



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร  
ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

ชานูวัฒน์ เสธา

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร  
ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

ชานูวัฒน์ เสธา

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อรุณี ยศบุตร

(อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร)

วันที่ 20 เดือน ๗ พ.ศ. ๕๙

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

สมิทธิ วัฒน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานวิน สงเคราะห์)

วันที่ 20 เดือน ๗ พ.ศ. ๕๙

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ดอกร วัฒน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล)

วันที่ 20 เดือน ๗ พ.ศ. ๕๙

ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร

สมิทธิ วัฒน

(รองศาสตราจารย์ ดร.จงกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ)

วันที่ 20 เดือน ๗ พ.ศ. ๕๙

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

สมิทธิ วัฒน

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 26 เดือน ๗ พ.ศ. ๕๕๙

ชื่อเรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัด  
ศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัด  
นครสวรรค์

ชื่อผู้เขียน

นายชานวัฒน์ เสธา

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร

### บทคัดย่อ

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกรในเขตอำเภอพยุหะคีรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในเขตอำเภอพยุหะคีรี โดยใช้วิธีการทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 400 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าสถิติแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46-55 ปี มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 1-2 คน มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตร 1-20 ไร่ มีกรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดินมีพื้นที่เป็นของตนเอง มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่าง 0 - 300,001 บาท ประสบการณ์ในการทำการเกษตรระหว่าง 0-10 ปี และเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าส่วนใหญ่ความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก พฤติกรรมการซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชจากสหกรณ์การเกษตร มีการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยตนเอง ซื้อเมื่อต้องการฉีดพ่นสารเคมีทำการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช 2 ครั้งต่อการเกิดโรคหนึ่งครั้ง ด้วยเงินสดและเครดิตซึ่งมีระยะเวลาเครดิตที่มากกว่า 21 วัน และรับสื่อโฆษณาจากพนักงานขายมากที่สุด

|                                |                                                                                                                                  |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title                          | Factors Effecting the Decision-making to purchase chemicals as pesticide of Farmersin Payuhakiri District, Nakhon Sawan Province |
| Author                         | Mr. Chanuwat Seta                                                                                                                |
| Degree of                      | Master of Business Administration in Business Administration                                                                     |
| Advisory Committee Chairperson | Dr. Arunee Yodbutr                                                                                                               |

### ABSTRACT

This study aimed to investigate factors effecting the decision-making to purchase chemicals as pesticide of farmers in Nakhon Sawan province. A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 farmers in Payuhakiri district, Nakhon Sawan province obtained by simple random sampling. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics i.e. frequency, percentage, mean, and standard deviation.

Findings showed that most of the respondents were female, 46-55 years old, and elementary school graduates. Most of them had 3-4 family members and 1-2 of them were household workforce. Most of the respondents owned 1-20 rai of farm land and earned 0-300,001 baht from yield selling last year. The respondents had farming experience for 0-10 years and they were member of and agricultural group. It was found that most of the respondents were satisfied with factors on market promotion, product, price, and distribution channel at a high level. Most of the respondents purchased chemical at the agricultural cooperative and they decided to purchase it by themselves. Most the respondents purchased the chemical when they wanted to spray it to prevent pests (twice per the happening of disease). They purchased the chemical by cash credit (more than 21 days of credit). Most of there were influenced by advertising media and shop assistants.

### กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้า ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร ที่รับหน้าที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รายงานการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานวิน สงเคราะห์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูล และคำแนะนำ ตลอดจน แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆจนกระทั่งการค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ เกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล รวมถึงเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจ เจ้าหน้าที่ของทางคณะบริหารธุรกิจ เจ้าหน้าที่ห้องสมุด และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกในการดำเนินการเกี่ยวกับการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ และขอขอบคุณทุก ๆ คนในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจตลอดระยะเวลาการศึกษา

ชานูวัฒน์ เสธา

ตุลาคม 2559

## สารบัญ

|                                                    | หน้า |
|----------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อ                                           | (3)  |
| ABSTRACT                                           | (4)  |
| กิตติกรรมประกาศ                                    | (5)  |
| สารบัญ                                             | (6)  |
| สารบัญตาราง                                        | (8)  |
| สารบัญภาพ                                          | (11) |
| บทที่ 1 บทนำ                                       | 1    |
| ที่มาและความสำคัญของปัญหา                          | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย                            | 6    |
| ขอบเขตของการวิจัย                                  | 6    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                          | 6    |
| นิยามศัพท์                                         | 7    |
| บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม                              | 8    |
| ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค                       | 8    |
| ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้ซื้อ/ผู้บริโภค                | 11   |
| ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด                           | 14   |
| ความรู้เกี่ยวกับสารเคมีสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช | 15   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                              | 18   |
| กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย                            | 21   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย                         | 22   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                            | 22   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                                | 23   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                         | 23   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                 | 24   |
| สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา                            | 24   |

|                                                                        | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา                                                     | 25   |
| ส่วนที่ 1 ลักษณะสภาพพื้นฐานด้านสังคม-เศรษฐกิจ                          | 25   |
| ส่วนที่ 2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัด |      |
| ศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์                    | 31   |
| ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของ  |      |
| ผู้ตอบแบบสอบถาม                                                        | 36   |
| ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้          |      |
| สารเคมี                                                                | 40   |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ                                   | 43   |
| สรุปผลการวิจัย                                                         | 43   |
| อภิปรายผลการวิจัย                                                      | 44   |
| ข้อเสนอแนะการวิจัย                                                     | 45   |
| บรรณานุกรม                                                             | 48   |
| ภาคผนวก                                                                | 51   |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม                                                    | 52   |
| ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย                                              | 58   |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                                                                                                                                          | หน้า |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามเพศ                                                                            | 25   |
| 2        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามอายุ                                                                           | 26   |
| 3        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมี ป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามระดับการศึกษา                                                                 | 26   |
| 4        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว                                                          | 27   |
| 5        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน                                            | 28   |
| 6        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามพื้นที่ถือครองทำการเกษตร                                                       | 28   |
| 7        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามกรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดิน                                                   | 29   |
| 8        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปี<br>ที่ผ่านมา พ.ศ. 2558 (ไม่หักต้นทุน) | 29   |

| ตารางที่ |                                                                                                                                                                                              | หน้า |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 9        | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามประสบการณ์ในการทำการเกษตร                  | 30   |
| 10       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร                     | 31   |
| 11       | สรุประดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                                                                  | 32   |
| 12       | ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                         | 32   |
| 13       | ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                              | 33   |
| 14       | ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                     | 34   |
| 15       | ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                   | 35   |
| 16       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม                                                                      | 36   |
| 17       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามผู้ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช | 36   |
| 18       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามการช่วงเวลาในการซื้อ                       | 37   |

| ตารางที่ | หน้า                                                                                                                                                                                |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามการใช้สารเคมี 37           |
| 20       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามการซื้อ 38                 |
| 21       | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ<br>ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัด<br>นครสวรรค์จำแนกตามระยะเวลาเครดิตที่ได้รับ 38 |
| 22       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อสาร<br>โฆษณาที่สนใจให้เลือกซื้อ สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบ<br>แบบสอบถาม 39                                               |
| 23       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการ<br>เลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช 40                                                                                |
| 24       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาในการเลือกใช้<br>สารเคมีป้องกันและกำจัด 40                                                                                            |
| 25       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการ<br>เก็บสารเคมีหรือไม่ 41                                                                                                    |
| 26       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา<br>เกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช 41                                                                          |
| 27       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่ง<br>ความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช 41                                                                              |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |                                                                   | หน้า |
|--------|-------------------------------------------------------------------|------|
| 1      | สถิติการนำเข้าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช ระหว่างปี พ.ศ.2540-2553 | 2    |
| 2      | สถิติการนำเข้าสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (มูลค่า)                       | 3    |
| 3      | รูปแบบพฤติกรรมการณ์การซื้ออย่างง่าย S-R Theory                    | 12   |
| 4      | กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย                                           | 21   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในด้านเกษตรกรรม โดยเฉพาะการผลิตที่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ และยังมีสินค้าเกษตรบางส่วนส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งในช่วงหนึ่ง รัฐบาลได้ตั้งโครงการเพื่อส่งเสริมการผลิตภาคการเกษตรของไทยโดยใช้ชื่อ “ครัวไทย สู่ครัวโลก” นั้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการผลิตสินค้าเกษตรของไทย ที่ปริมาณการผลิตมีจำนวนมาก (บดีนทร์ เอี่ยมสนธิ, 2555) การส่งออกของภาคการเกษตรของไทยแต่ละปี มีมูลค่ากว่า 8 แสนล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) เป็นสินค้าที่เป็นอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร อยู่ร้อยละ 17-18 ของยอดการส่งออก โดยเฉพาะข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา อาหารแช่แข็ง ตลอดจนผลไม้บรรจุกระป๋อง เป็นต้น ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกพืชนั้นมีปัญหาในด้านการผลิต ดังนั้นเพื่อป้องกันผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรเสียหาย สารเคมีทางการเกษตรจึงเข้ามามีบทบาทในการผลิตของเกษตรกรเป็นอย่างมาก ซึ่งสารเคมีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่เกษตรกร เนื่องมาจากซื้อหาได้ง่ายในท้องถิ่น สะดวกในการใช้และเห็นผลทันที

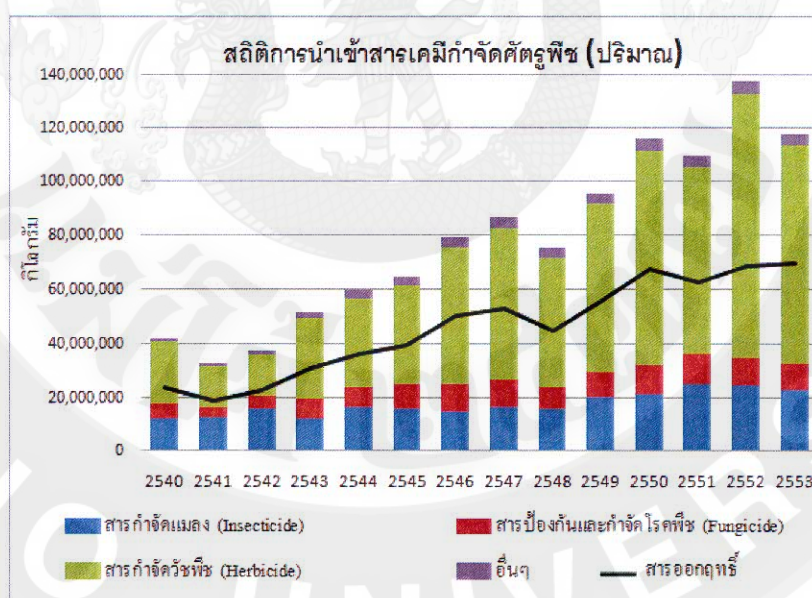
ปัจจุบันสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช (Pesticides) เข้ามามีบทบาทและใช้ในด้านการเกษตรอย่างกว้างขวางและส่งผลกระทบต่อ เศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่องสิ่งที่สะท้อนให้เห็นสถานการณ์ที่ชัดเจน คือ ข้อมูลปริมาณการนำเข้าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี จากข้อมูลสถิติการนำเข้าสารเคมีการเกษตร ในปี 2555 ของสำนักควบคุมพืชและวัสดุ การเกษตร กรมวิชาการเกษตร มีการนำเข้าสารกำจัดวัชพืชมากที่สุด มีปริมาณ 100 ล้านกิโลกรัม มูลค่ากว่า 19,379 ล้านบาท ดังนั้นปริมาณการนำเข้าสารป้องกันกำจัดศัตรูพืชจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทุกปี ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความต้องการใช้สารป้องกันกำจัดศัตรูพืชของประเทศไทย จึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อันสืบเนื่องมาจากนโยบายพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้โดยเพิ่มการส่งออกผลผลิต ทางเกษตร (สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร, 2555 : 1)

ผลิตภัณฑ์สารเคมีในภาคการเกษตรเพื่อป้องกันกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืช เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกหนึ่งที่ผู้ผลิตในภาคการเกษตรนิยมเลือกใช้เพราะสะดวกในการใช้มี ผลิตภัณฑ์หลาย ๆ รูปแบบให้เลือก การใช้สารเคมีเกษตรในภาคการเกษตรในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น ปุ๋ยเคมี สารเคมีในการป้องกันกำจัดโรคและแมลงรวมถึงสารเคมีกำจัดวัชพืชที่มีสูงขึ้น การนำเข้า ปุ๋ยเคมี สารเคมีและยา

