

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

Factors Influencing Farmers' Decision-making in Purchasing Fertilizer

in Mueang District, Loei Province

พรรณธวรรณ บุตรดีสุวรรณ¹ วิลัยพร ยาชามป้อม¹Pantawan Butdeesuan¹ Vilaiporn Yakampom¹

Corresponding Author's Email: pantawan.but@gmail.com

(Received: May 2, 2024; Revised: August 20, 2024; Accepted: September 12, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเพื่อนำไปใช้กับพืชทุกชนิดที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำนวน 392 ราย โดยการกำหนดขนาดโดยใช้สูตร Yamane ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling method) ซึ่งประกอบด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสถิติ t-test และ F-test (One-way ANOVA) ตามวิธีของ LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านราคา ตามลำดับ 2) เกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการเพาะปลูก แตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อปุ๋ย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเกษตรกร ที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อปี และขนาดพื้นที่เพาะปลูก พบว่า ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ ปุ๋ย เกษตรกร

Abstract

The research on factors affecting farmers' fertilizer purchasing decisions in Mueang Loei District, Loei Province was a quantitative research methodology. The objectives were: 1) To study the marketing mix factors affecting farmers' fertilizer purchasing decisions in Mueang Loei District, Loei Province; and 2) To compare the factors affecting farmers' fertilizer purchasing decisions in Mueang Loei District, Loei Province, classified by gender, age, education level, average annual income, cultivation experience, and size of the cultivation area. The sample group in this study was 392 farmers who purchased fertilizer for use with all types of plants living in Mueang Loei District, Loei Province. The size was determined using the Yamane formula and the multi-stage sampling method, which consisted of basic statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics were tested by T-test and F-test (One-way ANOVA) according to the LSD method.

The results of the research found that: 1) The overall marketing mix factors were at a high level. When considering each aspect, the aspect with the highest mean was product and promotion, followed by physical characteristics and process. In terms of distribution channels, employees, and price, respectively; and 2) Farmers in Muang District, Loei

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturers, Department of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

Province with different ages, education levels, and cultivation experiences have different factors in deciding to buy fertilizers, with statistical significance at the .05 level. As for farmers with different genders, average annual income, and size of cultivation areas, there were no differences.

Keywords: purchasing decision, fertilizer, farmers

ความเป็นมาของปัญหา

ภาคการเกษตรนับว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก จากข้อมูลการทำสำมะโนการเกษตรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนประชากรในภาคเกษตรมากถึง 25 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งรองรับแรงงานที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ทั้งนี้ภาคเกษตรยังสามารถสร้างรายได้ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศประมาณร้อยละ 9 ของ GDP โดยมีผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา อ้อย มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน ที่เป็นสินค้าเกษตรและมีมูลค่าการส่งออกรวมกันคิดเป็นร้อยละ 80 ของ GDP ภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าวและยางพาราที่ประเทศไทยเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกสูงสุดเป็นอันดับต้นๆ ของโลก นอกจากนี้เมื่อปี 2563 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นผู้ผลิตและส่งออกอาหารในอันดับที่ 11 ของโลก ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการของภาครัฐที่ต้องการพัฒนาและส่งเสริมให้สินค้าเกษตร และอาหารของไทยให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ภายใต้นโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก (Kitchen of the World)” (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

ถึงแม้ว่าผลผลิตทางการเกษตรเป็นสินค้าเพื่อบริโภคทั้งภายในประเทศและส่งออกในระดับโลก ผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรภายในประเทศต่อไร่ยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น น้ำท่วม ความแห้งแล้ง หรือแม้แต่สภาพดินที่จำเป็นต้องใช้ปุ๋ยในการบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิต ปุ๋ยจึงเป็นระบบย่อยปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) ปุ๋ยเคมี หรือปุ๋ยวิทยาศาสตร์ (Chemical fertilizer) หมายถึงปุ๋ยที่ผลิตจากสารอินทรีย์สังเคราะห์ด้วยกระบวนการทางเคมี โดยแยกย่อยเป็นปุ๋ยเชิงเดี่ยว (แม่ปุ๋ย) ซึ่งจะมีธาตุอาหารเพียงธาตุเดียวและปุ๋ยผสมซึ่งได้จากการนำปุ๋ยเชิงเดี่ยวมาผสมกันเพื่อให้ได้ธาตุอาหารตามที่ต้องการ เช่น ไนโตรเจน(N) ฟอสฟอรัส(P) และโพแทสเซียม(K) 2) ปุ๋ยอินทรีย์ (Organic fertilizer) ผลิตจากสิ่งมีชีวิตทั้งซากพืชซากสัตว์หรือมูลสัตว์ด้วยกระบวนการทางธรรมชาติ เช่น การหมักโดยปุ๋ยอินทรีย์ยังสามารถแบ่งย่อยได้เป็นปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอกและปุ๋ยพืชสด 3) ปุ๋ยชีวภาพ (Bio fertilizer) คือปุ๋ยที่ประกอบด้วยจุลินทรีย์ที่ยังมีชีวิต เมื่อนำใส่ลงในดินจุลินทรีย์เหล่านั้นจะทำหน้าที่ย่อยสลายอินทรีย์วัตถุในดินเปลี่ยนเป็นธาตุอาหารที่พืชสามารถดูดซึมไปใช้ในการเจริญเติบโตได้ (พรพนธวรรณ บุตรดีสุวรรณ, 2566) ดังนั้นผลผลิตทางการเกษตรยังคงต้องใช้ปุ๋ยประเภทต่างๆ ดังกล่าวเพื่อการผลิตให้ได้ตามความต้องการของตลาด

จังหวัดเลยมีเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตรจำนวน 2,554,818 ไร่ เนื้อที่ส่วนใหญ่ของพื้นที่จังหวัดทั้งหมดเป็นเนื้อที่ปลูกพืชไร่ 1,039,494 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาเป็นพื้นที่ปลูกไม้ยืนต้นคิดเป็นร้อยละ 32.1 พื้นที่ทำนาคิดเป็นร้อยละ 16.8 พื้นที่ปลูกไม้ผล คิดเป็นร้อยละ 7.9 พื้นที่ปลูกผักและไม้ดอกไม้ประดับ คิดเป็นร้อยละ 1.4 พื้นที่ปลูกข้าวนาปรังและพืชฤดูแล้ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย, 2562)

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เนื่องจากท่ามกลางสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันร้านขายปัจจัยการผลิตทางการเกษตรในจังหวัดเลย จากข้อมูล (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 3 จังหวัดอุดรธานี, 2566) รายงานภาวะเศรษฐกิจเกษตรจังหวัดเลยปี พ.ศ. 2566 - 2567 ไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) ส่งผลให้อุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน ฝนทิ้งช่วง เกิดภาวะภัยแล้ง และความรุนแรงของการเกิดพายุ ฝนตกหนักใน บางพื้นที่สถานการณ์การระบาดของโรคใบด่างและเพลี้ยแป้ง มันสำปะหลังส่งผลกระทบต่อผลผลิตในภาพรวม สถานการณ์อุทกภัย (น้ำท่วม) ส่งผลให้พื้นที่การเกษตรเสียหายมากกว่า 2,000 ไร่ ทางออกของเกษตรกรส่วนใหญ่จึงต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตที่สำคัญคือปุ๋ยชนิดต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิต

ให้มากขึ้น รวมถึงการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพที่ดี การนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการพร้อมกับให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและส่งผลต่อความภักดีกับร้าน รวมถึงการบอกต่อซึ่งเป็นการขยายตลาดในอนาคต ผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของร้านเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมกับลูกค้าเกษตรกรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ที่ซื้อปุ๋ยเพื่อนำไปใช้กับพืชทุกชนิด จำนวน 18,379 คน (สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย, 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเพื่อนำไปใช้กับพืชทุกชนิดที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้คลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 คน แล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling method) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 ตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 1 อำเภอเมืองเลยมี 14 ตำบล ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนเกษตรกรในแต่ละตำบล ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละตำบล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำแนกตามตำบลในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

ตำบล	ประชากร	สัดส่วน (%)	จำนวนตัวอย่าง
กุดป่อง	88	0.48	2
เมือง	1,003	5.46	21
นาอ้อ	1,035	5.64	22
กกตู	1,736	9.45	37
น้ำหมาน	735	3.99	15
เสี้ยว	820	4.46	18
นาอาน	1,326	7.22	28
นาโป่ง	1,915	10.42	42
นาดินดำ	2,660	14.47	57
น้ำสวญ	2,175	11.83	46
ชัยพฤกษ์	1,414	7.69	30
นาแหม	1,369	7.45	29
ศรีสองรัก	1,497	8.15	32
กกทอง	606	3.29	13
รวม	18,379	100	392

ที่มา: สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย (2566)

2. ตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการกำหนดรายละเอียดโครงสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา รวมถึงกำหนดข้อคำถามที่ง่ายต่อความเข้าใจและมีความชัดเจน โดยกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 6 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเพาะปลูกและขนาดพื้นที่เพาะปลูก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ใช้มาตราการประเมินตัววัดของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) โดยใช้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าบางอย่างทำให้เกิดการตัดสินใจ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2562) และกรอบแนวคิด Kotler (2004) เป็นส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร ในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

3. ขั้นตอนการ 3 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดด้านเนื้อหา วัตถุประสงค์ของการวิจัยและหลักการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.2 นิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรให้ครอบคลุมแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด

3.4 ดำเนินการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Objective: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00

3.5 ดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (ธำนิษฐา ศิลปจักร, 2552) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83

3.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจนเป็นที่พอใจและเชื่อมั่นได้ว่ามีความครอบคลุมแล้ว ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่จะทำการศึกษา

4. ขั้นตอนการ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยเก็บข้อมูลจำนวน 3 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในตำบลต่างๆ ทั้ง 14 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลกุดป่อง ตำบลเมือง ตำบลนาอ้อ ตำบลกกตู ตำบลน้ำหมาน ตำบลเลี้ยว ตำบลนาอาน ตำบลนาโป่ง ตำบลนาดินดำ ตำบลน้ำสวย ตำบลชัยพฤกษ์ ตำบลนาแหม ตำบลศรีสองรัก และตำบลกกทอง

5. ขั้นตอนการ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สำหรับสถิติเชิงพรรณนาที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ตัวแปรสถานภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสิทธิภาพการในการเพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ค่าเฉลี่ย (Average) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เนื้อหาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

โดยมีเกณฑ์การให้ความหมายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย สำหรับเกณฑ์การตัดสินใจผลการวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิตตามเกณฑ์จุดกลาง (Midpoint) ของส่วนระดับคะแนน (Class interval) ดังนี้โดยนำค่าเฉลี่ยมาแปลค่าตามเกณฑ์การประเมินในแต่ละระดับชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มใช้การทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test: Independent) โดยทดสอบสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสิทธิภาพในการเพาะปลูกและขนาดของพื้นที่สำหรับการเพาะปลูก โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way-ANOVA) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากพบว่ามีความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย มีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร ในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย มีดังนี้

1.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 51.79 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายได้เฉลี่ยต่อน้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ประสิทธิภาพในการเพาะปลูกมีประสิทธิภาพ 1 - 5 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ขนาดพื้นที่เพาะปลูก มีขนาดพื้นที่ 5 - 10 ไร่ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ย ของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	1.19	มาก
2. ด้านราคา	3.60	1.17	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ ของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.62	1.17	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	1.19	มาก
5. ด้านพนักงาน	3.61	1.16	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.65	1.22	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.63	1.18	มาก
รวม	3.63	1.18	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D.= 1.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 1.19) รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.65$, S.D.= 1.22) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.63$, S.D.= 1.18) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.62$, S.D.= 1.17) ด้านพนักงาน ($\bar{X} = 3.61$, S.D.= 1.16) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 1.17) ซึ่งจากการศึกษามีข้อค้นพบในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ เช่น ขนาดที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ วัสดุผลิตภัณฑ์มีความทนารับน้ำหนักปุ๋ยได้ดี ไม่ขาด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพบอกส่วนผสมอย่างชัดเจนและเป็นไปตามมาตรฐาน

ด้านราคา พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลผลิตที่ได้รับ รองลงมา คือ ราคาผลิตภัณฑ์ลูกค้าสามารถเอื้อมถึงได้ ไม่แพงเกินไป และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือราคาผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าร้านตัวแทนจำหน่ายรายอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร รองลงมาคือ มีร้านตัวแทนจำหน่ายมากพอที่ทำให้มีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ร้านอยู่ใกล้บ้าน ง่ายและสะดวกต่อการซื้อและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ร้านมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ตามลูกค้าต้องการ เช่น สวนยาง ไร่ อ้อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายประชาสัมพันธ์ภายในร้านและหน้าร้านสามารถทำให้เห็นได้ง่าย รองลงมา คือ ร้านมีการส่งเสริมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น แจกสื่อและอื่นๆ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ร้านมีการให้ส่วนลดจากการซื้อผลิตภัณฑ์ในจำนวนมาก

ด้านพนักงาน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานสามารถแนะนำการใช้สินค้าได้อย่างครบถ้วน รองลงมา คือ พนักงานกระตือรือร้น เต็มใจในการบริการลูกค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสมกับสถานที่ในการทำงาน

