

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของ เกษตรกรตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

Factors Related to Decision-Making Behavior of Purchasing Chemical Fertilizer of Farmers in Kuan Luang Subdistrict, Nang Rong District, Buriram Province

จารุมาศ แสงสว่าง^{1*} และ กัญญารัตน์ มิ่งกระโทก²

สาขาวิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์¹

สาขาวิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์²

ติดต่อผู้เขียน: E-mail: Jarumas1705@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นจากกลุ่มเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square : χ^2) และหาระดับความสัมพันธ์โดยใช้ Cramer's V ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 51 ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการขาย และให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์พบว่า ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมีความสัมพันธ์สูงสุด และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์พบว่า ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีด้านยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อปุ๋ยเคมีที่มีความสัมพันธ์สูงสุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการตัดสินใจ เกษตรกรตำบลก้านเหลือง ปุ๋ยเคมี

Abstract

The objectives of this study we study the decision-making behavior of chemical fertilizer and factors affecting chemical fertilizer decision making. We used a probabilistic sampling method from the farmer living in Kanleng Subdistrict, Nang Rong District, Buriram Province. Data were collected by

400 questionnaires, correlation analyzed by Chi-square test and Cramer's V. The research found that Most of the respondents were male, older than 51 and above with primary education. The average monthly income is less than 10,000 Baht, and most of them have a single house. The decision of purchasing chemical fertilizer farmers emphasized the most importance of the product

The results of the hypothesis test showed that 1) the decision to purchase chemical fertilizer was related to personal factors at 0.05 level of significance, the most relation between the level of education and people who are involved in decision making. And 2) the decision to purchase chemical fertilizer was related to marketing mix at 0.05 level of significance, the most relation between distribution channels and purchasing decision behavior of chemical fertilizers Brand fertilizer

Keywords: Decision-Making Behavior, farmer in Kanleng Subdistrict, Chemical Fertilizer

บทนำ

การเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรยังคงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้สูงขึ้น แม้ว่าในปัจจุบันเกษตรกรมีการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกยี่ห้อปุ๋ยเคมี ร้านค้าที่จัดจำหน่าย ราคา หรือปริมาณที่ต้องการซื้อ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรยังมีปริมาณที่ค่อนข้างต่ำ ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ส่วนใหญ่สภาพเป็นดินร่วนปนทราย อากาศร้อนแห้ง ปริมาณน้ำฝนน้อยถึงปานกลาง และพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำนาและการเกษตรอ้อย การเกษตรมัน ส่งผลให้การทำเกษตรพืชไร่กลายเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรในทุกหมู่บ้าน (สำนักงาน อบต. ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์, 2560) โดยพื้นที่ในตำบลก้านเหลืองมีทั้งหมด 21,414 ไร่ ซึ่งแบ่งเป็นพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 80 ของจำกัดของการทำเกษตร ส่วนใหญ่เกิดการขาดแคลนน้ำ และดินที่เพราะปลูกมีความแห้งแล้งทั้งยามฤดูฝนและฤดูร้อน ทำให้ได้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร จากปัญหาผลผลิตที่น้อยกว่าความต้องการของเกษตรกรทำให้เกษตรกรหันมาเร่งผลผลิตโดยใช้ปุ๋ยเคมีเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร แต่เนื่องจากในปัจจุบันเกษตรกรมีปุ๋ยเคมีให้เลือกซื้อหลากหลายทั้งคุณสมบัติ ยี่ห้อ ราคา และร้านค้าที่จัดจำหน่าย จากความหลากหลายเหล่านี้หากเกษตรกรไม่เลือกปุ๋ยเคมีที่มีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของตน อาจส่งผลทำให้การเร่งผลผลิตโดยใช้ปุ๋ยเคมีไม่ทำให้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นตามความต้องการของเกษตรกร

สิวฤทธิ์ และ สุรัตน์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดปุ๋ยเคมีในประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อปุ๋ยตรา Binh Diên มากที่สุด และพบว่าผู้บริโภคไม่มีความจงรักภักดีในตราสินค้า โดยผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากคุณภาพของปุ๋ยเคมี ส่วนใหญ่ซื้อปุ๋ยครั้งละ 6-19 กระสอบ และผู้บริโภคเกือบครึ่งซื้อปุ๋ยเคมี 3-4 เดือน/ครั้ง และส่วนใหญ่จะซื้อก่อนฤดูทำการเกษตร โดยซื้อจากร้านค้าปลีก โดยในการตัดสินใจซื้อตัวผู้บริโภคคือผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ทั้งนี้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการเดินทางไปซื้อปุ๋ยเคมีในระยะทางที่น้อยกว่า 5 กิโลเมตร โดยปัจจัยที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี 5 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ความกว้างขวางของร้านค้า บริการจัดส่งถึงบ้าน สถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน และคุณภาพของปุ๋ยกับผลผลิตที่ได้รับ ตามลำดับ และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีเพียงการให้ความสำคัญ

กับผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับตราสินค้าที่เลือกใช้ เฉพาะผู้บริโภคที่เลือกใช้ปุ๋ยเคมีของ Nkac ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ และพบว่า เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และการประกอบอาชีพเสริมของผู้บริโภคชาวเวียดนามมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน อิทธิธรรม และคณะ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในอำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า สถานภาพส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีในนาข้าวของเกษตรกรครบทุกประเด็น ได้แก่ อายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก เพศ ระดับการศึกษา และการเข้ารับการอบรมเรื่องการใช้ปุ๋ย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โชติญา (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี หาระดับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร ด้านพนักงาน สูงที่สุด และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ในระดับสูง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่าเกษตรกรได้ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีไม่ว่าจะเป็นการปลูกข้าว หรือไร่สวนต่าง ๆ เพื่อช่วยในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และจากการศึกษางานวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยทางการตลาดเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตร จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชุมชนตำบลบ้านเหลียง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อทราบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร และได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์สำหรับสถานประกอบการเพื่อนำไปปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็นเกษตรกรมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

1. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นที บุญพรหมณ์ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหาการเลือกซื้อ หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งเป็นเหตุผลที่จำเป็นในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความ ต้องการสินค้าและบริการ ประกอบด้วย 4 ประการ หรือ 4Ps ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น ของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ผลิตภัณฑ์จึงเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งแลกเปลี่ยนที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้สินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน

3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบสถานที่และกิจกรรม ใช้เพื่อ เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสินค้าหรือ บริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ

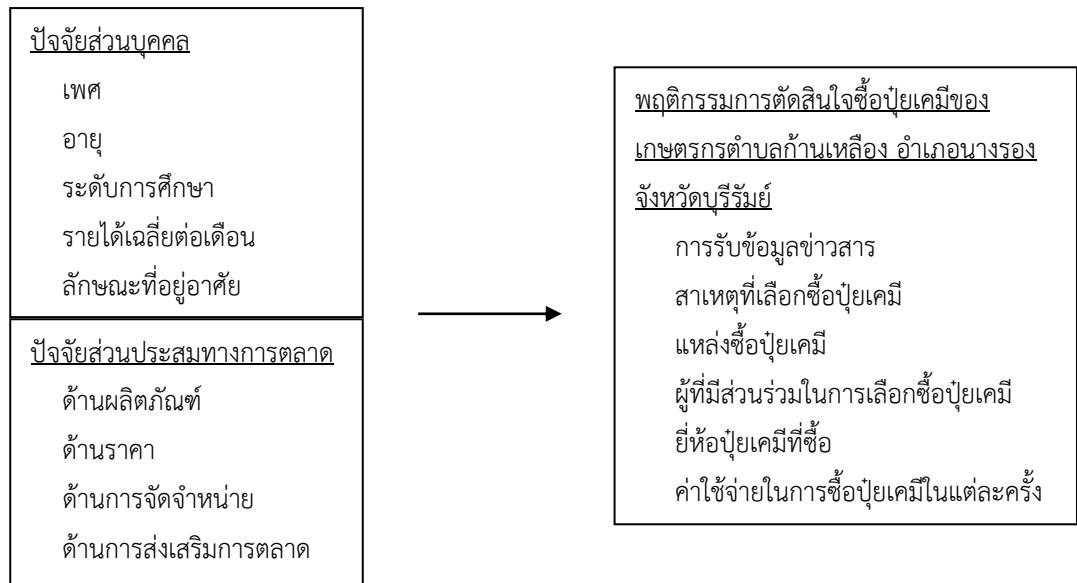
ศิวฤทธิ์ และ สุรัตน์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศ เวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม และปัจจัยที่ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ การตลาดปุ๋ยเคมีในประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อปุ๋ยตรา Binh Diên มากที่สุด และพบว่าผู้บริโภค ไม่มีความจงรักภักดีในตราสินค้า โดยผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากคุณภาพของปุ๋ยเคมี ส่วนใหญ่ซื้อปุ๋ยครั้งละ 6- 19 กระสอบ และผู้บริโภคเกือบครึ่งซื้อปุ๋ยเคมี 3-4 เดือน/ครั้ง และส่วนใหญ่จะซื้อก่อนฤดูการทำนาเกษตร โดยซื้อจาก ร้านค้าปลีก โดยในการตัดสินใจซื้อตัวผู้บริโภคคือผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ทั้งนี้ผู้บริโภคต้องการความ สะดวกในการเดินทางไปซื้อปุ๋ยเคมีในระยะทางที่น้อยกว่า 5 กิโลเมตร โดยปัจจัยที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี 5 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ความกว้างขวางของร้านค้า บริการจัดส่งถึงบ้าน สถานที่จำหน่ายใกล้ บ้าน และคุณภาพของปุ๋ยกับผลผลิตที่ได้รับ ตามลำดับ และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีเพียงการให้ความสำคัญ กับผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับตราสินค้าที่เลือกใช้ เฉพาะผู้บริโภคที่เลือกใช้ปุ๋ยเคมีของ Nkac ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ และพบว่า เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และการประกอบ อาชีพเสริมของผู้บริโภคชาวเวียดนามมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ธวัชธรรม และคณะ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรใน อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ระดับความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด นอกจากนั้นยังพบว่า สถานภาพส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีในนาข้าวของเกษตรกรครบทุกประเด็น ได้แก่ อายุ ขนาดพื้นที่ เพาะปลูก เพศ ระดับการศึกษา และการเข้ารับการอบรมเรื่องการใช้ปุ๋ย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โชติญา (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้าน การเกษตรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี หาระดับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตร ด้านพนักงาน สูงที่สุด และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูง

