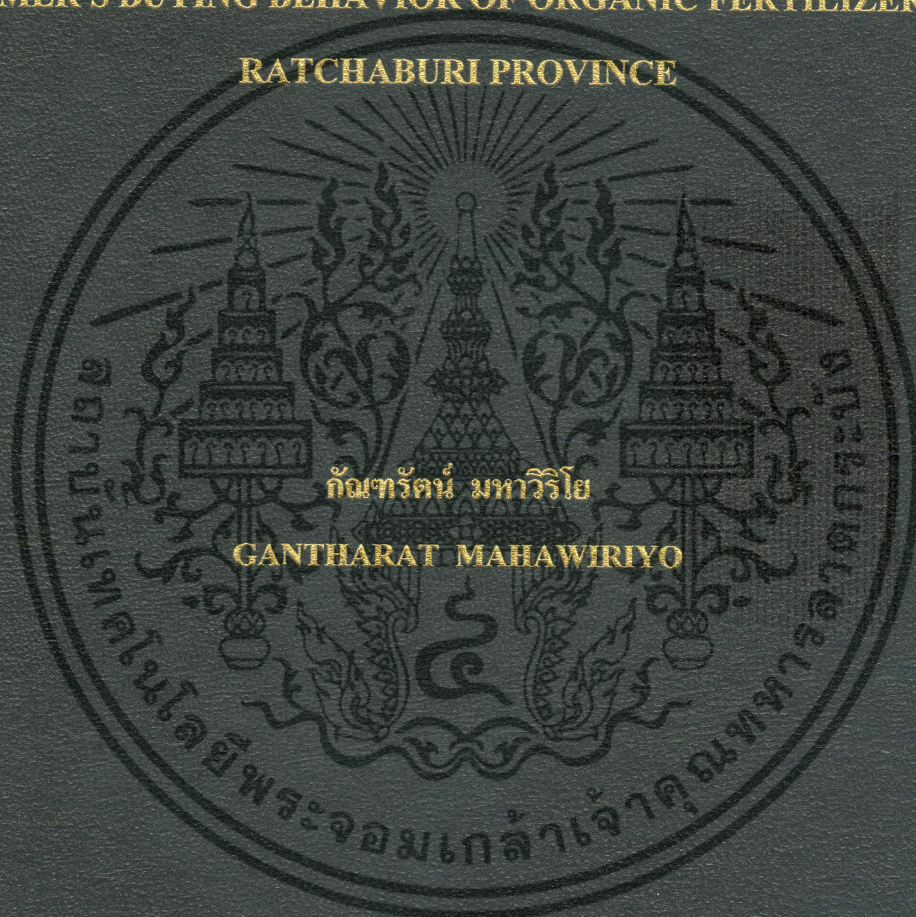


ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

PERCEPTION AND MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING  
FARMER'S BUYING BEHAVIOR OF ORGANIC FERTILIZERS IN  
RATCHABURI PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2559

KMITL-2016-FAM-M-047-050

ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ  
ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

PERCEPTION AND MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING  
FARMER'S BUYING BEHAVIOR OF ORGANIC FERTILIZERS IN  
RATCHABURI PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
คณะกรรมการบริหารและจัดการ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ.2559

**KMITL-2016-FAM-M-047-050**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**PERCEPTION AND MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING  
FARMER'S BUYING BEHAVIOR OF ORGANIC FERTILIZERS IN  
RATCHABURI PROVINCE**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2016**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**KMITL-2016-FAM-M-047-050**



**COPYRIGHT 2016**

**FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะกรรมการบริหารและจัดการ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ  
พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี  
PERCEPTION AND MARKETING MIX FACTORS  
INFLUENCING FARMER'S BUYING BEHAVIOR OF  
ORGANIC FERTILIZERS IN RATCHABURI PROVINCE

นักศึกษา

นางสาวกัญชรัตน์ มหาวิริโย

รหัสประจำตัว

58611053

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

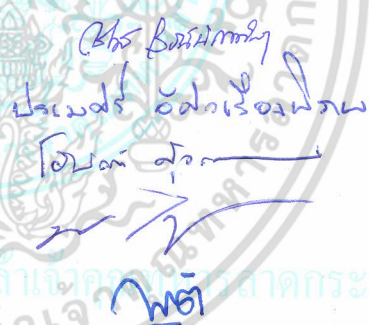
บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอบอด สุวรรณเมฆ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ	โรจน์นิรุตติกุล	
อ.ดร.ปรเมศร์	อัสวเรืองพิภพ	
ผศ.ดร.โอบอด	สุวรรณเมฆ	
ผศ.ดร.มนัส	ไพฑูรย์เจริญลาภ	
ดร.พยัค	วุฒิรงค์	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 15 กรกฎาคม 2559 เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้อง402 อาคารสำนักบริการคอมพิวเตอร์

คณะรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี)

คณบดีคณะกรรมการบริหารและจัดการ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี
นักศึกษา	นางสาวกัญชรัตน์ มหาวิริโย
รหัสประจำตัว	58611053
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2559
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (2) ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และระดับความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เกษตรกร ที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 542 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลคือแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีของ Cronbach ได้เท่ากับ 0.798 และวิเคราะห์โดย อาศัยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า (1) อายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ มี อิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรทั้งด้านความถี่และปริมาณในการซื้อที่ แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาและการได้รับการอบรมที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรด้านปริมาณการซื้อที่แตกต่างกันและ (2) ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรทั้งด้านความถี่และปริมาณในการ ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Thesis</b>	Perception and Marketing Mix Factors Influencing Farmer's Buying Behavior of Organic Fertilizers in Ratchaburi Province
<b>Student</b>	Miss Gantharat Mahawiriyo
<b>Student ID</b>	58611053
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Programme</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2016
<b>Thesis Advisor</b>	Dr.Poramate Asawaruangpipop
<b>Thesis Co Advisor</b>	Assistant Professor Dr.Opal Suwunnamek

## ABSTRACT

Objectives of the study were (1) To explore farmer's buying behavior of organic fertilizers in Ratchaburi classified by personal information, and (2) To analyze perception about the benefits of using organic fertilizers and opinion towards marketing mix factors that influenced buying behavior of organic fertilizers in this province. 400 farmers who used organic fertilizers and lived in the province were the respondents in this study. Data was collected by questionnaires that were constructed from literature reviews, validity test, and reliability test by Cronbach's alpha ( $=0.798$ ). Percentage, mean, standard deviation (S.D.), and inferential statistics, namely, T-test, One-Way analysis of variance and Multiple regression analysis were applied.

The results showed that (1) Differences in age, farming area, monthly income, and experiences brought about differences in purchase both frequency and quantity. Differences in education and training brought about differences in purchase quantity, and (2) Opinion towards marketing mix factors on price, place and promotion had an influence on buying behavior upon purchase both frequency and quantity at the 0.05 level.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี ด้วยคำแนะนำ และคำปรึกษาเกี่ยวกับปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน จังหวัดราชบุรี จาก ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้วิจัยซาบซึ่งในความ อนุเคราะห์จากท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบหัวข้อวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันุติกุล รศ.กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ และดร.พยัคฆ์ วุฒินรงค์ ซึ่งช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ ดร.กฤษนนท์ ห่อทองคำ และ ดร.อภิวรรณ งามเมือง ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถาม ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบคุณนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรประจำอำเภอโพธาราม อำเภอปากท่อ อำเภอบ้าน โป่ง อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอเมืองราชบุรี และอำเภอจอมบึง ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ความ อนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะการ บริหารและจัดการ ทุกคนที่ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่างๆ และให้กำลังใจต่อผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือใน การเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัย