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริเวณทางเข้าร้านสะอาดโล่ง และสะดวก รองลงมา คือ ร้านมีบริเวณเพียงพอที่จะนำรถเข้าไปรับสินค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ จุดบริการหรือร้านจำหน่ายสามารถหาได้ง่าย

ด้านกระบวนการ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทางร้านมีการจัดส่งสินค้าไปถึงจุดหมายได้เป็นอย่างดี เช่น สินค้าไม่เสียหายระหว่างขนส่ง รองลงมา คือ พนักงานมีการติดตามบริการหลังการขายสินค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กระบวนการบริการข้อมูลลูกค้าเป็นแบบเบ็ดเสร็จ เช่น ลูกค้าไม่ต้องไปสอบถามหรือเปรียบเทียบสินค้าจากร้านอื่น

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ดังตารางที่ 3 – 6

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสถานภาพส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวม

สถานภาพส่วนบุคคล	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ค่าสถิติ	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	0.84	ไม่แตกต่าง
อายุ	One-way-ANOVA	6.45*	แตกต่าง
ระดับการศึกษา	One-way-ANOVA	5.60*	แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อปี	One-way-ANOVA	1.13	ไม่แตกต่าง
ประสบการณ์ในการเพาะปลูก	One-way-ANOVA	5.28*	แตกต่าง
ขนาดพื้นที่เพาะปลูก	One-way-ANOVA	1.10	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มใช้การทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน โดยทดสอบสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มได้แก่ สถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และด้านประสบการณ์ในการเพาะปลูก โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงต้องมีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4 - 6 ส่วนสถานภาพส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี และด้านขนาดพื้นที่เพาะปลูก พบว่า ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขต อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
		3.98	3.50	3.55	3.50
น้อยกว่า 30 ปี	3.98	-	0.48*	0.43*	0.49*
31 – 40 ปี	3.50	-	-	-0.05	0.01
41 – 50 ปี	3.55	-	-	-	0.05
มากกว่า 50 ปี	3.50	-	-	-	-

จากตารางที่ 4 พบว่า เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขต อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกับเกษตรกรที่มีอายุ 31 - 40 ปี เกษตรกรที่มีอายุ 41 - 50 ปี และ เกษตรกรที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายค่าเฉลี่ยความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับประถมศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ระดับปริญญาตรี	ระดับสูงกว่าปริญญาตรี
		3.49	3.55	3.64	4.06	3.42
ระดับประถมศึกษา	3.49	-	-0.05	-0.15	-0.56*	0.07
ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	3.55	-	-	-0.10	-0.51*	0.13
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.64	-	-	-	-0.41*	0.22
ระดับปริญญาตรี	4.06	-	-	-	-	0.64*
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	3.42	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 5 พบว่า เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เกษตรกรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกับเกษตรกรผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายค่าเฉลี่ยความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามประสบการณ์ในการเพาะปลูก โดยภาพรวม

ประสบการณ์ในการเพาะปลูก	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 11 ปี
		3.79	3.62	3.59	3.45
น้อยกว่า 1 ปี	3.79	-	0.31*	0.36*	0.54*
1-5 ปี	3.62	-	-	-0.13	0.18
6-10 ปี	3.59	-	-	-	0.23
มากกว่า 11 ปี	3.45	-	-	-	-

จากตารางที่ 6 พบว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกต่างกันมีความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกับเกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูก 1 - 5 ปี 6 - 10 ปี และมากกว่า 11 ปี

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านราคา อภิปรายผลตามค่าน้ำหนัก ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายให้เลือกซื้อ ซึ่งความหลากหลายประกอบด้วย จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีหลายยี่ห้อ ขนาดน้ำหนักเหมาะสมกับการเคลื่อนย้าย งบประมาณผลิตภัณฑ์มีความหนา ทนทาน ไม่ขาดง่าย สามารถรองรับน้ำหนักปุ๋ยได้เป็นอย่างดี เกษตรกรมองว่าบรรจุภัณฑ์หรือกระสอบปุ๋ยสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ต่างๆ หลังจากใช้ปุ๋ย

หมดแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัตตะ พินิจไพฑูรย์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของ เกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่า สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบและมีความ ครบถ้วนของสินค้าตามที่ต้องการ