2. กรอบแนวคิดของการศึกษา



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่เขตตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ทั้งหมด 10 หมู่บ้าน จำนวนประชากรทั้งหมด 4,872 คน

1.2 กำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวนไม่น้อยกว่า 370 คน โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาทั้งหมด 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบที่ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ มาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ น้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ การรับข้อมูลข่าวสาร สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ และค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมีในแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพเครื่องมือหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) หากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 จะถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มที่ไม่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ได้ผลดังนี้

ด้านผลิตภัณธ์	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ	0.795
ด้านราคา	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ	0.820
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ	0.762
ด้านการส่งเสริมการขาย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ	0.767

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของระดับความสำคัญ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

4.3 วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ผู้วิจัยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square : χ^2) และหาระดับความสัมพันธ์โดยใช้ Cramer's V

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 มีอายุมากกว่า 51 ขึ้นไป จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) จำนวน 355 คนคิดเป็นร้อยละ

88.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3

2. ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินลักษณะของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.73 โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.78 รองลงมาคือด้านส่งเสริมการขาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.75 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.62 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.65 แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	0.78	มาก
ด้านราคา	3.02	0.75	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.62	0.65	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.71	0.75	มาก
รวม	3.32	0.73	ปานกลาง

3. ผลวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการตลาดตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปุ๋ยเคมีจากโทรทัศน์มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 สาเหตุหลักที่ตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อใช้ในการช่วยเร่งการเจริญเติบโตของข้าว/พืชไร่ มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีส่วนใหญ่เป็นตัวแทนเกษตรกรเองมีจำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ส่วนมากเลือกซื้อปุ๋ยเคมียี่ห้อตรากระต่าย มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อปุ๋ยเคมียี่ห้อดังกล่าวเนื่องจากคุณภาพของสินค้า มีจำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 และค่าใช้จ่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อปุ๋ยแต่ละครั้งคือ ต่ำกว่า 5,001 บาท มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3

4. ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี

ในส่วนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี					
	การรับข้อมูลข่าวสาร	สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี	ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ	แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี	ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ	ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี
เพศ	6.687	1.920	7.079*	8.460*	12.029*	8.311

	(-)	(-)	(0.133)	(0.145)	(0.173)	(-)
อายุ	15.557	48.086*	25.433*	16.638*	46.832*	29.066
	(-)	(0.245)	(0.178)	(0.144)	(0.171)	(-)
ระดับการศึกษา	14.211	49.974*	68.990*	11.804	24.588	21.953
	(-)	(0.250)	(0.294)	(-)	(-)	(-)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50.497*	36.395*	22.245*	9.348	29.423*	86.790*
	(0.205)	(0.213)	(0.167)	(-)	(0.157)	(0.269)
ลักษณะที่อยู่อาศัย	16.342*	6.839*	10.104*	4.178	16.699*	6.651
	(0.202)	(0.131)	(0.159)	(-)	(0.204)	(-)

หมายเหตุ 1. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ตัวเลขในตาราง คือ ค่าไควสแควร์ (ค่าระดับความสัมพันธ์)

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ดังนี้
 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี โดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย
 ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี และผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ ตามลำดับ

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย
 ได้แก่ สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี และยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ตามลำดับ

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มาก
 ไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ และสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์
 มากไปหาน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี การรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือก
 ซื้อ และยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ตามลำดับ

ลักษณะที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์
 มากไปหาน้อย ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ การรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ และสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี
 ตามลำดับ