ฆ่าแมลงจากต่างประเทศที่มูลค่าการนำเข้าสูง ตลาดเกี่ยวกับสินค้าเคมีเกษตร และร้านค้าเคมีเกษตรที่มีมากขึ้น นั้นแสดงให้เห็นว่า เกิดการแข่งขันทางการตลาดในภาคเคมีเกษตร ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าเคมีเกษตรมากขึ้น เพื่อให้ได้สินค้าที่มี คุณภาพและราคาที่เหมาะสม ตรงกับการนำไปใช้ประโยชน์ธุรกิจร้านขายเคมีเกษตรเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นอย่างมากในเขตชุมชนที่มีผู้บริโภคจำนวนมาก ธุรกิจสินค้าเคมีเกษตรจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจมีแนวโน้มและศักยภาพที่จะเป็นธุรกิจที่มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดี จึงทำให้ผู้ประกอบการหลายรายสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจนี้กันมาก

จากการประเมินของWorld bank และ FAO ชี้ให้เห็นว่า จากการเปรียบเทียบการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า การใช้สารเคมีกำจัดแมลงศัตรูพืชในประเทศไทยมีค่าสูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ฝรั่งเศส โปรตุเกส ถึงเท่าตัว (สำนักกระบวนวิทยากรมควบคุมโรค, 2556)

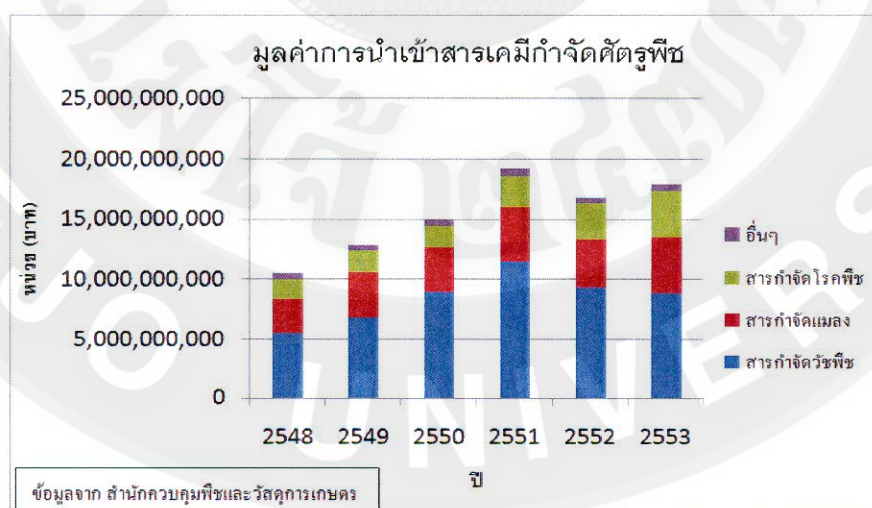
จากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ชี้แจงรายละเอียดการนำเข้าสารเคมีเพื่อการเกษตรนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งด้านปริมาณและด้านมูลค่า และในขณะเดียวกันมีการโฆษณาแข่งขันกันอย่างแพร่หลายของธุรกิจสารเคมีเกษตรและกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงขณะเดียวกัน การใช้ปุ๋ยเคมีในปัจจุบันมีการใช้อย่างแพร่หลาย



ภาพที่ 1 สถิติการนำเข้าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช ระหว่างปี พ.ศ.2540-2553

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2554ก)

แสดงถึงแนวโน้มการนำเข้าสารเคมีกำจัดศัตรูพืชสู่ประเทศไทยในปี 2540 - 2553 และสะท้อนถึงการใช้สารเคมีในภาคการเกษตรที่เพิ่มมากขึ้นเกือบทุกปี หากพิจารณาในส่วนของสารออกฤทธิ์ที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 55 - 60 ของสารเคมีนำเข้าทั้งหมดจะพบว่ามีเพียงปี 2541, 2548 และ 2551 เท่านั้นที่การนำเข้าลดลง ในอดีตการนำเข้าสารเคมีกำจัดวัชพืช (herbicide) และสารเคมีกำจัดแมลง (insecticide) มีปริมาณใกล้เคียงกัน แต่การนำเข้าสารเคมีกำจัดวัชพืชได้พุ่งสูงขึ้นถึง 4 เท่าตัวตั้งแต่ปี 2540 ต่างจากสารเคมีกำจัดแมลงที่สูงขึ้นประมาณ 1.86 เท่าตัว ทำให้ ปัจจุบันสารเคมีกำจัดวัชพืชมีการใช้มากที่สุดในประเทศและมีการนำเข้าสูงถึงร้อยละ 74 ของสารออกฤทธิ์ทั้งหมด (ภาพที่ 2) รองลงมาคือสารเคมีกำจัดแมลงซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 14 สารป้องกันและกำจัดโรคพืช (fungicide) ร้อยละ 9 และสารเคมีอื่นๆ เช่นสารกำจัดไรและสารเคมีกำจัดหนูร้อยละ 3 ค่าแรงในภาคการเกษตรที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากแรงงานที่ลดน้อยลงรวมถึงการขยายตัวของพื้นที่เกษตรเชิงอุตสาหกรรมหรือเชิงพาณิชย์ซึ่งเป็นการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการหรือเกษตรกรไม่สามารถจัดการกับวัชพืชด้วยแรงงานเพียงอย่างเดียวอีกทั้งการระบาดของแมลงและโรคพืชยังเกิดขึ้นได้โดยง่ายและรวดเร็ว ปัจจัยเหล่านี้จึงทำให้การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทุกประเภทเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่การพึ่งพาสารเคมีในภาคการเกษตรไทยที่สูงเช่นนี้จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้ใช้และผู้บริโภคสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจเนื่องจากราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมีแนวโน้มสูงขึ้นตามราคาน้ำมันที่เป็นปัจจัยการผลิต ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีทุกชนิด (กรมวิชาการเกษตร, 2554)



ภาพที่ 2 สถิติการนำเข้าสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (มูลค่า)

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2554ข)

ในภาพรวมไทยอาจมีการใช้สารเคมีกำจัดแมลงและวัชพืชเฉลี่ยที่ต่ำกว่ากลุ่ม ประเทศอุตสาหกรรมแต่ยังนับว่าสูงกว่าประเทศที่กำลังพัฒนาอื่นๆ เช่น ปากีสถานและตุรกี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคำนวณปริมาณการใช้ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา ปริมาณการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรไทยจึงนับว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก

ผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดด้วย นโยบาย ส่งเสริมการขายนานัปการ ในทวีปเอเชีย บริษัทเคมีเกษตรได้ลงทุนด้านการส่งเสริมการขายถึง 10 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และสำหรับประเทศไทย การสำรวจค่าใช้จ่ายของ 7 บริษัทรายใหญ่ผู้นำเข้าผสมปรุงแต่ง และจำหน่ายสารเคมีเกษตร (ได้แก่ บริษัทโซตัส อินเตอร์เนชั่นแนล, เจียไต๋, เซอร์วิวด เคมีคอล, ที.เจ.ซี. เคมี, เมเจอร์ฟาร์ คอร์ปอเรชั่น, เอสแอนด์พี ฟอร์มูเลเตอร์ และอูยักวง) ชี้ว่า มีการลงทุนด้านการตลาดและโฆษณา 400 ล้านบาทในปี 2552 ซึ่งมากกว่าการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาสารเคมีในปีเดียวกัน(46เท่าตัว)นอกเหนือจากการใช้ช่องทางการสื่อสารและโฆษณาแล้ว บริษัทยังใช้กลวิธีเพิ่ม ชื่อการค้าและทำให้เกษตรกรผู้ซื้อเกิดความสับสนเพื่อสร้างความแตกต่างและเปิดช่องทางการซื้อ ขาย เช่น มีการจดทะเบียนการค้าสารเคมีเกษตรในชื่อต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสารชนิดเดียวกันสูตรเดียวกันแหล่งผลิตจากประเทศเดียวกัน และผู้ประกอบการในประเทศบริษัทเดียวกัน

ตลาดสารเคมีกำจัดศัตรูพืชถูกจัดว่าเป็นหนึ่งในตลาดที่ผูกขาดมากที่สุดในโลก โดยมีบริษัทข้ามชาติเพียง 10 บริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 89 ของตลาดโลกในค.ศ. 2007 และในปีถัดมายังมีมูลค่าการตลาดสูงขึ้นร้อยละ 22 รวมเป็น 42,112 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.48 ล้านล้านบาท

จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดทางเหนือตอนล่างมีพื้นที่ของจังหวัด 9,597,677 ตารางกิโลเมตร หรือ5,998,548 ไร่ ซึ่งถือว่าเป็นเมืองใหญ่อันดับ 2 ของภาคเหนือ การปกครองแบ่งออกเป็น 15 อำเภอ 130 ตำบล 1328 หมู่บ้านได้แก่ อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอโกรกพระ อำเภอชุมแสง อำเภอหนองบัว อำเภอบรรพตพิสัย อำเภอเก้าเลี้ยว อำเภอตาคลี อำเภอท่าตะโก อำเภอไพศาลี อำเภอพยุหะคีรี อำเภอลาดยาว อำเภอดงเจริญ อำเภอแม่วงก์ อำเภอแม่เปิน และอำเภอชุมตาบง ตามลักษณะภูมิศาสตร์โดยทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การเกษตร เนื่องจากเป็นที่ราบประมาณ 3 ใน 4 ของพื้นที่จังหวัด มีแม่น้ำสายสำคัญคือ แม่น้ำปิง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน ไหลมารวมกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา ไหลผ่านช่วงกลางของจังหวัด สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบค่อนข้างเรียบแคบบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีลักษณะเป็นแบบลอนลูกคลื่น ยกตัวขึ้นจากตอนกลางของจังหวัด สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 50-150 เมตร มีจำนวนประชากร 1,076,144 คน แบ่งเป็นชาย 527,891 คน และหญิง 548,293 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเนื่องจากมี

พื้นที่เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม อีกทั้งสภาพดินและน้ำมีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ พืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดนครสวรรค์ คือ ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ถั่วเขียว ถั่วเหลือง ถั่วลิสง อ้อยโรงงาน ฝ้าย งา และมันสำปะหลัง โดยเป็น แหล่งปลูกข้าวที่ใหญ่ที่สุดของภาคเหนือ เป็นแหล่งปลูกข้าวโพดที่ใหญ่เป็นที่สองของภาคเหนือ รองจากจังหวัดเพชรบูรณ์ และเป็นแหล่งปลูกอ้อยมากที่สุดในประเทศ (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนครสวรรค์, 2557 )

อำเภอพยุหะคีรี เป็นอำเภอหนึ่งใน 15 อำเภอ ของจังหวัดนครสวรรค์ มีพื้นที่ประมาณ 740.79 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 462,994 ไร่ ของเนื้อที่จังหวัด แบ่งเขตการปกครอง เป็น 11 ตำบล , 113 หมู่บ้านประกอบด้วย พยุหะ เนินมะกอก นิคมเขาบ่อแก้ว ม่วงหัก ยางขาว ย่านมัทรี เขาทอง ทำน้าอ้อย น้ำทรง เขากะลา สระทะเล มีจำนวนประชากร 50,990 (สำนักทะเบียนราษฎร์ อำเภอพยุหะคีรี, 2558) ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทำเกษตรกรรม เพราะสภาพที่ดินมีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติทำให้มีประชากรย้ายเข้ามาอาศัยและทำกินในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่ปลูกพืชเช่น ข้าวนาปี ข้าวนาปรัง อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ข้าวฟ่าง ถั่วเขียวถั่วมันและทานตะวัน โดยปัญหาของเกษตรกรที่ประสบ คือ ศัตรูพืช ดังนั้นสารเคมีทางการเกษตรจึงเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มผลผลิต ทำให้เกษตรกรต้องการสารเคมีทางการเกษตรอย่างต่อเนื่องและจะใช้บ่อยขึ้นตามจำนวนครั้งการเพาะปลูก ปัจจุบันมีการใช้ผลิตภัณฑ์สารเคมีทางการเกษตรกันอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากยอดการสั่งซื้อสินค้าประเภทสารเคมีทางการเกษตรของร้านเคมีเกษตรในอำเภอพยุหะคีรีจนทำให้สารเคมีทางการเกษตรหลายยี่ห้อไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายทำให้เกษตรกรต้องไปหาซื้อในอำเภอใกล้เคียงหรือต่างจังหวัด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจะต้องพยายามทำสินค้าให้เกิดความแตกต่างหรือมีลักษณะเด่นกว่ายี่ห้ออื่นๆทั้งที่สารป้องกันกำจัดศัตรูพืชเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ในแต่ละยี่ห้อ การดำเนินการขายจึงต้องใช้กลยุทธ์ของการทำให้เกิดความแตกต่างแก่ผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะทางด้านความปลอดภัยที่ยังต้องมีการวิจัยและค้นคว้าอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้แก่ผู้บริโภค

