



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร จากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในจังหวัดสุพรรณบุรี*

สาริศา ทิตยวงษ์** และ จันทนา แสนสุข***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ 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 ผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนการส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ไม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มอ้างอิง

* ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

** นักศึกษาปริญญาโท

*** อาจารย์สาขาการจัดการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



Factors Influencing the Decisions in Purchasing Agricultural Chemical Products from Agricultural Chemicals Suppliers of Rice Farmers in Suphanburi Province*

Sarisa Tittayawong** and Jantana Sansook***

Abstract

The objectives of this research were to compare the decisions to purchase agricultural chemicals from agricultural chemicals suppliers of farmers categorized by demographic factors as well as to study the marketing mix factors and the reference group factors which affected the decisions to purchase agricultural chemicals from agricultural chemicals suppliers of rice farmers in Suphanburi Province. The tools used in this research were 395 sets of questionnaires for the samples. The statistics used were t-test and One-Way ANOVA as well as Multiple Regression Analysis and Simple Regression Analysis for the testing of hypothesis.

The results of the research demonstrated that different demographic factors which consisted of gender, educational level, period of occupation, quantity of farmland and manner of land possession did not affect the decisions to purchase agricultural chemicals. On the other hand, different factors in terms of age, number of cultivation cycles and income from cultivation per 1 cycle led to different decisions to purchase agricultural chemicals. As for the marketing mix factors which comprised product, price, channel of distribution and staff member affected the decisions to purchase agricultural chemicals. On the contrary, promotions, physical characteristics and service procedures had no effect on the decisions to purchase agricultural chemicals. Moreover, it was discovered that the reference group factors had an influence on the decisions to purchase agricultural chemicals.

Key words: The Decisions to Purchase Agricultural Chemicals; Marketing Mix;
Reference Group

* Part of Thesis for the Master Degree of Business Administrator Program, Suvarnabhumi Business School.

** Graduate Student.

*** Faculty Member, Master of Business Administrator Program, Suvarnabhumi Business School.



บทนำ

จากอดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ ประชากรส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ปลูกข้าว กันอย่างแพร่หลาย ทำให้การทำเกษตรของประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันดีในทั่วโลก โดยเฉพาะข้าวที่ปลูกในประเทศไทยเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี ขาว หอม และมีเมล็ดข้าวสารสุกนุ่ม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความโดดเด่น แต่กว่าที่ข้าวจะกลายเป็นข้าวสารที่ใช้ในการบริโภคนั้นต้องผ่านขั้นตอนมากมาย นับตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นจากเกษตรกรได้ลงแรงไถ หว่าน ปักดำ บำรุงรักษาจนต้นข้าวออกรวง เมื่อข้าวแก่ก็เก็บเกี่ยวจนกลายเป็นข้าวเปลือก (ฐิตารีย์ วงศ์มังกร, 2550) ปัจจุบันพบว่า การที่จะได้ข้าวเปลือกที่มีคุณภาพ ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้ข้าวเจริญเติบโตได้ดีและรวดเร็วยิ่งขึ้นคือ การใช้ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ เคมีภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการเพิ่มผลผลิต และเมื่อความต้องการเคมีภัณฑ์ของเกษตรกรมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจร้านขายเคมีภัณฑ์ก็มีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรจากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรจากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งสิ้น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสองพี่น้อง เมืองสุพรรณบุรี อุทอง เดิมบางนางบวช หนองหญ้าไซ บางปลาม้า ด่านช้าง ศรีประจันต์ สามชุก และดอนเจดีย์

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่มีข้อมูลของกลุ่มเกษตรกรที่ซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลเอกสารหนังสือทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและประเด็นหลักของเนื้อหาซึ่งได้ค่าเท่ากับ .97 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (สุรวิทย์ ศรีโกคาภิรมย์, 2546) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตามวิธีของครอนบาค โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละด้านมากกว่า .70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553)

เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2557 โดยแจกแบบสอบถามให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีโดยตรง เมื่อเกษตรกรซื้อสินค้าจากร้านขายเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร จากนั้นเมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่ต้องการตรวจสอบ และนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสและบันทึกผล



ในคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย T-test, One way ANOVA, Simple Regression Analysis และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยอายุ จำนวนรอบในการเพาะปลูก รายได้จากการเพาะปลูกต่อ 1 รอบ การเพาะปลูก ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ จำนวนพื้นที่เพาะปลูก ลักษณะการถือครองพื้นที่เพาะปลูก ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรพบว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ประกอบด้วย บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมอาชีพ เจ้าหน้าที่การเกษตร และคนส่วนใหญ่ในชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ จำนวนพื้นที่เพาะปลูก และลักษณะการถือครองพื้นที่เพาะปลูก ของเกษตรกรต่างกัน

จะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการประกอบอาชีพทำนาของเกษตรกรส่วนใหญ่ จะคล้ายคลึงกัน และมีลักษณะไม่แตกต่างกัน โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะจบการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพื้นที่เพาะปลูกไม่มากนักและพื้นที่โดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เช่า ซึ่งลักษณะดังกล่าว ทำให้เกษตรกรที่มีเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ จำนวนพื้นที่เพาะปลูก และลักษณะการถือครองพื้นที่เพาะปลูกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับการศึกษาของธีรวัต นาจาย (2553) พบว่า เพศของเกษตรกรมีผลต่อทัศนคติต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน

อายุ จำนวนรอบในการเพาะปลูก และรายได้จากการเพาะปลูกต่อ 1 รอบการเพาะปลูก ของเกษตรกรต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

อายุ พบว่า เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความรอบคอบในการที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรให้ได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่างจากเกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่าซึ่งจะเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ตามความต้องการของตนเองสอดคล้องกับการศึกษาของธีรวัต นาจาย (2553) พบว่า อายุของเกษตรกรมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน

จำนวนรอบในการเพาะปลูก พบว่าเกษตรกรที่มีจำนวนรอบในการเพาะปลูกแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละรอบการเพาะปลูกจะมีฤดูกาลที่ต่างกัน ทำให้ความต้องการใช้เคมีภัณฑ์แตกต่างกันตามไปด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของพฤกษ์ ชวพันธ์ (2551) พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคหรือการตัดสินใจซื้อปุ๋ย



รายได้จากการเพาะปลูกต่อ 1 รอบการเพาะปลูก พบว่า เกษตรกรที่มีรายได้จากการเพาะปลูกแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน เนื่องจากรายได้จากการเพาะปลูกในแต่ละรอบการเพาะปลูกจะไม่เท่ากัน เมื่อเกษตรกรมีรายได้มาก เกษตรกรจะซื้อเคมีภัณฑ์มาก ในทางตรงกันข้ามเมื่อเกษตรกรมีรายได้จากการเพาะปลูกน้อยลง เกษตรกรก็จะซื้อเคมีภัณฑ์น้อยลงด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของธีรวัฒน์ นาคาย (2553) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากในสภาวะปัจจุบันตลาดสินค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรมีการแข่งขันที่สูงขึ้น และเป็นสิ่งจำเป็นในการปลูกข้าว ดังนั้นเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรจึงมีหลายประเภทให้เกษตรกรเลือก โดยแต่ละประเภทจะมีสมบัติที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เกษตรกรเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของตัวสินค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ต้องการเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพดี กล่าวคือ เกษตรกรจะเชื่อมั่นว่า เมื่อใช้เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพดีแล้ว จะส่งผลให้เกษตรกรได้ผลผลิตในราคาที่ดีและจำนวนตามต้องการ สอดคล้องกับการศึกษาของสิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้า) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย

ราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีความตระหนักถึงและให้ความสำคัญในการกำหนดราคาที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจร้านเคมีภัณฑ์ ทั้งในเรื่องของคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ราคาแตกต่างกันไป พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความคุ้มค่าของราคา โดยเกษตรกรต้องการที่จะได้รับสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เหมาะสมกับปริมาณ รวมไปถึงเหมาะสมเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นสอดคล้องกับการศึกษาของสิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงร้านค้าเคมีภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการเข้าถึงสินค้าได้รวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชน และมีพื้นที่ในการรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอจะทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรสอดคล้องกับการศึกษาของพลอยสุดา อร่ามรส (2555) พบว่า ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

พนักงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากพนักงานเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อสื่อสารแสวงหาลูกค้าเป้าหมาย เสนอขายสินค้าและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการรวมถึงวิธีการทักทายหรือต้อนรับลูกค้าของพนักงานก็ส่งผลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรด้วยเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอย่างมากและมีความพึงพอใจเมื่อพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเกษตรกรบางคนต้องการสินค้าที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับการเพาะปลูก แต่ไม่มี



ความรู้ในตัวสินค้าจึงมักจะต้องการคำแนะนำหรือคำปรึกษาจากพนักงานที่มีความรู้ในตัวสินค้านั้น ๆ ซึ่งพนักงานที่สามารถให้คำแนะนำแก่เกษตรกรได้เป็นอย่างดี จะส่งผลให้เกษตรกรเกิดความพึงพอใจและประทับใจเป็นอย่างมากสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐธิดา สรรธรรม (2556) พบว่า ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

การส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากในปัจจุบันร้านค้าเคมีภัณฑ์มีวิธีการส่งเสริมการตลาดที่คล้ายคลึงกัน เช่น มีส่วนลดเงินสด ของแถมคล้ายคลึงกันทุกร้าน จึงทำให้เกษตรกรไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพลอยสุดา อร่ามรส (2555) พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

ลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากเกษตรกรจะใช้ระยะเวลาในการซื้อสินค้าไม่นานนัก โดยส่วนใหญ่จะสั่งซื้อและสอบถามข้อมูลกับพนักงานทางด้านหน้าร้านหรือบริเวณที่จัดไว้สำหรับลูกค้าเท่านั้น โดยเกษตรกรจะไม่เข้าไปในบริเวณที่เก็บสินค้าเคมีภัณฑ์ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะถูกแยกออกไปและให้เข้าไปเฉพาะพนักงานของร้านจึงทำให้ด้านลักษณะทางกายภาพไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐธิดา สรรธรรม (2556) พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

