ฟรีและ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา สุจริตธุรการ (2554) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการผลิต และใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือในตัวเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีทิศทางความสัมพันธ์และเกษตรกรส่วนใหญ่ยังได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น เป็นต้น อีกทั้ง เกษตรกรมีความรู้เพิ่มขึ้นและสามารถที่จะวิเคราะห์และพิจารณาเลือกปฏิบัติเฉพาะขั้นตอนที่จะส่งผลต่อคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตและสามารถนำไปใช้ได้ และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมมีทิศทางความสัมพันธ์ทางบวก แสดงว่าเกษตรกรมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการยอมรับการผลิตและใช้ปุ๋ยอินทรีย์มาก เพราะเกษตรกรได้ลงมือปฏิบัติจริง ทำให้รู้ถึงผลดีผลเสียที่จะได้รับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับยี่ห้อของปุ๋ยที่ใช้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้เกษตรกรได้มีความคุ้นเคยและมีความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพของปุ๋ย

2) ด้านราคา กำหนดราคาให้มีความคุ้มค่าของคุณภาพปุ๋ยอินทรีย์กับราคาที่ซื้อทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรตัดสินใจซื้อได้อย่างถูกต้อง

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีบริการจัดส่งปุ๋ยอินทรีย์ให้ถึงสถานที่ใช้ปุ๋ย เพื่อความสะดวกในการนำส่งสินค้าให้ถึงมือเกษตรกรและลดยังสามารถลดต้นทุนการขนส่งของเกษตรกรได้อีกส่วนหนึ่ง

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์มีการแนะนำปุ๋ยให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในตัวปุ๋ยอินทรีย์

5) ด้านบุคลากร พนักงานร้านขายปุ๋ยอินทรีย์มีความเป็นกันเองกับลูกค้า เมื่อเกษตรกรมีความคุ้นเคยกับพนักงานก็จะสามารถสอบถามข้อมูลได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน

6) ลักษณะทางกายภาพ ร้านขายปุ๋ยอินทรีย์มีการจัดวางปุ๋ยที่เป็นระเบียบการจัดเรียงปุ๋ยให้เป็นระเบียบทำให้เกษตรกรสามารถเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ได้ง่ายขึ้น

7) ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีเอกสารแนะนำการใช้ปุ๋ยอินทรีย์แต่ละประเภทเพื่อให้เกษตรกรมีความรู้และความเข้าใจในปุ๋ยอินทรีย์และทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1) การศึกษาตลาดขายปุ๋ยอินทรีย์ แล้วนำมาปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ เพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์มากขึ้น

2) ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมการตลาดและการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอบางคล้าในแต่ละร้านค้า/ตัวแทน เพื่อนำไปปรับปรุงในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้าน

เอกสารอ้างอิง

โกมล นาคสิงห์. (2550) . *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง* . การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2555). *ตลาดสินค้าเกษตรก้าวหน้า.*นิตยสารเทคโนโลยีชาวบ้าน 24, 531 หน้า 72-73 (ภาพประกอบสี).

นงรักษ์ บุญขวาง. (2556).*ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดบุรีรัมย์.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิตยสารสร้างสรรค์สาระเพื่อชีวิตที่ดีกว่าของเกษตรก้าวหน้า. (2557). *เกษตรก้าวหน้า. ปีที่ 5 ชุดที่ 1 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2557*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. (2559). *สาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(2555-2559).* เข้าถึงข้อมูลได้จาก www.ldd.go.th. วันที่สืบค้นข้อมูล 10 มิถุนายน 2559.

พิเชษฐ์ กนกธร. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎ์ธานี.

มารีนา มาหมื่น. (2557).*พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร.* มหาบัณฑิตหลักสูตรการตลาด. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ หาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุทธไกยวรรณ์. (2553). *หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS.*(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วนิดา สุจริตธุรการ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการผลิตและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. คณะทรัพยากรธรรมชาติ ภาควิชาพัฒนาการเกษตร. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วิกรม โง้วสุวรรณ. (2550). *พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรชาวสวนยางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสตูล*. วิทยานิพนธ์สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2556). *การบริหารเชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: พัฒนศึกษา.

สมาคมชาวสวนมะม่วงไทย. (2557) . *มะม่วงไทยในเวที AEC* . [ออนไลน์]แหล่งที่มา : www.thaimangogrowers.com.

สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา.(2558). *ระบบฐานข้อมูลด้านการเกษตรและสหกรณ์จังหวัด.* [ออนไลน์].แหล่งที่มา : www.chachoengsao.doae.go.th. วันที่ทำการสืบค้นข้อมูล 20 พฤษภาคม 2559สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2558). ระบบฐานข้อมูลด้านการเกษตรและสหกรณ์จังหวัด.

อนุช นามภิญโญ.(2557). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Kotler, Phillip. (1997). *Marketing Management.*New Jersey: Prentice-Hall.