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการ ทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร และคณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการ จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กัณฑ์รัตน์ มหาวิริโย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง .....	VII
สารบัญภาพ .....	XI
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย .....	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ .....	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปฏี.....	8
2.1.1 ประเภทของปฏี.....	8
2.1.2 ประโยชน์ของปฏีอินทรีย์.....	10
2.1.3 ข้อดีของปฏีชนิดต่างๆ.....	10
2.1.4 ข้อจำกัดของปฏีชนิดต่างๆ .....	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	11
2.2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค .....	12
2.2.2 ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	16
2.2.3 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	19
2.3.1 ความหมายของทัศนคติ .....	19
2.3.2 หน้าที่ของทัศนคติ (The function attitude).....	21
2.3.3 องค์ประกอบของทัศนคติ .....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	23
2.4.1 องค์ประกอบของการรับรู้.....	24
2.4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้.....	24
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด .....	25
2.5.1 ผลิตกัณฑ์ .....	25
2.5.2 ราคา.....	27
2.5.3 การจัดจำหน่าย.....	28
2.5.4 การส่งเสริมการตลาด .....	30
2.6 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย .....	40
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	40
3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	40
3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง.....	41
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	42
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	47
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	49
3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา.....	49
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	58
4.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	58
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	62
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ย อินทรีย์.....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	64
4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการณ์การซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	71
4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	77
4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี.....	96
บทที่ 5 สรุปผลงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	101
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	101
5.2 อภิปรายผล.....	106
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้.....	109
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	109
บรรณานุกรม.....	111
ภาคผนวก.....	116
ก แบบสอบถาม.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะ การรับรู้ พฤติกรรมการซื้อ และส่วนประสมทางการตลาดจาก การทบทวนวรรณกรรม.....	39
3.1 แสดงข้อมูลการเกษตรของแต่ละอำเภอในจังหวัดราชบุรี.....	41
3.2 แสดงขนาดตัวอย่างจาก 6 อำเภอที่มีจำนวนครัวเรือนมากกว่า 5,000 ครัวเรือน โดยวิธีการ สุ่มแบบโควตา.....	42
3.3 แสดงคะแนนของคำถามด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์.....	43
3.4 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ย อินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี.....	43
3.5 แสดงคะแนนของคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด ปุ๋ยอินทรีย์.....	44
3.6 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด ปุ๋ยอินทรีย์.....	44
3.7 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	45
3.8 แสดงสมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	48
3.9 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	52
3.10 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA.....	56
4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	59
4.1.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	59
4.1.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
4.1.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประกอบอาชีพเกษตรกร.....	60
4.1.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก.....	60
4.1.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ย ต่อเดือน.....	61
4.1.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์.....	61
4.1.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการอบรมเกี่ยวกับ ปุ๋ยอินทรีย์.....	62
4.2.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของการ รับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี.....	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ของส่วน ประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี .....	65
4.2.2.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรีด้านผลิตภัณฑ์.....	67
4.2.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรีด้านราคา.....	68
4.2.2.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ของส่วน ประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....	69
4.2.2.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด....	71
4.3.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ .....	71
4.3.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	72
4.3.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ย อินทรีย์ .....	73
4.3.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ย อินทรีย์ .....	73
4.3.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบในการชำระเงิน .....	74
4.3.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ปุ๋ยอินทรีย์.....	74
4.3.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์).....	75
4.3.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ .....	76
4.3.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง .	76
4.4.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามเพศ โดยวิธี Independent t-test.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.4.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-way ANOVA .....	79
4.4.3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด ราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	80
4.4.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA .....	81
4.4.5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด ราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	82
4.4.6 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการประกอบ อาชีพโดยวิธี One-way ANOVA .....	83
4.4.7 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามขนาดพื้นที่ในการ เพาะปลูก โดยวิธี One-way ANOVA .....	84
4.4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด ราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	87
4.4.9 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามรายได้ทางการ เกษตรเฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One-way ANOVA .....	88
4.4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด ราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	91
4.4.11 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามประสบการณ์การ ปลูกพืชอินทรีย์ โดยวิธี One-way ANOVA.....	93

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	94
4.4.13 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการได้รับการอบรม โดยวิธี Independent t-test .....	96
4.5.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ และการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	98
4.5.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ และการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์.....	100

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
2.1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	12
2.2 แสดงแหล่งข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ .....	13
2.3 แสดงแบบจำลองกระบวนการการบริโภคของ Schiffman & Kanuk (2007).....	15
2.4 แสดงลำดับความต้องการของมาสโลว์.....	16
2.5 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	20
2.6 แสดงถึงองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ .....	22
2.7 แสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์.....	26
2.8 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภค.....	29
2.9 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจ.....	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีพื้นที่ดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ มีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ประกอบกับมีการจัดชลประทานที่ดี โดยเฉพาะภาคตะวันตกและภาคเหนือ ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูง และเป็นแหล่งของต้นน้ำลำธารที่สำคัญ ประเทศไทยมีเนื้อที่ทั้งหมด 320.7 ล้านไร่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ เนื้อที่ป่า 107.24 ล้านไร่ เนื้อที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 149.25 ล้านไร่ และเนื้อที่ใช้ประโยชน์นอกการเกษตร 64.21 ล้านไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555) จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติของประเทศ ประเทศไทยจึงเหมาะแก่การเพาะปลูก ทั้งการทำนา ทำสวนและทำไร่ (วรรณิ พุทธาวุฒิไกร, 2549) อาชีพการเกษตรจึงถือเป็นอาชีพหลักของประเทศและประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทำการเกษตร ในปี 2556 สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้จัดทำสำมะโนการเกษตร พบว่า เมื่อพิจารณาในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เนื้อที่ถือครองทำการเกษตรของประเทศไทยมีเนื้อที่ถือครองการเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) และมีการพัฒนาระบบการเกษตรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าทางการเกษตรรายสำคัญของโลกที่สามารถทำรายได้ นำเงินตราเข้าประเทศได้อย่างมาก ดังในสินค้าเกษตรกรรม ช่วงปี 2555 มีมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรกรรม 1,349,335 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร 993,861 ล้านบาท และกลุ่มสินค้าเกษตรเพื่ออุตสาหกรรม 355,474 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 74 และ 26 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรกรรม ตามลำดับ (ลินด์ซีรี่ ฟาลวิย์, 2548; ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