1.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เกษตรกรเห็นป้ายประชาสัมพันธ์ภายในร้านและหน้าร้านที่ชัดเจน ง่ายต่อการมองเห็น และร้านค้ามีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องในวันสำคัญๆ ในรอบปีปฏิทิน เช่นการแจกเชื้อ แจกคู่มือเชิงโรค และอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารวีณ์ ไรจนวิธาน และ จักริน วชิรเมธิน (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในเขตอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลจากการวิจัย พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญกับการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอและทันสมัย เช่น ป้ายไวนิล เว็บเพจ และมีการกระตุ้นการซื้อด้วยการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดลูกค้า และมีกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม เช่น ส่งคู่มือเชิงโรค การสะสมแต้มต่างๆ

1.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า บริเวณทางเข้าร้านสะอาด โล่งและสะดวก ร้านมีบริเวณเพียงพอที่จะนำรถเข้าไปรับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler (1997) กล่าวไว้ว่า 3 P's ที่เพิ่มเข้ามาเป็นตัวแปรที่อยู่ข้างหลัง ได้แก่ คน หลักฐานทางกายภาพ กระบวนการ เป็นตัวแปรที่ควบคุมเครื่องมือทางการตลาด ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะกับทางธุรกิจบริการ การสร้างภาพลักษณ์ให้เจ้จางและตรงกับกลุ่มผู้บริโภค นับตั้งแต่สถานที่ตั้ง อาคาร เครื่องมือ แบบฟอร์มต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามองว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นในลักษณะใด ดังนั้นอาจเป็นเพราะเจ้าของร้านมองว่าลักษณะทางกายภาพเป็นการบริการอย่างหนึ่งของเจ้าของร้าน ที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้จากการสัมผัสโดยการมองเห็นจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งผลให้เกษตรกรตัดสินใจเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ภายในร้าน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าหรือบริการอยู่

1.4 ด้านกระบวนการ พบว่า ทางร้านมีการจัดส่งสินค้าไปถึงจุดหมายได้เป็นอย่างดี เช่น สินค้าไม่เสียหายระหว่างขนส่ง รวมถึงพนักงานมีการติดตามบริการหลังการขายสินค้า และกระบวนการบริการข้อมูลลูกค้าเป็นแบบเบ็ดเสร็จ เช่น ลูกค้าไม่ต้องไปสอบถามหรือเปรียบเทียบสินค้าจากร้านอื่นอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงณีย์ ภักดีวิสัย (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเคมีเกษตรของเกษตรกรภายในร้านขายยาการเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า การส่งมอบสินค้าถูกต้องและถึงมือลูกค้าโดยตรง มีความรวดเร็วในการบริการ

1.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร มีร้านตัวแทนจำหน่ายมากพอที่จะทำให้มีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ร้านมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ตามที่ต้องการ เช่น สวนยาง ไร่อ้อย อาจเป็นเพราะในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งสะดวกในการเข้าถึงไร่ของเกษตรกรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยรัตน์ ถึงสาคร และ พัทธินัย จารุทวีผลบุญ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี คือ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือแปลงเกษตรกร

1.6 ด้านพนักงาน พบว่า พนักงานสามารถแนะนำการใช้สินค้าได้อย่างครบถ้วน รวมถึงพนักงานกระตือรือร้น เต็มใจในการบริการลูกค้า และพนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสมกับสถานที่ในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัตตะ พินิจไพฑูรย์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่า พนักงานมีความรู้และความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า พนักงานให้ความสนใจยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการอย่างเป็นกันเองต่อลูกค้า

1.7 ด้านราคา พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลผลิตที่ได้รับ ซึ่งสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาให้ถูกต้องเหมาะสมและยุติธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรืออรรถประโยชน์ของผู้บริโภคจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากในทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัตตะ พินิจไพฑูรย์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มี

ผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและมีการให้ส่วนลดเงินสด ส่วนลดการสะสมแต้ม