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่นำมาปรับปรุงพัฒนางานด้านการตลาดของธุรกิจนี้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ทำให้มีความสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจได้ รวมทั้งเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์สารเคมีทางการเกษตรและผู้สนใจเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาในการดำเนินงาน การลงทุนในธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร  
ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกรในเขต  
อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของ  
เกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของ  
เกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ตามกรอบแนวคิด Kotler และ Armstrong (2003 :  
102) ในด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ในการเก็บข้อมูลคือ เขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์
3. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอ  
พยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 7207 ราย (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)
4. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ถึง เดือน  
เมษายน พ.ศ. 2559

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน  
เขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์
2. ผลจากการศึกษาจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ  
จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์สารเคมี  
เกษตรของผู้ที่สนใจ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์

**สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช** หมายถึง สารเคมีที่เกษตรกรใช้ในกระบวนการผลิตพืช ประกอบด้วย สารเคมีป้องกันและกำจัดแมลง (insecticides) สารเคมีป้องกันและกำจัดวัชพืช (herbicides) สารเคมีป้องกันและกำจัดเชื้อรา (acaricides) และสารเคมีป้องกันกำจัดสัตว์ฟันแทะ (rodenticide)

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

**เกษตรกร** หมายถึง เกษตรกรผู้มีอาชีพ ปลูกข้าว ปลูกพืชไร่ ในเขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และผลงานที่เกี่ยวข้องของเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้ซื้อ/ผู้บริโภค
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. ความรู้เกี่ยวกับสารเคมีสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

#### ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับ การตัดสินใจไว้หลาย ความหมายแต่ผู้ศึกษาได้นำเสนอเพียงบางส่วน ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 157) ได้กล่าวถึงกระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อมานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา (2554, หน้า 154) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการและค้นหาข้อมูลที่ต้องการสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบคุณภาพและราคา สุดท้ายจะเปิดทางเลือกว่าเลือกสินค้าไหนที่ได้ตรงตามความต้องการจึงตัดสินใจซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 192) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ว่าในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านั้นๆ จะต้องมีการบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้การมองเห็นปัญหาการ แสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ ทัศนคติหลังการซื้อ Watson (no date อ้างใน ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2545: 23) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มี อยู่ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือ

บริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ ซึ่งถ้าหากการตลาดสามารถทำความเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภค การกระจายสินค้าและสร้าง ความยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Schiff and Kanuk (1994: 659 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 23) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้อง กับกระบวนการการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อ ตามบุคคลอื่นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 13-15) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

### กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อ สินค้าหรือบริการใดของผู้บริโภคจะต้องผ่านขั้นตอนหลัก ๆ 6 ขั้นตอน ดังนี้ (พิบูล ทีปะปาล, 2545: 66-69)

1. การรับสิ่งเร้า (stimulus) หมายถึง สิ่งกระตุ้น (cue) หรือ แรงขับ (drive) ซึ่งเป็นเหตุจูงใจให้บุคคลกระทำหรือปฏิบัติบางสิ่งบางอย่าง ผู้บริโภคจะได้รับสิ่งเร้าจากหลาย ๆ แหล่ง คือ สิ่งเร้าจากสังคม (social cue) เกิดจากการติดต่อสัมผัสกันระหว่างบุคคลซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับผู้ชายสินค้า เช่น การพูดคุยกับเพื่อน สมาชิกในครอบครัว เพื่อนร่วมงานและบุคคลอื่น ๆ สิ่งเร้าจากการโฆษณา (commercial cue) เกิดจากผู้ขายส่งข่าวสารการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อดึงใจให้คนเกิดความสนใจ ในผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอขาย ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขายโดยบุคคล และกิจกรรม การส่งเสริมการขายทั้งหมดถือว่าเป็นสิ่งเร้าที่เกิดจากการโฆษณา ส่วนสิ่งเร้าที่ไม่ใช่การโฆษณา (noncommercial cue) มักจะมาจากข่าวสารจากแหล่งที่เป็นกลางไม่ลำเอียง เช่น Consumer Reports หรือเอกสาร รายงานต่าง ๆ ของรัฐบาลซึ่งเป็นแหล่งข่าวที่ได้รับความเชื่อถือสูง และสิ่งเร้าที่เกิดจาก แรงขับภายในร่างกาย (physical drive) เกิดขึ้นจากประสาทสัมผัสทางร่างกายได้รับผลกระทบทำให้เกิดความหิว ความกระหาย และความกลัว เป็นต้น

2. การรับรู้ปัญหา (problem recognition) เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งเร้าจะมีส่วนจูงใจทำให้เกิดการรับรู้ปัญหา ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่สมดุลระหว่างสถานะที่เป็นจริง (actual state) กับสถานะที่ปรารถนา (desired state) และความพยายามของบุคคลที่อยากจะให้บรรลุ สถานะที่ปรารถนาจะเป็นผลทำให้เกิดความต้องการ ซึ่งความต้องการนี้เองที่เป็นรากเหง้าหรือต้นตอแห่งพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งหมด โดยหากปราศจากความต้องการแล้วพฤติกรรมใดๆ ก็จะไม่เกิดขึ้น การรับรู้ปัญหาของผู้บริโภคมาจากการที่พบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พิจารณาว่าจะซื้ออาจ

สามารถแก้ปัญหาความขาดแคลน หรือความปรารถนาของตนที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (unfulfilled desire) เช่น เมื่อผู้หญิงวัยทำงานคนหนึ่งพบว่าเพื่อนผู้หญิงในที่ทำงานมีการแต่งกายดูดี เป็นที่ชื่นชมของคนอื่น ๆ ในขณะที่ตนเคยถูกตำหนิในเรื่องนี้จึงเกิดความต้องการหาความรู้เรื่องการแต่งกายจากนิตยสารสตรีที่มีการแนะนำในเรื่องนี้มาช่วยในการหาแนวทางการแต่งกายให้กับตนบ้าง เป็นต้น

3. การแสวงหาข้อมูล (information search) หลังจากผู้บริโภคได้รับรู้ปัญหาแล้วก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ซื้อทันที โดยเบื้องต้นจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในตัวผู้บริโภคเองก่อน (internal search) ซึ่งมาจากความรู้ที่เกิดจากความทรงจำที่สั่งสมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เช่น ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ซื้อ ซ้ำๆ บ่อย ๆ ซึ่งสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้ แต่หากพบว่าความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมาไม่เพียงพอก็จะแสวงหาข้อมูลจาก แหล่งภายนอกเพิ่ม (external search) โดยจะเกิดเมื่อการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นอาจมีความเสี่ยงต่อ ความผิดพลาดสูง และค่าใช้จ่ายในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจต่อแหล่งข้อมูล ภายนอกอาจหาได้จากหลายแหล่ง เช่น จากแหล่งบุคคลโดยมาจากสมาชิกใน ครอบครัว ญาติ เพื่อนฝูง เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน จากแหล่งโฆษณาซึ่งได้จากการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ผู้จำหน่าย บรรจุภัณฑ์ และการจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมาจาก แหล่งสาธารณะซึ่งก็คือหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่สำรวจจัดเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และจากแหล่งประสบการณ์โดยมาจากบุคคลที่มีประสบการณ์ด้าน การจัดดำเนินการ ตรวจสอบ และการใช้สินค้าและบริการนั้นโดยตรง

4. การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) ผู้บริโภค จะใช้ข้อมูลความรู้ที่เก็บไว้ในความทรงจำ และรวบรวมข้อมูลที่แสวงหาได้จากภายนอกโดยกำหนดเป็นเกณฑ์ในการ ประเมินขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียสำหรับทางเลือกแต่ละทางได้ วิธีที่ จะช่วยให้ทางเลือกแคบลงเพื่อเลือกได้ง่ายขึ้นก็คือ การเลือกจากลักษณะเด่นบางอย่างของสินค้า มา เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งหากสินค้าใดไม่มีลักษณะดังกล่าวก็จะคัดออกจากรายการไป ซึ่ง ผลิตภัณฑ์ใดที่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษอย่างชัดเจนเหนือผลิตภัณฑ์อื่นก็จะถูกเลือก

5. การซื้อ (purchase) หลังจากประเมินทางเลือกอย่างดีที่สุดแล้วผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ สินค้า แต่ทั้งนี้ก็มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อซึ่งอาจซื้อที่ร้านจำหน่าย ซื้อที่ที่ ทำงาน หรือ ซื้อที่โรงเรียน อีกประการคือ เงื่อนไขในการซื้อโดยที่ผู้บริโภคในปัจจุบันจะตัดสินใจ ว่า จะซื้อเงินสด ซื้อเงินผ่อน หรือซื้อทางไปรษณีย์อาจใช้ช่องทางชำระเงินทางบัตรเครดิต เป็นต้น และ ประการสุดท้ายในเรื่องของความพร้อมที่จะจำหน่าย หมายถึง ความพร้อมในการส่งมอบสินค้า หรือ ให้บริการให้ลูกค้าได้ทันที ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการขนส่งไปถึงผู้บริโภค ซึ่งหาก องค์ประกอบทั้ง 3 ประการเป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภคก็จะเกิดการซื้อขึ้น แต่หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปก็

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการเป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภคก็จะเกิดการซื้อขึ้น แต่หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปก็จะเป็นสาเหตุให้เกิดการรีรอหรืออาจตัดสินใจไม่ซื้อได้แม้ว่าตัวสินค้าอาจไม่มีปัญหาใด ๆ เลยก็ตาม

6. พฤติกรรมหลังการซื้อ (post-purchase behavior) หลังจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผลที่ตามมาอาจทำให้ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งหากได้รับความพอใจ ความแตกต่างระหว่างสถานะที่เป็นจริงหรือสถานะที่เป็นอยู่เดิมกับสถานะที่พึงปรารถนาอยากจะเป็นก็จะหมดไปซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจหากสิ่งที่เขาคาดหวังทั้งหมดได้รับการตอบสนอง

ผู้บริโภคมักจะมีอาการกังวลใจ (anxieties) เสมอหลังจากการซื้อและอาจเกิดความไม่มั่นใจว่าการตัดสินใจซื้อของตนถูกต้องหรือไม่ซึ่งในทางจิตวิทยาเรียกสภาพของจิตใจเช่นนี้ว่า Cognitive Dissonance และจะเกิดขึ้นเสมอหลังจากที่ต้องตัดสินใจซื้อของที่ยากและสำคัญโดยผู้บริโภคจำเป็นต้องเลือกจากตัวเลือกที่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน (Belch and Belch, 1993: 139) เช่น การซื้อ รถยนต์ หรือ คอมพิวเตอร์ เมื่อผู้บริโภคตกอยู่ในสภาพกังวลใจก็จะหาวิธีลดความกังวลใจให้น้อยลงหลายวิธี โดยอาจจะมองหาโฆษณาหรือข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ เพื่อมาสนับสนุนการตัดสินใจของเขา และอาจหาเพื่อนหรือคนรู้จักที่ซื้อสินค้าเช่นเดียวกับตนและได้รับความพึงพอใจเพื่อเป็นการยืนยันการตัดสินใจซื้อของเขาว่าเป็นการตัดสินใจซื้อที่ถูกต้องแล้ว และอาจหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนยกย่องผลิตภัณฑ์ที่เขาไม่ได้ซื้ออีกด้วย (Boone and Kurtz, 1995: 272)

เมื่อบุคคลผ่านกระบวนการในการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งเป็นภาวะด้านการประมวลผลภายในจิตใจของผู้บริโภคเองโดยต้องอาศัยข้อมูลและประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นส่วน ช่วยเป็นอย่างมากจึงจะสามารถสรุปเป็นพฤติกรรมการซื้อและการหาความมั่นใจที่สนับสนุนผล การตัดสินใจซื้อดังกล่าวนี้

### ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้ซื้อ/ผู้บริโภค

Kotler (2005 อ้างใน ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547: 249-285) ได้ กล่าวถึงรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งเร้า สิ่งเร้าภายนอก สถานะแวดล้อมทางการตลาดจะซึมซับไปสู่สถานะจิตใจของผู้ซื้อคุณลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการในการตัดสินใจที่จะนำไปสู่การซื้อดังปรากฏตามรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่าย S-R Theory



