

พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัย

อุ้มพร มาชุมแสง¹

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. จิตรีตน์ มีมาก²

รองศาสตราจารย์ ชูศักดิ์ อุดมศรี³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีก่อนการเพาะปลูก เพื่อช่วยเร่งการเจริญเติบโต โดยคำนึงถึงยี่ห้อของปุ๋ยเคมีเป็นอันดับแรก ทำการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง มีการซื้อปุ๋ยเคมี 1-2 ครั้งต่อปี ครึ่งละจำนวน 6-20 กระสอบ การซื้อปุ๋ยเคมีในแต่ละครั้งจะใช้จ่ายเงินจำนวน 10,001-50,000 บาท ซึ่งมีการซื้อปุ๋ยเคมีจากร้านค้าจำหน่ายใกล้บ้าน โดยจ่ายเงินสด และเกษตรกรไร่นาสำปะหลังได้รับข่าวสารของปุ๋ยเคมีจากเพื่อนบ้าน/ผู้นำกลุ่ม (2) เกษตรกรไร่นาสำปะหลังมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมในระดับมาก (3) เกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี สถานภาพ อายุ และเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) เกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนพื้นที่ทำกิน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (5) พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีความสัมพันธ์และมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, ส่วนประสมทางการตลาด

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

² อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ABSTRACT

This study investigated Behavior and Satisfaction on Marketing Mix of Chemical Fertilizers of Cassava Agriculturists in Nakhon Ratchasima Province. The findings revealed that ; (1) The buying behavior of cassava agriculturists was shown as following ; Most of them bought the chemical fertilizers before they started their planting, in order to stimulate the growth. The first aspect that they considered was the brand of the chemical fertilizers. They decided to buy by themselves. They bought the chemical fertilizers once, or twice a year, in the amount of 6–20 sacks. They paid 10,001–50,000 baht per time by cash, and usually bought the chemical fertilizers from the shops nearby their houses. And they got the information of chemical fertilizers from their neighbors/group leader. (2) The satisfaction level towards marketing mix of the chemical fertilizers of cassava agriculturists was at a high level. (3) The amount of farmland, educational, average yearly income, status, age and gender of cassava agriculturists had related with the buying behavior, and it showed significant difference at 0.05 level. (4) The cassava agriculturists who differed in educational background, average yearly income and farmland showed different satisfaction level towards marketing mix. (5) The behavior of cassava agriculturists related and influenced on marketing mix in the aspects of product, price, place/distribution, and promotion.

Keywords : Behavior, Satisfaction, Marketing

บทนำ

ปัจจุบันโลกได้มีการพึ่งพาใช้ปุ๋ยเคมีมากขึ้น จากรายงานของสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำสหภาพยุโรป ได้ส่งรายงานติดตามความเคลื่อนไหวในแนวโน้มการตลาดปุ๋ยเคมีของโลกระหว่างปี 2552-2556 ซึ่งคาดการณ์โดย International Fertilizer Industry Association (IFA) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเนื่องจากที่ผ่านมามีภาคเกษตรกรรมเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสินค้าเกษตรมีราคาดี ซึ่งทำให้เกษตรกรหันกลับมาปลูกพืชเกษตรเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีในปี 2552/2553 เพิ่มขึ้น

3.6% เป็น 65.4 ล้านตัน และอาจเพิ่มขึ้นเป็น 187 ล้านตันในปี 2556/2557 การใช้ปุ๋ยเคมี มีเพิ่มขึ้นเพื่อทำให้ประสิทธิภาพในการเพาะปลูกดีขึ้นแม้จะช่วยบรรเทาปัญหาการขาดแคลนอาหาร ลดความยากจน และช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารของโลก (กรมวิชาการเกษตร, 2552, ออนไลน์) ในภาคการเกษตรในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยเคมีช่วยในการเพิ่มปริมาณผลผลิตมันสำปะหลังเพราะสภาพของดินในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทรายเก็บความชุ่มชื้นได้น้อยมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำและมีส่วนที่เป็นดินเค็มถึง 30.05% ของพื้นที่