กระบวนการให้บริการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากในปัจจุบันร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรมีขั้นตอนการให้บริการลูกค้าที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งการให้บริการของร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรจะมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนมากและใช้เวลาในการให้บริการไม่นานจึงทำ

ให้ด้านกระบวนการให้บริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐธิดา สรรธรรม (2556) พบว่า ด้านกระบวนการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง

ประกอบด้วย บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมอาชีพ เจ้าหน้าที่การเกษตร และคนส่วนใหญ่ในชุมชน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากในแต่ละรอบการเพาะปลูก จะมีการใช้เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่แตกต่างกัน เกษตรกรมักจะปรึกษากับบุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมอาชีพ หรือเจ้าหน้าที่การเกษตร ก่อนการซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามต้องการสอดคล้องกับการศึกษาของฐิตารีย์ วงศ์มังกร (2550) พบว่า สื่อหรือบุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นเพื่อนบ้านที่เคยใช้ รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ เพื่อให้เกษตรกรเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพและความมีชื่อเสียงของสินค้าในร้าน อีกทั้งเกษตรกรยังพิจารณาเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่มีหลากหลายประเภท เพราะฉะนั้นร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะมีสินค้าหลากหลายประเภทให้เกษตรกรได้เลือก

2. ราคา ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะให้ความสำคัญกับราคาของสินค้าเมื่อเทียบกับปริมาณและคุณภาพของสินค้า อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงระดับราคาของสินค้า



เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าจะทำให้เกษตรกรเกิดความลังเลในการเลือกซื้อเคมีภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้าน โดยควรที่จะตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเกษตรกรสามารถเดินทางไปร้านได้อย่างสะดวก มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจนและมีพื้นที่สำหรับจอดรถสำหรับเกษตรกรอย่างเพียงพอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด ถึงแม้ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดก็ตามแต่ในยุคของการแข่งขัน ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการสร้างกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่ ส่วนลดเมื่อเกษตรกรซื้อสินค้าด้วยเงินสด ของแถมเมื่อเกษตรกรซื้อสินค้าตามจำนวนที่กำหนด บัตรสะสมแต้มและชิงโชค รวมทั้งการแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อให้เกษตรกรทดลองนำไปใช้เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อของเกษตรกร

5. พนักงาน ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะมีการฝึกอบรมความรู้ในเรื่องทักษะให้พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าทุกตัวเพื่อสามารถอธิบายให้แก่เกษตรกรได้เมื่อเกษตรกรต้องการคำแนะนำหรือคำปรึกษา รวมถึงการฝึกให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการต้อนรับและบริการที่ดี เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกในการซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

6. ลักษณะทางกายภาพ ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรให้ความสำคัญเช่นเดียวกันควรมีป้ายบอกยี่ห้อหรือราคาของสินค้าให้ชัดเจน มีพื้นที่เพื่อให้เกษตรกรสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงมีแสงสว่างที่เพียงพอและมีอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้เกษตรกรเกิดความพึงพอใจ เมื่อเข้าไปเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

7. กระบวนการให้บริการ ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรมีการบริการที่รวดเร็ว มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกรหรือผู้มาใช้บริการ เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนาน ๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

8. ร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรที่จะสร้างความพึงพอใจต่อเกษตรกรหรือคนที่มาซื้อสินค้าภายในร้าน เพราะเกษตรกรหรือคนที่มาซื้อสินค้าจะสามารถเป็นกลุ่มอ้างอิงชักนำให้กับเกษตรกรรายอื่น ๆ มาซื้อสินค้าได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดใกล้เคียง

2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรอื่น เช่น เกษตรกรผู้ปลูกอ้อย เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด เป็นต้น

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เช่น ปัจจัยด้านการเมือง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.



- กนกวรรณ บุญอุบาล. (2552). พฤติกรรมการซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของชาวสวนผลไม้ในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ฐิตารีย์ วงศ์มังกร. (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปในการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐธิดา สระธรรม. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัททราเวลเอเจนซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธีรวิติ นาจาย. (2553). ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอบรบือ จังหวัดตาก. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พฤกษ์ ขวพันธ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรตำบลแม่ทะ อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- พลอยสุตา อร่ามรส. (2555). พฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วงศ์เดือน หุ่นทอง. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วราลี ฉัตรอัจฉริยะกุล. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ สุรัตน์ ฐานะกาญจน์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม. วารสาร Veridian, 6(3), 305-320.
- สาวิตรี เวศกาวิ. (2552). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสยามวิชาการ, 10(14), 87-93.
- สิริกานต์ จิรวัฒน์จำเริญ. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอมะทะ จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.