ภาพที่ 3 รูปแบบพฤติกรรมการณ์การซื้ออย่างง่าย S-R Theory

ที่มา: อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550: 19-20)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง(Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียด ของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า(Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้วยเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์)ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุม และต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิภัณฑ์, ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (4Ps)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ เศรษฐกิจ, เทคโนโลยี, การเมือง และ วัฒนธรรม

2. กล่องดำเนินความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้อง พยายามค้นหา ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ ซื้อและ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 คุณลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพล จาก ปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่ง รายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนคือการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ ซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการ ตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้นมีสาเหตุมาจากผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากสิ่ง กระตุ้น (Stimulus) ซึ่งมีสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายผู้บริโภค (Inside Stimulus) ซึ่งได้แก่ ความหิว ความ ต้องการ เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการ ตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดความต้องการ จนเป็นเหตุจูง ใจให้ เกิดการซื้อสินค้าหรือมีการบริโภคเกิดขึ้นในที่สุดอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่ง การซื้อ การใช้สินค้า รวมทั้งการประเมินผลสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ที่ คาดว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และผลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์จะช่วย ให้นักการตลาดสามารถจัดเตรียมกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ อย่างสอดคล้องเหมาะสมต่อไป

## ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ดลยา จาตุรงค์กุล (2549: 17-18) กล่าวว่าวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจคือการแลกเปลี่ยนเพื่อให้เกิดการแสวงหากำไร กิจกรรมทางการตลาดต่างๆจึงเป็นสิ่งที่มียุทธพลอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ทั้งหลายต่างก็กระทบกับกระบวนการซื้อในขั้นต่างๆ ของบุคคลในฐานะของตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาด

### 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เช่น ความแปลกใหม่ ลักษณะการใช้งาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคต้องดำเนินการตัดสินใจตามขั้นตอนอย่างเต็มรูปแบบ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และป้ายฉลาก สามารถก่อ 9 อิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภคได้บรรจุภัณฑ์ที่ “สะดุดตา” อาจทำให้ผู้บริโภคคัดเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมิน เพื่อการตัดสินใจซื้อป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเข้าใจหรือเล็งเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่าย

### 2. ราคา (Pricing)

ราคาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในขั้นตอนการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ โดยปกติผู้บริโภคมีแนวโน้มจะประเมินผลิตภัณฑ์ราคาต่ำในเรื่องความคุ้มค่า นักการตลาดจึงพยายามที่จะลดต้นทุนการซื้อและเสนอขายในราคาที่ไม่แพงหรือใช้ลักษณะอื่นๆทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้น เช่น ประเภสินค้า เป็นต้น

### 3. การจำหน่าย (Place)

กลยุทธ์การตลาดในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อระดับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค การวางสินค้าแพร่หลายเป็นการเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคมักนำไปพิจารณาประกอบการซื้อสินค้า นอกจากนี้ประเภทช่องทางการจำหน่ายสินค้ายังมีอิทธิพลต่อภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภคด้วย

### 4. การส่งเสริมตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน ข่าวสารที่นักการตลาดต้องการสื่อสารกับผู้บริโภคอาจจะ “เตือนใจ” ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา และสินค้าก็เปรียบเสมือนตัวแก้ไขปัญหามากกว่าสินค้าของคู่แข่ง ข่าวสารหลังการซื้อก็เป็นการยืนยันว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้องด้วยในเวลาเดียวกัน

## ความรู้เกี่ยวกับสารเคมีสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช

การใช้สารเคมีทางการเกษตรนั้นมีการใช้กันมานาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 1443 โดยประเทศจีน เป็นชาติแรกที่มีการนำสารหนูมาใช้ในการควบคุมแมลงศัตรูพืชสวนครัว ในปี พ.ศ. 2417 othmar Zeidler เป็นผู้สังเคราะห์ได้เป็นคนแรก ซึ่งต่อมา Mueller เป็นผู้พัฒนาและสังเคราะห์สารดีดีทีมา ใช้ในการควบคุมแมลงและได้ผลดี Scharader ได้สังเคราะห์สารเคมีกลุ่มออร์กาโนฟอสเฟตขึ้นมา ในปี พ.ศ. 2482 เพื่อใช้ในการควบคุมแมลง ต่อมาในปี พ.ศ. 2510 บริษัทยูนิยอนคาร์ไบต์ได้มีการ ผลิตสารเคมีกลุ่มคาร์บาเมตเป็นครั้งแรกขึ้นมา คือ คาร์บาซิล และได้มีการคิดค้นสารเคมีทางการ เกษตรอื่นๆ ได้แก่ ปุ๋ยเคมีและสารเร่งการเจริญเติบโตต่างๆ ตามมา (ขวัญชัย สมบัติศิริ, 2527: 5) สารเคมีทางการเกษตรที่ใช้ปัจจุบันนั้น สามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้งานได้เป็น 3 ประเภท คือ สารกำจัดศัตรูพืช สารเร่งการเจริญเติบโตของพืช และปุ๋ยเคมีซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

สารกำจัดศัตรูพืช สามารถแบ่งตามที่มาของสารเคมีได้เป็น 2 ประเภทได้ดังนี้

1. พวกที่เกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ ได้แก่ สารเคมีที่ได้จากพืชชนิดต่างๆ โดยการสกัด มาจากส่วนต่างๆ ของพืช เช่น ยาสูบ เบญจมาศ และสะเดา โดยการสกัดนั้นอาจทำได้โดยการ สกัดด้วย น้ำหรือโดยใช้สารเคมี ซึ่งสารเคมีประเภทนี้มีข้อดีคือไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย ของสิ่งมีชีวิต และคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่มีข้อเสียคือแมลงและศัตรูพืชสามารถสร้างภูมิต้านทาน ได้เร็ว จึงไม่เป็นที่นิยมใช้กันในกลุ่มของเกษตรกร

2. พวกที่เกิดจากการสังเคราะห์ แบ่งออกตามลักษณะการใช้งาน ได้ดังนี้

- 2.1 สารป้องกันแมลง
- 2.2 สารป้องกันกำจัดไร
- 2.3 สารป้องกันกำจัดวัชพืช
- 2.4 สารป้องกันกำจัดโรคพืช
- 2.5 สารป้องกันกำจัดไล่เดือนฝอย
- 2.6 สารป้องกันกำจัดหนู

นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งโดยการใช้องค์ประกอบทางเคมีได้เป็น 3 กลุ่มได้แก่

1. คลอรีเนตไฮโดรคาร์บอน (Chlorinated Hydrocarbon) เป็นสารกำจัดศัตรูพืชที่มี องค์ประกอบที่สำคัญ คือ คลอรีน คาร์บอน ไฮโดรคาร์บอน และออกซิเจน สารเคมีที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ดีดีที (DDT) เคลเทน (Kelthane) คลอเดน (Chlordane) ลินเดน (Lindane) แอลดริน (Aldrin) เดลดริน (Deldrin) เดนดริน (Dendril) สารเคมีประเภทนี้ไม่ซึมผ่านผิวหนังได้โดยง่าย แต่ลา

มารละลายได้ง่ายในไขมันและมีความคงทนไม่สลายตัวง่ายโดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ร่างกาย ของสิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อม

2. ออร์กาโนฟอสเฟต (Organophosphate) เป็นสารกำจัดศัตรูพืชที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ คาร์บอน ฟอสฟอรัส ไฮโดรเจน และออกซิเจน สารเคมีในกลุ่มนี้ได้แก่ มาราไธออน (Marathion) โฟลิดอน (Folidon) และพาราไธออน (Parathion) เป็นต้น สารเคมีกลุ่มนี้มีพิษในลักษณะกินตายและสัมผัสตาย เนื่องจากมีความเป็นพิษต่อระบบประสาท แต่มีการสลายตัวได้เร็วในสภาพแวดล้อมประมาณ 1 -12 สัปดาห์หลังการใช้ ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมของเกษตรกรโดยทั่วไป

3. คาร์บาเมต (Carbamate) เป็นสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีองค์ประกอบทางเคมีที่สำคัญ คือ คาร์บอน ไนโตรเจน ไฮโดรเจน และออกซิเจน สารเคมีประเภทนี้ใช้ป้องกันศัตรูพืชในลักษณะของการกินตายและการสัมผัส มีผลตกค้างในสิ่งแวดล้อมในระยะสั้นแต่มีอันตรายต่อสัตว์เลื้อยคลาน แมลงและนกสูง โดยทำให้เปลือกไขของนกบางลง เป็นผลให้ไขนกมีอัตราการฟักและรอดชีวิตต่ำ ลำหรับมนุษย์นั้นอาจได้อันตรายได้หากมีการกลืนกินเข้าไป สัมผัสและทางการหายใจ

#### หลักการใช้สารเคมีทางเกษตรที่ถูกต้อง

การใช้สารเคมีทางการเกษตรที่ถูกต้องนั้น ควรมีการควบคุมการใช้อย่างครบทุกขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรก เป็นขั้นตอนก่อนการใช้สารเคมี ขั้นตอนที่สอง เป็นขั้นตอนในขณะที่มีการใช้สารเคมี และขั้นตอนสุดท้าย เป็นขั้นตอนหลังจากที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งยึดหลักการที่สำคัญนั้นคือความปลอดภัยต่อสุขภาพของตนเอง ผู้บริโภคและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2524 : 52) ได้เสนอวิธีการใช้ไว้ดังนี้

#### ขั้นตอนแรก : ก่อนการใช้สารเคมี

1. เลือกใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้เหมาะสมกับศัตรูพืช โดยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับแมลงที่เป็นศัตรูก่อน หรือมีการปรึกษาข้อมูลข่าวสารจากผู้รู้ เช่น เจ้าหน้าที่ทางการเกษตร นักวิชาการเกษตร เพื่อให้สามารถใช้สารเคมีทางการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เลือกสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่สามารถสลายตัวได้เร็วเพื่อลดการตกค้างในสิ่งแวดล้อม
3. เลือกสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีผลน้อยต่อคนและสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่มีประโยชน์
4. เลือกสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่ไม่มีผลต่อพืชที่ปลูกและการเปลี่ยนแปลงของรสชาติใน พืชผล เช่น ไม่ใช้สาร ดีดีที กับพืชตระกูลแตง
5. เลือกสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีอยู่ในธรรมชาติหรือสกัดจากธรรมชาติ

### ขั้นตอนที่สอง : ขณะที่มีการใช้สารเคมี

1. ปฏิบัติตามคำแนะนำในการใช้สารเคมีอย่างเคร่งครัด
2. หลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงกับสารเคมีกำจัดศัตรูพืช
3. ใช้อุปกรณ์ป้องกันการสัมผัสกับสารเคมีอย่างมีประสิทธิภาพทุกครั้ง
4. ในการใช้สารเคมีไม่ผสมสารเคมี 2 ชนิดเข้าด้วยกันในการฉีดพ่นครั้งเดียว
5. ไม่ฉีดพ่นสารเคมีในบริเวณที่มีผู้อาศัยหรือสัตว์เลี้ยงอยู่จำนวนมาก
6. ไม่ฉีดพ่นในขณะที่อยู่ใต้ลม
7. ไม่รับประทานอาหารหรือพูดคุยในขณะที่ฉีดพ่นสารเคมี
8. ห้ามใช้สารเคมีเกินอัตราที่กำหนด
9. เมื่อมีการสัมผัสสารเคมีควรรีบล้างออกด้วยน้ำสะอาดทันที
10. เมื่อเกิดอาการแพ้สารเคมีควรหยุดการฉีดพ่นและออกจากบริเวณนั้นทันที
11. เมื่อมีสารเคมีกำจัดศัตรูพืชหกเปื้อนพื้น ให้ใช้ดินหรือปูนขาวดูดซับแล้วนำไปฝังดินที่ อยู่ห่างจากที่พักอาศัย