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเพาะปลูก และขนาดพื้นที่เพาะปลูก พบว่า เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการเพาะปลูกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกมาระยะหนึ่ง จะมีความเข้าใจเกี่ยวกับปุ๋ยมากขึ้นผนวกเข้ากับอายุของเกษตรกรส่งผลให้เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูก โดยประสบการณ์จะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อปุ๋ย เพราะปุ๋ยแต่ละชนิดมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงระดับการศึกษาส่งผลให้เกษตรกรมีความรู้ เข้าถึงแหล่งความรู้ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งนี้เกษตรกรก็มีการปรับตัวด้วยการหาทางเลือกเพื่อการลดต้นทุนการใช้ปุ๋ยเคมีหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยชีวภาพโดยการไถพรวนดินที่มีในชุมชนมาเพิ่มมูลค่าสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยรัตน์ ถึงสาคร และ พัชรทิพย์ จารุทวีผลบุญกุล (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เพาะปลูกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย พบว่า เกษตรกรมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ภายในร้านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อที่หลากหลายตรงกับความต้องการ ด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรเห็นป้ายประชาสัมพันธ์ภายในร้านและหน้าร้านที่ชัดเจน ง่ายต่อการมองเห็น และร้านค้ามีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องในวันสำคัญ ในรอบปีปฏิทิน เช่น การแจกเชื้อ แจกคู่มือเชิงโรค และอื่นๆ ด้านลักษณะทางกายภาพ บริเวณทางเข้าร้านสะอาด โถงและสะดวกในการเข้าไปใช้บริการของเกษตรกร ด้านกระบวนการ ทางร้านมีการจัดส่งสินค้าไปถึงจุดหมายได้เป็นอย่างดี เช่น สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปริมาณสินค้ามีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการและตัวแทนจำหน่ายมีมากพอ ด้านพนักงาน สามารถแนะนำการใช้สินค้าได้อย่างครบถ้วน และด้านราคา ผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลผลิตที่เกษตรกรได้รับ ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการเพาะปลูก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่พบว่า เกษตรกรที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อปี และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรจัดหาปุ๋ยที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีสูตรที่หลากหลายเหมาะสมกับพืชแต่ละชนิด และเพิ่มสินค้าที่มีความแปลกใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกร
2. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของปุ๋ยแต่ละชนิดและจัดราคาปุ๋ยให้มีความใกล้เคียงกันเพื่อทำให้เกษตรกรง่ายต่อการเลือกซื้อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านปริมาณปุ๋ยที่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรเนื่องจากปุ๋ยเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไปผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องจัดหาปุ๋ยเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรและให้ความสำคัญกับการหาตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ของชุมชนที่มีศักยภาพ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการควรเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ทั้งภายในร้านและหน้าร้านเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับเกษตรกรที่ยังไม่เคยมาใช้บริการ และผู้ประกอบการควรมีของแถม ของแถมให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการสมนาคุณและควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรม การให้ส่วนลด และเพิ่มของแถมต่างๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย

5. ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการควรมีพนักงานขายที่สามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยต่างๆ ให้แก่เกษตรกร และควรมีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อสามารถให้คำแนะนำและบริการที่ดีแก่เกษตรกร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรมีการจัดบริเวณร้านให้มีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่ส่งกลิ่น และต้องคำนึงถึงความสะอาด ความสะดวกในการจัดที่จอดรถและสามารถนำรถเข้าไปรับสินค้าได้

7. ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดส่งสินค้าให้ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา และควรมีการติดตามประเมินผลการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเพื่อการศึกษาการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เพียงอำเภอเดียวการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเลย

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยชีวภาพเพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการใช้ปุ๋ยเคมี

3. ควรศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยชนิดต่างๆ ของเกษตรกรในจังหวัดเลย เช่น ปัจจัยด้านสังคม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมที่จะเป็นข้อมูลไปปรับใช้และพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมธิโกกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยรัตน์ ถึงสาคร และ พชรหทัย จารุทวีผลกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี. *รายงานการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 15 ประจำปีการศึกษา 2563*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสดิเนสอาร์แอนดี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ปาริวัณ โรจนวิธาน และ จักริน วชิรเมธิน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในเขตอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 16(73), 125 - 137.
- พจนีย์ ภักดีวิสัย. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเคมีเกษตรของผู้บริโภคภายในร้านขายยาเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พรธณวรรณ บุตรดีสุวรรณ. (2566). *การจัดการธุรกิจเกษตร*. เลย: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เรวัตตะ พินิจไพฑูริย์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สมวงศ์ พงษ์สถาพร. (2546). *Service Marketing*. กรุงเทพฯ: UNT REPUBLIC.
- สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย. (2566). *ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรอำเภอเมืองเลย*. เลย: กลุ่มสารสนเทศการเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย.

- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย. (2562). *พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเลย*. เลย: กลุ่มสารสนเทศการเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 3 จังหวัดอุดรธานี. (2566). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตรจังหวัดเลย ประจำปี 2566-2567*. อุดรธานี: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 3.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2661). *ภาคการเกษตรของประเทศไทย*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th>
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (14th Global ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hill.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management* (11th ed.) Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.