ทั้งจังหวัด มีพื้นที่เพียงบางส่วนที่เป็นดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง และค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะแก่การเกษตรกรรมเพียง 30.50% ของเนื้อที่ทั้งหมด (สำนักงานเกษตรจังหวัด นครราชสีมา, 2551, ออนไลน์)

การใช้ปุ๋ยเคมีมีความจำเป็นในการช่วยเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกร โดยจากข้อมูลปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 5.4 ล้านตัน ขณะที่ปี 2553 มีปริมาณการใช้ปุ๋ยประมาณ 5.3 ล้านตัน ซึ่งแม้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่กระทรวงเกษตรฯ ยังคงดำเนินการให้องค์ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องการใช้ปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ให้เกิดความสมดุลถูกต้องและเหมาะสมกับสภาพดิน เพื่อเป็นอีกหนึ่งมาตรการในการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกรได้ทางหนึ่ง เพราะปุ๋ยเคมีเป็นหนึ่งในปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตของเกษตรกรที่สูงขึ้น (ธีระ วงศ์สมุทร, 2555, ออนไลน์)

สถานการณ์การแข่งขันปุ๋ยเคมีในประเทศไทย มีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรมีการใช้ปุ๋ยเคมีเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพราะจะทำให้เข้าใจถึงความต้องการของเกษตรกรไว้ล่วงหน้าสำหรับปุ๋ยเคมี ว่าใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร ซึ่งเรียกว่า 6Ws 1H เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรไว้ล่วงหน้าได้ดี นอกจากนั้นผู้ประกอบการจะต้องทราบถึงความพึงพอใจของเกษตรกรไว้ล่วงหน้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ

ปุ๋ยเคมี ซึ่งได้แก่ 1) ผลិតภัณฑ์ 2) ราคา 3) สถานที่/การจัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์การบริหารการตลาดที่ได้รับคามนิยมมาหลายทศวรรษ เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยเริ่มต้นที่ธุรกิจต้องมีสิ่งที่จะนำเสนอต่อหน้าลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำการตั้งราคาที่เหมาะสมหาวิธีการนำส่งถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และหาวิธีการสื่อสารเพื่อที่จะแจ้งข่าวสาร และกระตุ้นให้เกิดการซื้อด้วยการทำการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่เป็นที่รู้จัก หรือที่เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547 : 52)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไว้ล่วงหน้าสำหรับในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของการจำหน่ายปุ๋ยเคมีให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายสามารถตอบสนองพฤติกรรมของเกษตรกรไว้ล่วงหน้าให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจทำให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรไร่มันสำปะหลังที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลังกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง ตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานในการวิจัย

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยเคมี มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง
2. เกษตรกรไร่มันสำปะหลังที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมของเกษตรกรไร่มันสำปะหลังที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมี

วิธีการดำเนินงานวิจัย

พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรไร่มันสำปะหลัง ที่อยู่ใน 5 อำเภอที่มีสถิติปลูกมันสำปะหลังมากที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประกอบด้วย อำเภอด่านขุนทด อำเภอครบุรี อำเภอเสิงสาง อำเภอหนองบุญมาก และอำเภอสีคิ้ว มีจำนวนประชากรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 33,031 คน (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา, 2555 : 1-2) โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับเกษตรกรไร่มันสำปะหลังที่ใช้ปุ๋ยเคมีใน 5 อำเภอ ที่มีสถิติปลูกมันสำปะหลังมากที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยเนื้อหาของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ตอนที่ 2 เป็นพฤติกรรมของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง ลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ตอนที่ 3 เป็นความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมี โดยคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales)

การสร้างและทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การหาความเที่ยงตรง โดยการนำแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อช่วยตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

2. การหาความเชื่อถือได้ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วทดลองใช้ (Try-Out) กับเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง จำนวน 30 ชุด กับเกษตรกรไร่มันสำปะหลังในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.855

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรไร่มันสำปะหลังในจังหวัดนครราชสีมา