12. หลีกเลี่ยงการอยู่ในบริเวณที่มีการฉีดพ่นสารเคมีในช่วง 1-3 วัน

### ขั้นตอนสุดท้าย : หลังจากที่มีการใช้สารเคมี

1. ทำความสะอาดร่างกายทันทีหลังจากที่มีการใช้สารเคมี
2. ทำความสะอาดอุปกรณ์ป้องกันอันตรายจากสารเคมีและเสื้อผ้าโดยทำความสะอาด แยกต่างหากจากการทำความสะอาดเสื้อผ้าทั่วไป
3. ทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องพ่นสารเคมีทุกครั้งหลังการใช้
4. เก็บสารเคมีกำจัดศัตรูพืชส่วนที่เหลือให้อยู่ในที่ปลอดภัยคือ อยู่ห่างอาหาร แหล่งน้ำ สถานที่อาศัย สถานที่เลี้ยงสัตว์ และเด็ก
5. ทำลายภาชนะบรรจุสารเคมีทุกชนิดที่ให้หมดแล้ว นำไปฝังดินลึกแล้วกลบให้มิดชิด ห้ามนำมาล้างให้บรรจุอาหารต่อไป
6. สารเคมีส่วนที่เหลือเมื่อไม่ต้องการให้ ควรมีการกำจัดโดยการฝังในหลุมลึกที่มีการปูรองกันหลุมด้วยปูนขาว และอยู่ห่างไกลจากแหล่งน้ำ ชุมชนที่ที่พักอาศัย
7. ติดป้ายประกาศเตือนเขตพื้นที่ที่มีการให้สารเคมีทางการเกษตร พร้อมระบุวันที่ให้ สารเคมี เพื่อป้องกันผู้อื่นได้รับอันตรายจากบริเวณดังกล่าว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วลัยพร ชวนสมสุข (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในนาข้าวตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการใช้สารเคมีอยู่ในระดับสูง โดยมีความรู้ที่ควร อ่านคำเตือน วิธีใช้ ขนาด ปริมาณของสารเคมีก่อนการใช้สารเคมี และควรผสมสารเคมีให้พอดีกับการ ฉีดพ่น 1 ครั้ง มากที่สุด แต่มีความรู้ที่สารเคมีที่ใช้ในการแช่ข้าวเพื่อเร่งราก คือ ฮอร์โมนเท่านั้นน้อย ที่สุด และพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสารเคมีมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านอื่นๆ ตามลำดับ สำหรับ ด้านปัญหา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้สารเคมีในด้านราคาแพง มีปัญหาเกี่ยวกับการสวม เครื่องป้องกันตัวขณะพ่นสารด้านรู้สึกอึดอัดเวลาใส่มากที่สุด และมีปัญหาไม่มีที่เก็บสารเคมี และมี ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในนาข้าว ด้านหน่วยงานที่ให้ความรู้ อยู่ ไกลมากที่สุด

เจริญ สีนสวนแดง (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ในอำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41- 50 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา ประสบการณ์การปลูกข้าวมากกว่า 8 ปี มีพื้นที่เพาะปลูกมากกว่า 15 ไร่ และอาชีพอื่น นอกจากปลูกข้าวคือ ทำนาข้าว การศึกษา ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อสารเคมี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ เลือกซื้อสารเคมีด้วยตนเองที่ร้านค้าใกล้ๆ ในหมู่บ้านและก็จะซื้อสารเคมีก็ต่อเมื่อต้องการจะฉีดพ่น โดยชำระ ค่าสารเคมีด้วยเงินสด และใช้เครดิตกับร้านค้า เกษตรกรส่วนใหญ่ชอบค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสารเคมีด้วยตนเอง จากพนักงานบริษัท และแผ่นป้ายโฆษณา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ระดับการศึกษาประสบการณ์ ขนาดพื้นที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกข้าวน้อยกว่า 10 ไร่ และที่มีพื้นที่ปลูกข้าว มากกว่า 15 ไร่ ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกข้าว 10-15 ไร่ อาจเนื่องมาจากเกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกข้าวมักกว่า 15 ไร่ มีความต้องการสารเคมีใน ปริมาณมาก จึงคำนึงถึงราคาที่เหมาะสม และคุณภาพของสารเคมีที่ใช้เป็นสำคัญ มิฉะนั้นอาจทำให้ต้นทุนใน การปลูกข้าวสูงขึ้น ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตสารเคมีควรคิดค้นสารเคมีที่มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของ เกษตรกร

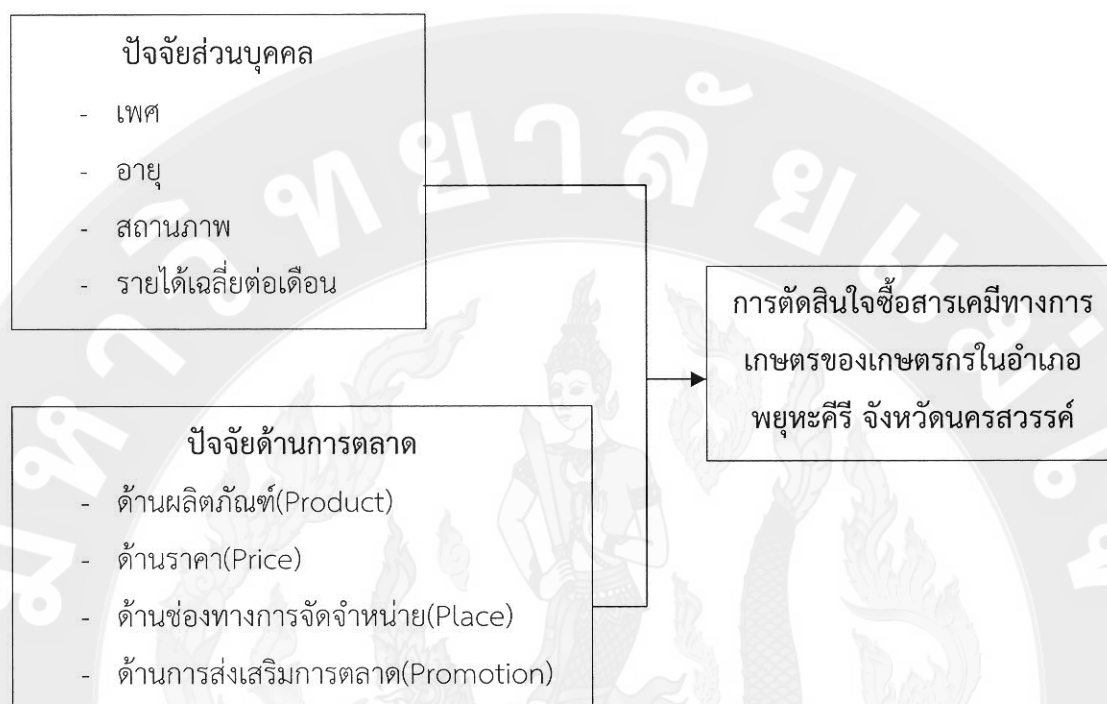
ชลธิรา สิริภัทรนุกูล (2551) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อส้มเขียวภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.0 อยู่ในช่วงอายุ 21 — 30ปี ร้อยละ 34.0 ประกอบอาชีพธุรกิจ

ส่วนตัว ร้อยละ 25.4 มีรายได้ในช่วง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 32.8 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 36.9 ด้านพฤติกรรม ผู้บริโภคพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อส้มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการซื้อส้มชีวภาพในอนาคต ร้อยละ 86.9 โดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อส้มด้วยเหตุผลที่ส้มมี คุณภาพดี ร้อยละ 41.0 สถานที่ที่นิยมซื้อส้มมากที่สุดคือตลาดร้อยละ 36.9 ด้านความถี่ในการซื้อ ผลไม้ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะมีการซื้อผลไม้ ทุกสัปดาห์ ร้อยละ 46.7 และจะซื้อส้มทุก 2 สัปดาห์ ร้อยละ 36.9 นอกจากนั้นผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มชีวภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการตัดสินใจซื้อส้มชีวภาพเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การบริโภค ส้มชีวภาพมีผลต่อสุขภาพ ความสะดวกในการซื้อส้มชีวภาพ รสชาติของส้มชีวภาพ และอายุของ ลูกค้า และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการตัดสินใจซื้อส้มชีวภาพลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ราคาของส้มชีวภาพ กลยุทธ์การลดราคาส้มชีวภาพ ขนาดของส้มชีวภาพ เทศกาล กลยุทธ์การ ทดลองชิมส้มชีวภาพ และสีส้มของส้มชีวภาพ

กมลวรรณ ทองอร่าม (2552) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายกับปัจจัยทางการตลาดในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดนัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและการขายสินค้าในตลาดนัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดนัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายกับปัจจัยทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อสินค้าจำนวน 400 ราย และผู้ขายสินค้าจำนวน 100 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์และหาระดับความสัมพันธ์ด้วยค่าแครมเมอร์ริพบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขาย พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-50 ปี และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท 2. ในด้านพฤติกรรมการซื้อและการขาย พบว่า การซื้อส่วนใหญ่ ผู้ซื้อ ซื้อสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สดและอาหารปรุงสำเร็จ และใช้จ่ายเงินในครั้ง จำนวน 100-300 บาทในการขายส่วนใหญ่ ผู้ขาย ขายสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด และอาหารปรุงสำเร็จ และมีรายได้จากการขายแต่ละวัน น้อยกว่า 1,000 บาท 3. ในด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ซื้อและผู้ขาย พบว่า ด้านผู้ซื้อ มีความเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมากด้านผู้ขาย มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก 4. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อ ด้านอายุ รายได้ เพศ อาชีพและตัวแปรปัจจัยทางการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ส่วนด้านผู้ขาย พบว่า ตัวแปรด้านที่พักอาศัย ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับปัจจัยทางการตลาด

จิรศักดิ์ ศรีรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และ เพื่อศึกษาปัญหาของลูกค้านในการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ที่จดทะเบียนและเสียภาษี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 382 คน และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ โดยภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ด้านราคา และปัจจัยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอ พุหะคีร์จังหวัด นครสวรรค์ ประกอบไปด้วยวิธีการศึกษาดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

เนื่องการศึกษาครั้งนี้ต้องการทราบความคิดเห็นของเกษตรกรในอำเภอพุหะคีร์จังหวัด นครสวรรค์ ดังนั้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นจึงได้แก่ เกษตรกรในอำเภอพุหะคีร์ จังหวัด นครสวรรค์ มีจำนวนทั้งหมด 7207 ราย (สำนักงานเกษตรอำเภอพุหะคีร์ จังหวัดนครสวรรค์, 2558)

##### กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นนี้จะทำการสำรวจโดยใช้การเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง เกษตรกรใน เขตอำเภอพุหะคีร์จังหวัด นครสวรรค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมจึงใช้สูตรคำนวณ ขนาดตัวอย่างที่ เหมาะสมที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (Yamane, 1973) โดยคำนวณจาก ประชากร ที่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม 7207 ราย และทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 379 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

D = ระบุกับควมมีนัยสำคัญ

$$n = \frac{7207}{1 + 7207(0.05)^2}$$

$$n = 378.91$$

การวิจัยครั้งนี้ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มร้อยละ 5 ผลการคำนวณปรากฏต้องใช้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยอย่างน้อย 378.91 ราย จึงทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากรเป้าหมายได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 ราย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ทางนิตยสาร วารสารต่างๆ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานด้านสังคม-เศรษฐกิจ ของเกษตรกร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษารายได้ ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ ระยะเวลาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัย หรือความพึงพอใจของผู้บริโภค ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช

ส่วนที่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้ และคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดจะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนระดับความสำคัญ 5 ระดับ ดังนี้

| ระดับของการตัดสินใจซื้อ | ระดับคะแนน |
|-------------------------|------------|
| มากที่สุด               | 5          |
| มาก                     | 4          |
| ปานกลาง                 | 3          |
| น้อย                    | 2          |
| น้อยที่สุด              | 1          |

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านนั้นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านนั้นมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านนั้นปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านนั้นน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านนั้นน้อยที่สุด

### สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

ศึกษา ณ เขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 11 ตำบลได้แก่ พยุหะ น้ำทรง เนินมะกอก นิคมเขาบ่อแก้ว ม่วงหัก ยางขาว ย่านมัทรี เขาทอง ทำน้ำอ้อย เขากะลา สระทะเล