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี

ปัจจัยทางการตลาด	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี					
	การรับข้อมูล ข่าวสาร	สาเหตุที่เลือก ซื้อปุ๋ยเคมี	ผู้ที่มีส่วนร่วม ในการเลือกซื้อ	แหล่งซื้อ ปุ๋ยเคมี	ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ ซื้อ	ค่าใช้จ่ายใน การซื้อปุ๋ยเคมี
ด้านผลิตภัณฑ์	30.920*	6.728	19.749*	0.645	15.515	10.052
	(0.179)	(-)	(0.157)	(-)	(-)	(-)
ด้านราคา	91.420*	8.869	11.484	12.976	50.652	30.854
	(0.239)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	18.300*	4.489	3.313	7.775	36.622*	20.665*
	(0.151)	(-)	(-)	(-)	(0.214)	(0.161)
ด้านการส่งเสริมการ ขาย	15.152	12.169*	2.418	3.811	5.223	14.293
	(-)	(0.123)	(-)	(-)	(-)	(-)

หมายเหตุ 1. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ตัวเลขในตาราง คือ ค่าไควสแควร์ (ค่าระดับความสัมพันธ์)

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ การรับข้อมูลข่าวสาร และผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ ตามลำดับ

ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านการรับข้อมูลข่าวสาร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี และการรับข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี

การอภิปรายผล

ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำนาและการเกษตรอ้อย การเกษตรมัน ส่งผลให้การทำเกษตรพืชไร่กลายเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรในทุกหมู่บ้าน (สำนักงาน อบต. ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์, 2560) และเนื่องจากสภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำจึงต้องมีการใช้ปุ๋ยสำหรับบำรุงดิน จากการศึกษาพบว่า มี 2 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี คือ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร และ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเหตุผลหลัก คือ เพื่อช่วยเร่งการเจริญเติบโตของข้าว/พืชไร่ และให้ความสำคัญมากที่สุดคือ คุณภาพของปุ๋ยเคมี ประกอบกับเกษตรกรรู้จักวิธีใช้ปุ๋ยเคมีเป็นอย่างดีแล้ว จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรให้ความสำคัญในด้านคุณภาพเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า เกษตรกรมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยในแต่ละครั้ง ครั้งละไม่เกิน 5,000 บาท ซึ่งเพียงพอต่อการใช้ปุ๋ยสำหรับบำรุงดินในแต่ละครั้ง นั้นหมายความว่า เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการใช้ปุ๋ยเคมีได้อย่างเพียงพอ และจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีธรรม และคณะ (2557) ที่เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก แต่ในงานวิจัยของ ศิวฤทธิ์ และ สุรัตน์ (2556)

เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมาเป็นอันดับแรกซึ่งในงานของผู้วิจัยเองเกษตรกรให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย อาจเนื่องจากการจัดจำหน่ายในพื้นที่ที่ผู้วิจัยเลือกศึกษามีช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างหลากหลายเกษตรกรจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านนี้มากนัก

บทสรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square : χ^2)

และหารระดับความสัมพันธ์โดยใช้ Cramer's V ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 51 ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว โดยให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือด้านส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปุ๋ยเคมีจากโทรทัศน์ สาเหตุที่ซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อใช้ในการช่วยเร่งการเจริญเติบโตของข้าว/พืชไร่ โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีด้วยตัวเอง ส่วนมากเกษตรกรในพื้นที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมียี่ห้อตรากระต่าย เนื่องจากคุณภาพของสินค้า และค่าใช้จ่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อปุ๋ยแต่ละครั้งคือ ต่ำกว่า 5,001 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ตำบลก้านเหลือง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี โดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี และผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อตามลำดับ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ แหล่งซื้อปุ๋ยเคมี และยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ตามลำดับ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ และสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี การรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ และยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ตามลำดับ ลักษณะที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ การรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ และสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ การรับข้อมูลข่าวสาร และผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ ตามลำดับ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านการรับข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์มากไปหาน้อย ได้แก่ ยี่ห้อปุ๋ยเคมีที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมี และการรับข้อมูลข่าวสารตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2553). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 18).

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โชติญา คูประชามิตร. (2557). ความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตด้านการเกษตรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี. ปีที่ 6. ฉบับที่ 3. หน้า 155-162

ฉัตรธรรม และคณะ. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกร ในอำเภออาจสามารถ

จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารเกษตรพระวรุณ. ปีที่ 11. ฉบับที่ 1. หน้า 55-64

นที บุญพรหมณ์. (2546). การวิเคราะห์พฤติกรรมของพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.

ศิวฤทธิ์ และ สุรัตน์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม.

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 6. ฉบับที่ 3. หน้า 305-320

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.