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยการกระจายเก็บข้อมูลในพื้นที่ต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่จำนวนมาก ได้แก่ อำเภอด่านขุนทด อำเภอครบุรี อำเภอเสิงสาง อำเภอหนองบุญมาก และอำเภอสีคิ้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Method) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของ

ผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง

2. วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่มันสำปะหลัง

3. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Chi-Square และสมมติฐานข้อที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t-test, F-test/ANOVA โดยการทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างด้วยนัยสำคัญของสถิติที่ระดับ .05 กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้สูตรคำนวณตามวิธี Least Significant Difference (LSD) สมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ Eta ซึ่งค่าความสัมพันธ์ Eta จะอยู่ระหว่าง 0-1 ถ้าค่าความสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ 1 หรือเท่ากับ 1 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันมาก แต่ถ้าค่าความสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน (สำเริง บุญวิเชียร, 2553 : 43)

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมของเกษตรกรไร่มันสำปะหลังที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่า เกษตรกรไร่มันสำปะหลังส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 50,001-250,000 บาท มีพื้นที่ทำกิน 6-20 ไร่ ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีก่อนการเพาะปลูกเพื่อช่วยเร่งการเจริญเติบโต

โดยคำนึงยี่ห้อของปุ๋ยเคมีเป็นอันดับแรก โดยตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง มีการซื้อปุ๋ยเคมี 1-2 ครั้งต่อปี ซึ่งจะซื้อในจำนวน 6-20 กระสอบ ซื้อปุ๋ยเคมีเป็นจำนวนเงิน 10,001-50,000 บาท ต่อครั้ง โดยซื้อปุ๋ยเคมีจากร้านค้าจำหน่ายปุ๋ยเคมีใกล้บ้าน มีการจ่ายชำระด้วยเงินสด และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยเคมีจากเพื่อนบ้าน/ผู้นำกลุ่ม

2. เกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจากมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านราคา ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจากมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3. จำนวนพื้นที่ทำกินของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านปัจจัยที่คำนึงถึงการซื้อปุ๋ยเคมี ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านจำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมีโดยเฉลี่ยต่อปี ด้านจำนวนในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านแหล่งที่ซื้อปุ๋ยเคมี ด้านวิธีชำระเงินค่าปุ๋ยเคมี และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระดับการศึกษาของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านจำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมีโดยเฉลี่ยต่อปี ด้านจำนวนในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านแหล่งที่ซื้อปุ๋ยเคมี และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

เกี่ยวกับปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายได้เฉลี่ยต่อปีของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านปัจจัยที่คำนึงถึงการซื้อปุ๋ยเคมี ด้านจำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมีโดยเฉลี่ยต่อปี ด้านจำนวนในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง ด้านแหล่งที่ซื้อปุ๋ยเคมี และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถานภาพของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านแหล่งที่ซื้อปุ๋ยเคมี และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อายุของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศของเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมีโดยเฉลี่ยต่อปี และด้านจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. เกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจากที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจากที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าเกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจากที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช./ปวส. และปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี เกษตรกรไร้น้ำเงินสำหรับหลังจาก

เฉลี่ยต่อไปไม่เกิน 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาน้อยกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อไป 50,001–250,000 บาท และ 250,001–350,000 บาท เกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อไป 50,001–250,000 บาท และ 250,001–350,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามากกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อไป 350,001–550,000 บาท ส่วนเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อไป 350,001–550,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาน้อยกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อไปมากกว่า 550,000 บาท เกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกินแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมด้านการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 6–20 ไร่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาน้อยกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 21–50 ไร่ ส่วนเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 21–50 ไร่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามากกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 51–100 ไร่ และมากกว่า 100 ไร่ เกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกินแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมด้านการตลาดด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกินไม่เกิน 5 ไร่ และ 6–20 ไร่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย น้อยกว่าเกษตรกรไร่น้ำส้มลำปะหลังที่มี