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์โดยได้ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งผลการวิเคราะห์และการแปลผลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะสภาพพื้นฐานด้านสังคม-เศรษฐกิจ
- ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อสารเคมี
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะสภาพพื้นฐานด้านสังคม-เศรษฐกิจ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามเพศ

|     | ข้อมูล | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----|--------|---------|--------|
| เพศ | ชาย    | 144     | 36.00  |
|     | หญิง   | 256     | 64.00  |
|     | รวม    | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 256 คิดเป็นร้อยละ 64 และเพศชายจำนวน 144 คิดเป็นร้อยละ 36 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามอายุ

| ข้อมูล             | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------|---------|--------|
| ต่ำกว่า 25         | 32      | 8.00   |
| ระหว่าง 25 - 35 ปี | 80      | 20.00  |
| ระหว่าง 36 - 45 ปี | 76      | 19.00  |
| ระหว่าง 46 - 55 ปี | 120     | 30.00  |
| มากกว่า 55 ปี      | 92      | 23.00  |
| รวม                | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี มีจำนวน 120 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 30 และรองลงมามีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปมีจำนวน 92 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23 อายุ 25-35 ปี มีจำนวน 80 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 76 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 19 และผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อมูล                 | จำนวนคน | ร้อยละ |
|------------------------|---------|--------|
| ประถมศึกษา             | 242     | 60.50  |
| มัธยมศึกษาตอนต้น       | 14      | 3.50   |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 50      | 12.50  |
| อนุปริญญา/ปวส.         | 50      | 12.50  |
| ปริญญาตรีหรือสูงกว่า   | 40      | 10.00  |
| อื่นๆ                  | 4       | 1.00   |
| รวม                    | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีจำนวน 242 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.และอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 50 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีจำนวน 14 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีจำนวน 14 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่มีการศึกษาอื่นๆ มีจำนวน 4 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| ข้อมูล       | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------|---------|--------|
| 1 – 2 คน     | 54      | 13.50  |
| 2 – 3 คน     | 60      | 15.00  |
| 3 – 4 คน     | 180     | 45.00  |
| มากกว่า 5 คน | 106     | 26.50  |
|              | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 180 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 5 คน มีจำนวน 106 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 26.5 สำหรับ มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน มีจำนวน 60 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน

| ข้อมูล       | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------|---------|--------|
| 1 – 2 คน     | 172     | 43.00  |
| 2 – 3 คน     | 128     | 32.00  |
| 3 – 4 คน     | 76      | 19.00  |
| มากกว่า 5 คน | 24      | 6.00   |
| รวม          | 400     | 100.00 |

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 1-2 คน มีจำนวน 172 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมามีจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 2-3 คน มีจำนวน 128 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32 มีจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 3-4 คน มีจำนวน 76 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 19 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือนมากกว่า 5 คน มีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามพื้นที่ถือครองทำการเกษตร

| ข้อมูล        | จำนวนคน | ร้อยละ |
|---------------|---------|--------|
| 1 - 20 ไร่    | 192     | 48.00  |
| 21 - 40 ไร่   | 124     | 31.00  |
| 41 - 60 ไร่   | 64      | 16.00  |
| 61 - 80 ไร่   | 12      | 3.00   |
| 81 - 100 ไร่  | 2       | 0.50   |
| 100 ไร่ขึ้นไป | 6       | 1.50   |
| รวม           | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตร 1-20 ไร่ มีจำนวน 192 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือพื้นที่ 21-40 ไร่ มีจำนวน 124 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31 มีพื้นที่ 41-60 ไร่ มีจำนวน 64 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาคือพื้นที่ 61-80 ไร่ มีจำนวน 12 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12 มีพื้นที่ 100 ไร่ขึ้นไป มีจำนวน 6 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 สำหรับผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีพื้นที่ถือครองทำการเกษตร 8-100 ไร่ มีจำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามกรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดิน

| ข้อมูล       | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------|---------|--------|
| เป็นของตนเอง | 234     | 58.50  |
| เช่าพื้นที่  | 120     | 30.00  |
| ทั้งสองอย่าง | 46      | 11.50  |
| รวม          | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีกรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดินมีพื้นที่เป็นของตนเองมีจำนวน 234 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือเช่าพื้นที่มีจำนวน 120 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 30 สำหรับผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีพื้นที่ที่เป็นของตนเองและพื้นที่เช่า มีจำนวน 46 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปีที่ผ่านมา พ.ศ. 2558 (ไม่หักต้นทุน)

| ข้อมูล                  | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-------------------------|---------|--------|
| 0 - 300,001 บาท         | 228     | 57.00  |
| 300,001 - 600,000 บาท   | 88      | 22.00  |
| 600,001 - 800,000 บาท   | 62      | 15.50  |
| 800,001 - 1,000,000 บาท | 8       | 2.00   |
| มากกว่า 1,000,000 บาท   | 14      | 3.50   |
| รวม                     | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่าง 0 - 300,001 บาท มีจำนวน 228 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรอยู่ระหว่าง 300,001 – 600,001 บาท มีจำนวน 88 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 22 รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรอยู่ระหว่าง 600,001-800,001 บาท มีจำนวน 62 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.5 รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรมากกว่า 1,000,000 บาทมีจำนวน 14 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 สำหรับผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรอยู่ระหว่าง 800,001–1,000,000 บาทมีจำนวน 8 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามประสบการณ์ในการทำการเกษตร

| ข้อมูล        | จำนวนคน | ร้อยละ |
|---------------|---------|--------|
| 0 – 10 ปี     | 108     | 27.00  |
| 11 - 20 ปี    | 82      | 20.50  |
| 21 – 30 ปี    | 106     | 26.50  |
| 31 – 40 ปี    | 60      | 15.00  |
| มากกว่า 40 ปี | 44      | 11.00  |
| รวม           | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 9 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรระหว่าง 0-10 ปี จำนวน 108 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมา มีประสบการณ์ระหว่าง 21 - 30 ปีมีจำนวน 106 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 26.5 มีประสบการณ์ระหว่าง 11-20 ปีมีจำนวน 82 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.5 5 มีประสบการณ์ระหว่าง 31-40 ปีมีจำนวน 60 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 15.0 สำหรับผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีประสบการณ์การทำการเกษตรมากกว่า 40 ปีมีจำนวน 44 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร

| ข้อมูล  | จำนวนคน | ร้อยละ |
|---------|---------|--------|
| เป็น    | 348     | 87.00  |
| ไม่เป็น | 52      | 13.00  |
| รวม     | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรมีจำนวน 348 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 87 และไม่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรจำนวน 52 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์

ในการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ ระดับการตัดสินใจ ที่ใช้ในการประเมินไว้ดังนี้

|                              |                                      |
|------------------------------|--------------------------------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.0  | หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด  |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 | หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก        |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 | หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง    |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 | หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย       |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 | หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด |

ตารางที่ 11 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยทางการตลาด       | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|------------------------|------|------|----------------|
| 1. ด้านส่งเสริมการตลาด | 3.66 | 1.17 | มาก            |
| 2. ด้านผลิตภัณฑ์       | 3.60 | 0.94 | มาก            |
| 3. ด้านราคา            | 3.59 | 2.25 | มาก            |
| 4. ด้านการจัดจำหน่าย   | 3.57 | 0.93 | มาก            |
| รวม                    | 3.61 | 1.32 | มาก            |

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.61 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีความสำคัญในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.60 มีความสำคัญในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.59 มีความสำคัญในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.57 มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยทางการตลาด                                        | ความถี่       |              |                |                |               | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---------------------------------------------------------|---------------|--------------|----------------|----------------|---------------|------|------|----------------|
|                                                         | น้อยที่สุด    | น้อย         | ปานกลาง        | มาก            | มากที่สุด     |      |      |                |
| 1. มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพ                             | 2<br>(0.50)   | 10<br>(2.50) | 104<br>(26.00) | 204<br>(51.00) | 80<br>(20.00) | 3.87 | 0.76 | มาก            |
| 2. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาดหรือคุณสมบัติพิเศษ | 2<br>(0.50)   | 28<br>(7.00) | 114<br>(28.50) | 176<br>(44.00) | 80<br>(20.00) | 3.76 | 0.86 | มาก            |
| 3. บรรจุภัณฑ์ใช้สะดวก                                   | 2<br>(0.50)   | 24<br>(6.00) | 132<br>(33.00) | 172<br>(43.00) | 70<br>(17.50) | 3.71 | 0.84 | มาก            |
| 4. เครื่องหมายการค้า (ตราหมี)                           | 38<br>(9.50)  | 32<br>(8.00) | 112<br>(28.00) | 168<br>(42.00) | 50<br>(12.50) | 3.40 | 1.10 | มาก            |
| 5. คุณภาพของสารเคมีตรงตามฉลากระบุ                       | 54<br>(13.50) | 18<br>(4.50) | 140<br>(35.00) | 138<br>(34.50) | 50<br>(12.50) | 3.28 | 1.16 | มาก            |
| รวม                                                     |               |              |                |                |               | 3.60 | 0.94 | มาก            |

จากตารางที่ 12 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.60 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่นขนาด หรือคุณสมบัติพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 3.76 มีความสำคัญในระดับมาก บรรจุภัณฑ์ใช้สะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.71 มีความสำคัญในระดับมาก เครื่องหมายการค้า (ตราหือ)มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีความสำคัญในระดับมาก คุณภาพของสารเคมีตรงตามฉลากระบุ มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยทางการตลาด              | ความถี่      |               |                |                |                | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|-------------------------------|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------|------|----------------|
|                               | น้อยที่สุด   | น้อย          | ปานกลาง        | มาก            | มากที่สุด      |      |      |                |
| 1. ระยะเวลาการให้เครดิต       | 14<br>(3.50) | 34<br>(8.50)  | 122<br>(30.50) | 163<br>(40.80) | 67<br>(16.80)  | 3.61 | 1.00 | มาก            |
| 2. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน       | 8<br>(2.00)  | 20<br>(5.00)  | 128<br>(32.00) | 138<br>(34.50) | 106<br>(26.50) | 3.23 | 1.08 | มาก            |
| 3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า | 8<br>(2.00)  | 46<br>(11.50) | 124<br>(31.00) | 138<br>(34.50) | 84<br>(21.00)  | 3.59 | 4.19 | มาก            |
| 4. ราคาสินค้าถูก              | 18<br>(4.50) | 62<br>(15.50) | 146<br>(36.50) | 106<br>(26.50) | 68<br>(17.00)  | 3.36 | 1.07 | มาก            |
| 5. สามารถต่อรองราคาได้        | 30<br>(7.50) | 58<br>(14.50) | 150<br>(37.50) | 112<br>(28.00) | 50<br>(12.50)  | 3.79 | 0.95 | มาก            |
| รวม                           |              |               |                |                |                | 3.59 | 2.25 | มาก            |

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.59 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ระยะเวลาการให้เครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีความสำคัญในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.61 มีความสำคัญในระดับมาก ราคาสินค้าถูก มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีความสำคัญในระดับมาก สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ย 3.23 มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยทางการตลาด                                      | ความถี่      |               |                |                |               | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|-------------------------------------------------------|--------------|---------------|----------------|----------------|---------------|------|------|----------------|
|                                                       | น้อยที่สุด   | น้อย          | ปานกลาง        | มาก            | มากที่สุด     |      |      |                |
| 1. ร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง                       | 8<br>(2.00)  | 30<br>(7.50)  | 122<br>(30.50) | 154<br>(38.50) | 86<br>(21.50) | 3.78 | 0.95 | มาก            |
| 2. ร้านเป็นผู้แทนจำหน่ายจากบริษัทผู้ผลิต              | 8<br>(2.00)  | 22<br>(5.50)  | 134<br>(33.50) | 172<br>(43.00) | 64<br>(16.00) | 3.70 | 0.95 | มาก            |
| 3. ร้านจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก                         | 0<br>(0)     | 38<br>(9.50)  | 110<br>(27.50) | 166<br>(41.50) | 86<br>(21.50) | 3.75 | 0.89 | มาก            |
| 4. มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้านในกรณีสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก | 12<br>(3.00) | 40<br>(10.00) | 106<br>(26.50) | 172<br>(43.00) | 70<br>(17.50) | 3.65 | 0.88 | มาก            |
| 5. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาได้ง่าย                | 12<br>(3.00) | 16<br>(4.00)  | 114<br>(28.50) | 186<br>(46.50) | 72<br>(18.00) | 3.62 | 0.98 | มาก            |
| รวม                                                   |              |               |                |                |               | 3.57 | 0.93 | มาก            |