จำนวนพื้นที่ทำกิน 21-50 ไร่ ส่วนเกษตรกรไร่น้ำ ลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 21-50 ไร่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายมากกว่าเกษตรกร ไร่น้ำลำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกิน 51-100 ไร่ ส่วนเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ ส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกันอย่าง ไม่นับยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. พฤติกรรมของเกษตรกรไร่น้ำ ลำปะหลังมีความสัมพันธ์และมีผลกับความ พึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้าน ผลិតภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัด จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมของเกษตรกรไร่น้ำ ลำปะหลังที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพ สมรส มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อปี 50,001-250,000 บาท พื้นที่ทำกิน 6-20 ไร่ ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีก่อนการ เพาะปลูก เพื่อช่วยเร่งการเจริญเติบโต โดยคำนึง ยี่ห้อของปุ๋ยเคมีเป็นอันดับแรก โดยตัดสินใจซื้อ ด้วยตัวเอง มีการซื้อปุ๋ยเคมี 1-2 ครั้งต่อปี ซึ่งจะซื้อในจำนวน 6-20 กระสอบ ซื้อปุ๋ยเคมี เป็นจำนวนเงิน 10,001-50,000 บาทต่อครั้ง โดยซื้อปุ๋ยเคมีจากร้านค้าจำหน่ายปุ๋ยเคมี ใกล้บ้าน มีการจ่ายชำระด้วยเงินสด และได้รับ ขาวสารจากเพื่อนบ้าน/ผู้นำกลุ่ม เพื่อนำผลไป กำหนดนโยบายการตลาดและวางแผนการจัด จำหน่ายปุ๋ยเคมีให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถตอบสนองพฤติกรรมของเกษตรกร

ไร่น้ำลำปะหลังให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสนับสนุนแนวคิด ของจิตยาพร เสมอใจ และลลิตินันท์ วารวิรัช (2551) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษา เกี่ยวกับกระบวนการทางจิตวิทยาภายใต้การ ตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการพยายามอธิบายกฎ ในการตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ ของผู้บริโภค และพยายามที่จะตีกรอบกระบวนการการตัดสินใจ ของผู้บริโภค และสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจนั้นๆ ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้เข้าใจถึง ความ ต้องการของผู้บริโภค ว่าใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภค ซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภค ซื้ออย่างไร

2. เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง มีความ พึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ย เคมี ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง มีความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปุ๋ยเคมีที่เลือกใช้มีหลายสูตร ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของฐิตารีย์ วงศ์มังกร (2550) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อ การเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปที่ใช้ในการปลูกข้าวของ เกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งพบว่าเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเช่นกัน เกษตรกร ไร่น้ำลำปะหลังมีความพึงพอใจต่อส่วนประสม ทางการตลาดด้านราคาในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปุ๋ยเคมีมีราคา จำหน่ายเหมาะสม เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง มีความพึงพอใจในระดับมากเป็นอันดับแรก เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังมีความพึงพอใจ

ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายปุ๋ยเคมีอยู่ใกล้เขตชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิชญ จงสถิตวัฒนา (2544) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่มีผู้บริหารการตลาดให้แก่ตลาดเป้าหมาย เพื่อบำบัดความต้องการพร้อมทั้งนำความพึงพอใจสูงสุดมาสู่ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการเป็นปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่มีผู้บริหารสามารถควบคุมได้ และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จำเป็นต้องปรับปรุงปัจจัยแปรผันเหล่านี้ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเป้าหมายและสภาวะการแข่งขันในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย

3. จำนวนพื้นที่ทำกิน ระดับการศึกษา สถานภาพ และอายุของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีเป็นอันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายได้เฉลี่ยต่อปีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านปัจจัยที่คำนึงถึงการซื้อปุ๋ยเคมีเป็นอันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมี โดยเฉลี่ยต่อปีเป็นอันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวินิช (2551) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของการซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม และ

รสนิยมของบุคคลจะแตกต่างกัน ซึ่งนักการตลาดของธุรกิจควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และพิจารณากลยุทธ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมในการตัดสินใจ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

4. เกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่มีจำนวนพื้นที่ทำกินแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปราณี เขียมลอรักดี (2550) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกพึงพอใจของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้กับความคาดหวัง โดยกำหนดความพึงพอใจ 3 ระดับ คือ ลูกค้าไม่พึงพอใจ ถ้าประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าพึงพอใจเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมีระดับใกล้เคียงกับความคาดหวัง ลูกค้าพอใจมากเมื่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวัง ความพอใจในระดับมากจะเป็นสิ่งสร้างความผูกพันทางด้านจิตใจให้กับลูกค้าให้มีความจงรักภักดีในตราสินค้าตลอดไป

5. พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีความสัมพันธ์และมีผลกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้งด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขยายในราคาให้ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามสูงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ระยะเวลาที่ซื้อปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังเลือกซื้อปุ๋ยเคมีก่อนการเพาะปลูกมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมในฤดูกาลก่อนปลูกมันสำปะหลัง เช่น การเตรียมปุ๋ยเคมีสูตรต่างๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง

1.2 สาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีเพราะช่วยเร่งการเจริญเติบโตมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรคัดสรรสูตรปุ๋ยเคมีที่เป็นที่นิยมของเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง และควรทำการประชาสัมพันธ์ให้กับเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังให้ทราบ

1.3 ปัจจัยแรกที่คำนึงถึงในการซื้อปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง ส่วนใหญ่ปัจจัยแรกที่คำนึงถึงในการซื้อปุ๋ยเคมีคือยี่ห้อของปุ๋ยเคมีมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรสำรวจดูว่าเกษตรกรไร่น้ำ

ลำปะหลังในเขตพื้นที่นั้นว่าต้องการปุ๋ยเคมียี่ห้อใดมากที่สุด ผู้ประกอบการก็ควรนำปุ๋ยเคมียี่ห้อที่นิยมมาขายให้ตรงตามความต้องการของเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง และควรจัดวางปุ๋ยเคมีให้เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังได้เห็นยี่ห้อปุ๋ยเคมีได้ชัดเจน

1.4 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีด้วยตัวเองมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดพนักงานลงพื้นที่ตามบ้านของเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง เพื่อนำเสนอหรือแนะนำคุณสมบัติต่างๆ ของปุ๋ยเคมี

1.5 จำนวนครั้งที่ซื้อปุ๋ยเคมีโดยเฉลี่ยต่อปี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี 1-2 ครั้งต่อปี มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการกำหนดระยะเวลาในการขายปุ๋ยเคมีเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน และช่วงเดือนพฤศจิกายน พร้อมทั้งมีการจัดทำโปรโมชั่นให้เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง

1.6 จำนวนในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีในจำนวน 6-20 กระสอบ มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำโปรโมชั่น เช่น การซื้อครบจำนวนกระสอบที่ทางร้านจำหน่ายปุ๋ยเคมีได้กำหนดไว้ ก็จะมีส่วนลดในเรื่องราคาให้หรือมีของแถม

1.7 จำนวนเงินที่ต้องใช้ในการซื้อปุ๋ยเคมีต่อครั้ง จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่น้ำลำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีเป็นจำนวนเงิน 10,001-50,000 บาท มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการทำโปรโมชั่น เช่น ถ้าเกษตรกรไร่น้ำลำปะหลังซื้อปุ๋ยเคมีถึงตามจำนวนและราคาที่ทางร้านจำหน่ายปุ๋ยเคมี

ได้กำหนดไว้ จะมีการแจกบัตรสะสมแต้ม ในการซื้อปุ๋ยเคมี

1.8 แหล่งที่ซื้อปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีจากร้านค้าจำหน่ายปุ๋ยเคมีใกล้บ้านมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำทำเลที่ตั้งร้านจำหน่ายปุ๋ยเคมีให้ใกล้แหล่งชุมชน เพื่อความสะดวกของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง

1.9 วิธีชำระเงินค่าปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ส่วนใหญ่จ่ายชำระด้วยเงินสดมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการให้สิทธิพิเศษกับเกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่ชำระเป็นเงินสดจะได้รับใบชิงโชค เพื่อให้เกษตรกรไร่นาสำปะหลังได้เขียน ชื่อ ที่อยู่ ส่งชิงโชคในเทศกาลต่างๆ เพื่อรับรางวัลตามที่ร้านจำหน่ายปุ๋ยเคมีได้จัดไว้

1.10 ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากเพื่อนบ้าน/ผู้นำกลุ่มมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการลงพื้นที่พบผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน กำหนด เพื่อแนะนำปุ๋ยเคมี และแนะนำเรื่องคุณสมบัติต่างๆ เพราะผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน กำหนด เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ

1.11 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง เห็นว่า การที่ปุ๋ยเคมีมีให้เลือกหลายสูตร และมีข้อมูลรายละเอียดของผู้ผลิตทำให้เกษตรกรไร่นาสำปะหลังตัดสินใจซื้อมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังด้านสาเหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการจำหน่ายปุ๋ยเคมีที่หลากหลายสูตรเพิ่มขึ้น ทั้งด้านช่วยเร่ง

ในเรื่องของใบ ดิน หัว และควรมีปุ๋ยเคมีทั้งชนิดเม็ดและชนิดน้ำ เพื่อสะดวกต่อการใช้งานของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง

1.12 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง มีการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพราะมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังในด้านแหล่งซื้อปุ๋ยเคมีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาการกำหนดราคาของคู่แข่ง ซึ่งปุ๋ยเคมีแต่ละสูตรควรมีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ

1.13 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรไร่นาสำปะหลัง เห็นว่า สถานที่จำหน่ายปุ๋ยเคมีที่ตัดสินใจซื้อ มีทำเลที่ตั้งจำหน่ายปุ๋ยเคมีอยู่ใกล้ชุมชน มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังในด้านแหล่งซื้อปุ๋ยเคมีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาทำเลที่ตั้งในแหล่งใกล้บ้าน เพื่อความสะดวกของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังในการหาซื้อปุ๋ยเคมีได้ง่าย

1.14 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพราะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยเคมีจากเพื่อนบ้าน/ผู้นำกลุ่มเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมของเกษตรกรไร่นาสำปะหลังในระยะเวลาที่ซื้อปุ๋ยเคมีมีความสัมพันธ์กับ

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยเคมีให้กับผู้นำกลุ่ม หรือผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำหมู่บ้าน ได้รับทราบ และมีการแจกจ่ายปุ๋ยเคมีให้ทดลองใช้เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดลองปุ๋ยเคมี และมีการบอกต่อให้เกษตรกรไร่นาสำปะหลังมาซื้อปุ๋ยเคมีต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษากับเกษตรกรไร่นาสำปะหลังที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ รวมถึงเกษตรกรที่ปลูกอ้อย ปลูกยางพารา ปลูกข้าว และขยายขอบเขตการศึกษาเป็นภูมิภาค เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง ในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

2.3 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับทัศนคติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทราบทัศนคติในการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรไร่นาสำปะหลัง

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตร. **แนวโน้มปุ๋ยเคมี**. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2552 จาก http://it.doa.go.th/pibai/pibai/n12/v_9-oct/rai.html, 2552.
- นิตยาพร เสมอใจ. **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรส, 2547.
- นิตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวิณิช. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : วิ.พรินท์, 2551.
- ฐิตารีย์ วงศ์มังกร. **ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550.
- ธีระ วงศ์สมุทร. **แนวโน้มการใช้ปุ๋ยเคมี ปี 2554-2555**. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2555 จาก <http://www.akesuphan.net/index.php?mo=3&art=41917284>, 2555.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอช. เอ็น, 2547.
- ปราณี เอี่ยมลลอบักดี. **การบริหารการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ธนาเพลส, 2550.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา. **การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- เสรี วงษ์มณฑา. **กลยุทธ์ทางการตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์, 2542.
- สำนักงานเกษตร จังหวัดนครราชสีมา. **สรุปผลการดำเนินงานโครงการขึ้นทะเบียน**. 2555. (เอกสารอัดสำเนา).