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.57 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ร้านเป็นผู้แทนจำหน่ายจากบริษัทผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีความสำคัญในระดับมาก ร้านจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีความสำคัญในระดับมาก มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้านในกรณีสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีความสำคัญในระดับมาก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.62 มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยทางการตลาด                       | ความถี่      |               |                |                |               | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|----------------------------------------|--------------|---------------|----------------|----------------|---------------|------|------|----------------|
|                                        | น้อยที่สุด   | น้อย          | ปานกลาง        | มาก            | มากที่สุด     |      |      |                |
| ด้านส่งเสริมการตลาด                    |              |               |                |                |               |      |      |                |
| 1. พนักงานขายให้คำแนะนำที่ดี           | 6<br>(1.50)  | 14<br>(35.0)  | 112<br>(28.00) | 180<br>(45.00) | 86<br>(21.50) | 3.42 | 0.93 | มาก            |
| 2. ผู้จัดการมีความรู้และแนะนำสินค้าได้ | 10<br>(2.50) | 18<br>(4.50)  | 134<br>(33.50) | 148<br>(37.00) | 90<br>(22.50) | 3.69 | 0.86 | มาก            |
| 3. การโฆษณาสินค้า                      | 4<br>(1.00)  | 28<br>(7.00)  | 120<br>(3.00)  | 182<br>(45.50) | 66<br>(16.50) | 3.97 | 2.29 | มาก            |
| 4. การบริการจัดส่งสินค้าด้านอื่นๆ      | 4<br>(1.00)  | 36<br>(9.00)  | 158<br>(39.50) | 146<br>(36.50) | 56<br>(14.00) | 3.53 | 0.87 | มาก            |
| 5. การแจกของแถมของสมนาคุณ              | 8<br>(2.00)  | 54<br>(13.50) | 146<br>(36.50) | 146<br>(36.50) | 46<br>(11.50) | 3.72 | 0.94 | มาก            |
| รวม                                    |              |               |                |                |               | 3.66 | 1.17 | มาก            |

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการการจัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.66 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ พนักงานขายให้คำแนะนำที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการมีความรู้และแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.72 มีความสำคัญในระดับมาก การโฆษณาสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีความสำคัญในระดับมาก การบริการจัดส่งสินค้าด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.53 มีความสำคัญในระดับมาก การแจกของแถมของสมนาคุณ มีค่าเฉลี่ย 3.42 มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อและ  
การใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานที่ที่ท่านซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช | จำนวน (n=400) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|---------------|--------|
| 1. ร้านค้าในหมู่บ้าน                          | 184           | 54.00  |
| 2. ร้านค้าใหญ่ในเมือง                         | 98            | 24.00  |
| 3. สหกรณ์การเกษตร                             | 302           | 75.50  |
| 4. อื่นๆ                                      | 15            | 3.80   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชจากสหกรณ์  
การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมาคือ ร้านค้าในหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ร้านค้าใหญ่ใน  
เมือง คิดเป็น ร้อยละ 24.0 และร้านอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมี  
ป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามผู้  
ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช

| ข้อมูล                                     | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------|---------|--------|
| ผู้ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช |         |        |
| ตนเอง                                      | 345     | 86.25  |
| คู่สมรส                                    | 48      | 12.00  |
| บุตร                                       | 2       | 0.50   |
| อื่นๆ                                      | 5       | 1.25   |
| รวม                                        | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยตนเอง มีจำนวน 345 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 86.3 และรองลงมาคือผู้สมัครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีจำนวน 48 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ผู้อื่นเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช มีจำนวน 5 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 1.3 และบุตร มีจำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามการช่วงเวลาในการซื้อ

| ข้อมูล                            | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|---------|--------|
| ซื้อไว้ตั้งแต่เริ่มฤดูกาลเพาะปลูก | 146     | 36.50  |
| ซื้อเมื่อต้องการฉีดพ่นสารเคมี     | 254     | 63.50  |
| รวม                               | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ซื้อเมื่อต้องการฉีดพ่นสารเคมี มีจำนวน 254 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 และรองลงมาซื้อไว้ตั้งแต่เริ่มฤดูกาลเพาะปลูก มีจำนวน 146 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 36.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามการใช้สารเคมี

| ข้อมูล          | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------|---------|--------|
| เพียง 1 ครั้ง   | 52      | 13.00  |
| 2 ครั้ง         | 140     | 35.00  |
| 3 ครั้ง         | 84      | 21.00  |
| มากกว่า 4 ครั้ง | 124     | 31.00  |
| รวม             | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 19 .พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ฉีดยาสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช 2 ครั้ง มีจำนวน 140 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 35 และรองลงมาฉีดยาสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมากกว่า 4 ครั้งมีจำนวน 124 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31 ฉีดยาสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช 3 ครั้งมีจำนวน 84 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 21 และฉีดยาสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชเพียง 1 ครั้ง มีจำนวน 52 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามการซื้อ

| ข้อมูล       | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------|---------|--------|
| เงินสด       | 111     | 27.75  |
| เครดิตนาน    | 51      | 12.75  |
| ทั้งสองอย่าง | 238     | 59.50  |
| รวม          | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยเงินสดและเครดิต มีจำนวน 238 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 59.5 และรองลงมาซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยเงินสด มีจำนวน 111 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 27.8 ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยเครดิตมีจำนวน 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์จำแนกตามระยะเวลาเครดิตที่ได้รับ

| ข้อมูล         | จำนวนคน | ร้อยละ |
|----------------|---------|--------|
| 3 – 7 วัน      | 81      | 20.25  |
| 7 – 14 วัน     | 58      | 14.50  |
| 14 – 21 วัน    | 46      | 11.50  |
| มากกว่า 21 วัน | 215     | 53.75  |
| รวม            | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้ระยะเวลาเครดิตที่มากกว่า 21 วัน มีจำนวน 215 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 53.8 และรองลงมาได้ระยะเวลาเครดิตที่ 3-7 วัน มีจำนวน 81 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.3 ระยะเวลาเครดิตที่ 7- 14 วันมีจำนวน 58 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 14.5 ระยะเวลาเครดิตที่ 14-12 วัน มีจำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อสารโฆษณาที่มุ่งใจให้ เลือกซื้อ สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สื่อโฆษณา            | จำนวน (n=400) | ร้อยละ |
|----------------------|---------------|--------|
| 1. โทรทัศน์          | 116           | 29.00  |
| 2. วิทยุ             | 134           | 33.50  |
| 3. แผ่นป้ายโฆษณา     | 94            | 23.50  |
| 4. เอกสารทางวิชาการ  | 56            | 14.00  |
| 5. หนังสือพิมพ์      | 2             | 0.50   |
| 6. นิตยสารต่างๆ      | 8             | 2.00   |
| 7. ประชุมเชิงวิชาการ | 28            | 7.00   |
| 8. พนักงานขาย        | 180           | 45.00  |
| 9. อื่นๆ             | 12            | 3.00   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับสื่อโฆษณาจากพนักงานขายเป็นร้อยละ 45 รองลงมารับสื่อโฆษณาจากคิดเป็นร้อยละ 33.5 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 29 แผ่นป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 23.5 เอกสารทางวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 14.0 ประชุมเชิงวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 7 สื่อโฆษณาอื่น คิดเป็นร้อยละ 3.0 นิตยสารต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 2 และหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการเลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

| ปัญหาปัญหาในการเลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------|---------|--------|
| ไม่มีปัญหา                                            | 244     | 61.00  |
| มีปัญหา                                               | 156     | 39.00  |
| รวม                                                   | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการเลือกใช้สารเคมี คิดเป็นร้อยละ 61 และมีปัญหาในการใช้สารเคมีในด้านราคาแพง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.25

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาในการเลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัด

| ปัญหาในการเลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------|---------|--------|
| ราคาแพง                                          | 129     | 32.25  |
| หาซื้อยาก                                        | 14      | 3.50   |
| ไม่ทราบถึงคุณสมบัติในการกำจัดแมลงของสารเคมี      | 13      | 3.25   |
| รวม                                              | 159     | 39.00  |

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับ ราคาแพงมีจำนวน 129 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 32.25 มีปัญหาเกี่ยวกับหาซื้อยากมีจำนวน 14 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 12.75 และมีปัญหาเกี่ยวกับไม่รู้อาจจะเลือกสารเคมีให้ตรงกับชนิดของแมลงอย่างไรมีจำนวน 13 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการเก็บสารเคมีหรือไม่

| ปัญหา                 | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------|---------|--------|
| ไม่มีปัญหา            | 312     | 78.00  |
| มีปัญหา(ไม่มีที่เก็บ) | 88      | 22.00  |
| รวม                   | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการเก็บสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมีจำนวน 312 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 78 และมีปัญหาในการเก็บสารเคมีกำจัดศัตรูพืชโดยไม่มีที่เก็บมีจำนวน 88 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

| ปัญหา        | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------|---------|--------|
| 1.ไม่มีปัญหา | 286     | 71.50  |
| 2.มีปัญหา    | 114     | 28.50  |
| รวม          | 400     | 100.00 |

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชมีจำนวน 286 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 71.5 และมีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชมีจำนวน 114 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 28.5

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

| สาเหตุของปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------|---------|--------|
| 1. หน่วยงานที่ให้ความรู้ยังไม่                                  | 51      | 12.75  |
| 2. ไม่มีเวลาเข้ารับการอบรม                                      | 63      | 15.75  |
| รวม                                                             | 114     | 28.50  |

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในด้านไม่มีเวลาเข้ารับการอบรมจำนวน 63 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 15.75 และมีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในด้านหน่วยงานที่ให้ความรู้อยู่ไกลจำนวน 51 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 12.75



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกรในเขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในเขตอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย

#### สรุปผลการวิจัย

##### ส่วนที่ 1 ลักษณะสภาพพื้นฐานด้านสังคม-เศรษฐกิจ

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 46-55 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และมีจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 1-2 คน มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตร 1-20 ไร่ และส่วนใหญ่มีพื้นที่เป็นของตนเอง มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปีที่ผ่านมา (ไม่หักต้นทุน) 0-200,001 บาท มีประสบการณ์ในการทำเกษตร 0-10 ปี ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร

##### ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

ผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่าในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านราคามีความสำคัญอยู่ในระดับมากและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดมีความสำคัญในระดับมาก

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชจากสหกรณ์การเกษตร มีการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยตนเอง มีการซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชเมื่อต้องการฉีพ่นหรือต้องการใช้ มีการฉีดพ่นสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช 2 ครั้งต่อการเกิดโรคหนึ่งครั้ง ซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยเงินสดและเครดิต ระยะเวลาเครดิตที่ได้รับมากกว่า 21 วัน และรับการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานขายมากที่สุด

### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้สารเคมีในด้านราคาแพง มีปัญหาไม่มีที่เก็บในการเก็บสารเคมี และมีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชไม่มีเวลาเข้ารับการอบรม มากที่สุด

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงต้องมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพซึ่งสอดคล้องกับ วลัยพร ชวนสมสุข (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในนาข้าวตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพและคุณภาพของสารเคมีตรงตามฉลากระบุ

ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากลูกค้าจะให้ความสำคัญกับราคาสินค้าเพื่อทำการเปรียบเทียบกับสินค้าร้านอื่น ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือระยะเวลาของการให้เครดิตเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับเจริญ สีนสวนแดง (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกแก้ว ในอำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า เกษตรกร ให้ความสำคัญกับราคา และ

ระยะเวลาของการให้เครดิตเกษตรอาจเนื่องมาจากเกษตรกร มีความต้องการสารเคมีใน ปริมาณมาก จึงคำนึงถึงราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรใน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากทำเลที่ตั้ง การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบของร้านมีความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของ เกษตร ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือร้านจำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ วลัยพร ขวนสมสุข (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันและ กำจัดศัตรูพืชในนาข้าวตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาดผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของ เกษตรกรในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสำคัญโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เนื่องจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นการสร้างความสนใจแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ อีกด้านหนึ่งและเป็นการคืนกำไรให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในอีกรูปแบบหนึ่งด้วย ปัจจัยที่มี ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานขายให้คำแนะนำที่ดี และผู้จำหน่ายมีความรู้และแนะนำสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับวลัยพร ขวนสมสุข (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในนาข้าวตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือพนักงานขายให้คำแนะนำที่ดีและ การแจกของแถมของสมนาคุณ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ศึกษาขอเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ ดังนี้

ด้านการตัดสินใจซื้อสารเคมี พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรใช้ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจมากที่สุด โดยเฉพาะด้านพนักงานขายที่ให้คำแนะนำที่ดี ดังนั้นร้านจำหน่าย ควรมีการฝึกอบรมแก่พนักงานขายให้มีความรู้ และสามารถแนะนำสารเคมีที่ใช้ในการเกษตรให้ เกษตรกรได้เป็นอย่างดี เพื่อความเข้าใจของเกษตรกรในการเลือกซื้อสารเคมีทางการเกษตร เพื่อ ประโยชน์แก่เกษตรกรสูงสุด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพมากที่สุด ดังนั้นร้านจำหน่ายควรทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพและทะเบียนรับรองให้มีคุณสมบัติตรงตามที่สลากระบุไว้ ก่อนวางจำหน่าย เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลเสียหาย และก่อประโยชน์แก่เกษตรกรสูงสุด

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรให้ความสำคัญกับด้านระยะเวลาการให้เครดิตมากที่สุด ดังนั้นร้านตัวแทนจำหน่ายควรมีการต่อรองระยะเวลาในการชำระเงินกับเกษตรกรเพื่อความพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการชำระเงินทั้งสองฝ่าย

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรให้ความสำคัญกับร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นร้านตัวแทนจำหน่ายควรมีการเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมและมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเดินทางไปยังร้านจำหน่ายเพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางแก่เกษตรกรสูงสุด

#### ด้านปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี

ด้านปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในการใช้สารเคมีในด้านราคาแพง ดังนั้น ควรให้ความรู้แก่เกษตรกรโดยให้ความรู้แก่เกษตรกรใช้วิธีผสมผสาน ใช้สารชีวภาพ ชีวภัณฑ์ซึ่งจะมีราคาถูกกว่าสารเคมี หรือถ้าหากจะใช้สารเคมี ต้องรู้วิธีการใช้สารเคมีที่ถูกต้อง ทั้งขนาดและปริมาณในการใช้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะสามารถลดต้นทุนในการทำเกษตรได้

มีปัญหาไม่มีที่เก็บในการเก็บสารเคมี ดังนั้น ควรให้ความรู้เกษตรกรว่าควรซื้อสารเคมีในปริมาณที่เพียงพอเท่านั้น และให้ความรู้แก่เกษตรกรในการทำลายสารเคมีที่ถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อตนเองและสิ่งแวดล้อม

มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชด้านไม่มีเวลาเข้ารับการอบรม ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ หรือร้านจำหน่ายสารเคมีทางการเกษตรควรหาช่องทางที่เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด เช่นวิทยุกระจายเสียงของชุมชนเป็นเครื่องมือที่สามารถทำให้เกษตรกรได้รับความรู้ตามหลักวิชาการได้มาก

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษามีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น ๆ นอกจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากเกษตรกรมีปัญหาในการอ่านแบบสอบถามและการทำความเข้าใจแบบสอบถามและควรมีการเพิ่มระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลให้สูงขึ้น
2. ควรทำการศึกษาของกลุ่มของสารเคมีที่ใช้ในการเกษตรเพิ่มเติม เช่น ปุ๋ยเคมี หรือสารเสริมที่ใช้ในการเกษตรต่าง ๆ รวมไปถึงสารชีวภาพหรือสารอินทรีย์ อุปกรณ์ทางการเกษตรต่างๆ เพื่อให้มีมุมมองที่มีความหลากหลายมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กมลวรรณ ทองอร่าม. 2552. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายกับปัจจัยทางการตลาด ในตลาดนัด เขตอาเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร . 2558. ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตรปี 2556 เอกสารสถิติการเกษตรเลขที่ 402. นนทบุรี: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมการปกครอง สำนักทะเบียนกลาง. 2557. ประกาศสำนักทะเบียนกลางเรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง.
- กรมควบคุมโรค. 2553. คู่มือเกษตรกรปลอดโรคสำหรับเกษตรกรและอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน. นนทบุรี: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมวิชาการเกษตร. 2554ก. สถิติการนำเข้าสารเคมีกำจัดศัตรูพืช [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.oae.go.th/ewt\\_news.php?nid=146](http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=146) (8 กุมภาพันธ์ 2558).
- \_\_\_\_\_. 2554ข. สถิติการส่งออกปี 2554. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.doa.go.th/main/> (8 กุมภาพันธ์ 2558).
- กรมวิชาการเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร. 2555. รายงานสรุปการนำเข้าวัตถุอันตรายทางการเกษตร. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.doa.go.th/ard/> (8 กุมภาพันธ์ 2558).
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2524. หลักการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้อง. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- ขวัญชัย สมบัติศิริ. 2527. ยาฆ่าแมลง. กรุงเทพฯ: ภาควิชากีฏวิทยา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เจริญ สีนสวนแดง. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกแก้ว ในอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรศักดิ์ ศรีรัตน์. 2551. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กส เฟอร์เนท.

- ชลธิรา ศิริภัทรนุกูล. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวานของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- บดินทร์ เอี่ยมสนธิ. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรในเขตเทศบาลตำบลอุโมงค์ อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลี้ยง บุญมี. 2542. การตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชในชาวนาหวานของเกษตรกร เขตภาคกลาง กรณีศึกษาใน อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี และ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิบูล ทีปะपाल. 2545. หลักการตลาด: ยุคใหม่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- มานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา. 2554. ยุทธศาสตร์การตลาด. กรุงเทพฯ: สุขุมการพิมพ์.
- วลัยพร ขวนสมสุข. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในนาข้าวตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. 2553. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2552. การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนครสวรรค์. 2557. แผนพัฒนาจังหวัดนครสวรรค์ 4 ปี พ.ศ.2557-2560. นครสวรรค์: สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2558. สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.oae.go.th/ewt\\_news.php?nid=13577\\_\(8 กุมภาพันธ์ 2558\)](http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=13577_(8%20กุมภาพันธ์%202558)).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Armstrong, G., & Kotler, P. 2003. **Marketing and introduction**. 6<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Education.

Belch, George E. & Belch, Michael A. 1993. **Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. 2<sup>nd</sup> ed. Boston, Mass.: Richard D. Irwin.

Boone, L. E. & Kurtz, D. L. 1995. **Contemporary Marketing**. Eight Edition. U.S.A.: Harcourt Bruce College.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 1994. *Consumer behavior*. 5<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.

Yamane, Taro. 1973. **Statistics an introduction analysis**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper & Row.



ภาคผนวก



## แบบสัมภาษณ์

## เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร  
ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้ จัดทำเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ในอำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ โดยนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ให้ตรงกับความ เป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย และขอขอบคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้ ข้อมูลของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการนำเสนอผลการวิจัยนี้จะเป็นภาพรวมเท่านั้น

**คำแนะนำ** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ( ) หน้าข้อความตามผลการสัมภาษณ์หรือเติมผลการสัมภาษณ์ลงในช่องว่าง

## ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 25 ปี ( ) 25 – 45 ปี  
( ) 36 – 45 ปี ( ) 46 – 55 ปี  
( ) มากกว่า 55 ปี
3. ระดับการศึกษา ( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 4. อนุปริญญา/ปวส  
( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) 5. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ( ) 6. อื่นๆระบุ.....

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

( ) 1 – 2 คน ( ) 2 – 3 คน  
( ) 3 – 4 คน ( ) มากกว่า 5 คน

5. จำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน

( ) 1 – 2 คน ( ) 2 – 3 คน  
( ) 3 – 4 คน ( ) มากกว่า 5 คน

6. พื้นที่ถือครองทำการเกษตร

( ) 1 – 20 ไร่ ( ) 21 – 40 ไร่  
( ) 41 – 60 ไร่ ( ) 61 – 80 ไร่  
( ) 81 – 100 ไร่ ( ) 100 ไร่ขึ้นไป

7. กรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดิน

( ) 1. เป็นของตนเอง ( ) 2. เช่าพื้นที่

8. รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในปีที่ผ่านมา พ.ศ. 2558 (ไม่หักต้นทุน)

( ) 1. 0 – 300,001 บาท ( ) 2. 300,001 – 600,000 บาท  
( ) 3. 600,001 – 800,000 บาท ( ) 4. 800,001 – 1,000,000 บาท  
( ) 5. มากกว่า 1,000,000

9. ท่านมีประสบการณ์ในการทำการเกษตรมาเป็นเวลา

( ) 1. 0 – 10 ปี ( ) 2. 11 – 20 ปี  
( ) 3. 21 – 30 ปี ( ) 4. 31 – 40 ปี  
( ) 5. มากกว่า 40 ปี

10. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรหรือไม่

( ) 1. เป็น ( ) 2. ไม่เป็น

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสารเคมี

คำแนะนำ โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดตามลำดับ  
ความคิดเห็นของท่าน

| ปัจจัยที่ใช้สำหรับการพิจารณา                             | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|----------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>                                     |           |     |         |      |            |
| 1 คุณภาพของสารเคมีตรงตามฉลากระบุ                         |           |     |         |      |            |
| 2 เครื่องหมายการค้า (ตรา ยี่ห้อ)                         |           |     |         |      |            |
| 3 มีเลขทะเบียนรับรองคุณภาพ                               |           |     |         |      |            |
| 4. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด หรือคุณสมบัติพิเศษ |           |     |         |      |            |
| 5. บรรจุภัณฑ์ใช้สะดวก                                    |           |     |         |      |            |
| <b>ด้านราคา</b>                                          |           |     |         |      |            |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า                            |           |     |         |      |            |
| 2. สามารถต่อรองราคาได้                                   |           |     |         |      |            |
| 3. ระยะเวลาการให้เครดิต                                  |           |     |         |      |            |
| 4. ราคาสินค้าถูก                                         |           |     |         |      |            |
| 5. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน                                  |           |     |         |      |            |
| <b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>                                 |           |     |         |      |            |
| 1. ร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง                          |           |     |         |      |            |
| 2. ร้านจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก                            |           |     |         |      |            |
| 3. ร้านเป็นผู้แทนจำหน่ายจากบริษัทผู้ผลิต                 |           |     |         |      |            |
| 4. มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้านในกรณีสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก    |           |     |         |      |            |
| 5. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาได้ง่าย                   |           |     |         |      |            |

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ( ) หน้าข้อความตามผลการสัมภาษณ์หรือเติมผลการสัมภาษณ์ลงในช่องว่าง.

1. สถานที่ที่ท่านซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ร้านค้าในหมู่บ้าน ( ) ร้านค้าใหญ่ในเมือง  
( ) สหกรณ์การเกษตร ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ผู้ใดตัดสินใจซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช

- ( ) ตัวเอง ( ) คู่สมรส  
( ) บุตร ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

3. ปกติท่านซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชเมื่อใด

- ( ) ซื้อไว้ตั้งแต่เริ่มฤดูกาลเพาะปลูก ( ) ซื้อเมื่อต้องการฉีดพ่นสารเคมี

4. ปกติแล้วท่านฉีดพ่นสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชกี่ครั้งต่อการเกิดโรคหนึ่งครั้ง

- ( ) เพียง 1 ครั้ง ( ) 2 ครั้ง  
( ) 3 ครั้ง ( ) มากกว่า 4 ครั้ง

5. ท่านซื้อสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วย

- ( ) เงินสด ( ) เครดิตนาน  
( ) ทั้งสองอย่าง

6. หากท่านซื้อด้วยเครดิต ระยะเวลาเครดิตที่ท่านได้รับ

- ( ) 3 – 7 วัน ( ) 7 – 14 วัน  
( ) 14 – 21 วัน ( ) มากกว่า 21 วัน

7. การสื่อโฆษณาสารใดที่จูงใจให้ท่านเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ โทรทัศน์                      ☐ วิทยุ  
☐ แผ่นป้ายโฆษณา            ☐ เอกสารทางวิชาการ  
☐ หนังสือพิมพ์                  ☐ นิตยสารต่างๆ  
☐ ประชุมเชิงวิชาการ    ☐ พนักงานขาย            ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้สารเคมี

1. ท่านเคยมีปัญหาในการเลือกใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหรือไม่

- ☐ 1. ไม่มีปัญหา  
☐ 2. มีปัญหา  
     ☐ 2.1 ราคาแพง  
     ☐ 2.2 หาซื้อยาก  
     ☐ 2.3 ไม่รู้ว่าจะเลือกสารเคมีให้ตรงกับชนิดของแมลงอย่างไร  
     ☐ 2.4 อื่นๆ (ระบุ).....

2. ท่านมีปัญหาในการเก็บสารเคมีหรือไม่

- ☐ 1. ไม่มีปัญหา  
☐ 2. มีปัญหา  
     ☐ 2.1 ไม่มีที่เก็บ                      ☐ 2.2 อื่นๆ (ระบุ).....

3. ท่านมีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งความรู้ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหรือไม่

- ☐ 1. ไม่มีปัญหา  
☐ 2. มีปัญหา  
     ☐ 2.1 หน่วยงานที่ให้ความรู้อยู่ไกล  
     ☐ 2.2 ไม่มีเวลาเข้ารับการอบรม  
     ☐ 2.2 อื่นๆ (ระบุ).....



ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล นายชานววัฒน์ เสธา

เกิดเมื่อ 15 ตุลาคม 2533

ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2556 ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. 2551 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์