จากรายงานผลเบื้องต้นสำมะโนการเกษตร พ.ศ.2556 พบว่าจังหวัดราชบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีผู้ถือครองทำการเกษตรมากที่สุดในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งจังหวัดราชบุรีมีพื้นที่ทั้งหมด 3,247 ล้านไร่ หรือ 5,196 ล้านตารางกิโลเมตร มีแม่น้ำแม่กลองเป็นแม่น้ำสายหลักไหลผ่านในเขตพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง โทธาราม และอำเภอเมืองราชบุรี พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี ได้แก่ ข้าวนาปี ซึ่งเป็นพืชที่มีการส่งเสริมให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตข้าวของเกษตรกรให้มีคุณภาพ และปลอดภัย และจากการรายงานสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจด้านการเกษตรจังหวัดราชบุรีในปี พ.ศ.2556 พบว่า จังหวัดราชบุรีมีการขยายตัวของเศรษฐกิจด้านการเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีพื้นที่ถือครองทำ

การเกษตร 1,233 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.97 ของพื้นที่ทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10 จังหวัดราชบุรี, 2556) การปลูกพืชหรือทำการเกษตรต้องอาศัยปัจจัยการผลิตหลายชนิด เช่น แร่ธาตุ น้ำ ที่ดิน และปัจจัยหลักที่สำคัญของเกษตรกรและมีผลต่อปริมาณผลผลิตทางการเกษตรเป็นอย่างมากก็คือปุ๋ย (ทักษิณีย์ อัดตะนันท์, 2554) ปุ๋ยเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มผลผลิตภาคเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งอาหารของประเทศและเป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศในการส่งออกสินค้าทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ปุ๋ยเป็นสิ่งที่เติมลงไปที่ดิน ทำให้พืชได้รับธาตุอาหาร เช่น ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียมเพิ่มขึ้น เมื่อพืชได้รับธาตุอาหารในปริมาณที่เพียงพอและสมดุลตามที่พืชต้องการ จะช่วยปรับสภาพความเป็นกรด-ด่างในดินและน้ำให้เหมาะกับการเพาะปลูกต่อไป โดยทั่วไปแบ่งปุ๋ยออกเป็น 3 ประเภท คือ ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยชีวภาพ ซึ่งปุ๋ยแต่ละชนิดก็มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป (ทักษิณีย์ อัดตะนันท์, 2554; อานาจ สุวรรณฤทธิ, 2548; ราเชนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550) จากภาวะเศรษฐกิจการเกษตรในปี 2557 ที่ขยายตัวประมาณร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับปี 2556 และมีแนวโน้มขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 2.0-3.0 ในปี 2558 (สำนักนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) ทำให้อุปสงค์ของปุ๋ยเพื่อการผลิตพืชมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะปุ๋ยเคมี อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังไม่มีแหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตปุ๋ยเคมีในเชิงพาณิชย์ได้ จึงต้องทำการนำเข้าปุ๋ยเคมีจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยช่วงปี 2552-2557 มีปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมีปีละประมาณ 3.8-5.4 ล้านตัน มูลค่า 42,666-66,103 ล้านบาท แต่สำหรับปุ๋ยอินทรีย์นั้นในประเทศไทยมีวัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้ในการผลิต รวมทั้งเกษตรกรสามารถผลิตใช้เองได้ ในภาวะปัจจุบันที่ปุ๋ยเคมีมีราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาผลผลิตที่เกษตรกรได้รับ และกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบันจึงส่งผลให้ปริมาณการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

นอกจากนี้ท่ามกลางกระแสการดูแลสุขภาพของประชากร ผู้บริโภคจึงหันมาใส่ใจในการเลือกซื้ออาหารหรือสินค้าเกษตรที่มีการผลิตอิงธรรมชาติ หรือสินค้าที่ปลอดจากสารเคมีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน รวมทั้งนโยบายส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาผลิตปุ๋ยอินทรีย์ใช้เองและส่งเสริมภาคเอกชนในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ในเชิงพาณิชย์ ทำให้เกษตรกรหลายรายปรับมาทำเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นให้เกษตรกรสามารถผลิตพืชทางการเกษตร ที่ทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมได้พอเพียงและยั่งยืน กล่าวคือเกษตรอินทรีย์เป็นระบบการเกษตรที่ผลิตอาหารด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทั้งทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศ จากการใช้ปุ๋ยสารกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ แต่เน้นหลักการปรับปรุงบำรุงดิน ส่งเสริมความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศ พร้อมทั้งฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนสู่สมดุลธรรมชาติ (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2547; นรินทร์ พันธุ์ครู, 2552) โดยมีปุ๋ยอินทรีย์เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการเพิ่มผลผลิต ซึ่งปุ๋ยอินทรีย์ (organic fertilizer) คือปุ๋ยที่ได้จากสารอินทรีย์หรือวัสดุ

อินทรีย์ อันได้แก่ ซากพืช ซากสัตว์ เศษเหลือ สารอินทรีย์ต่างๆ นำมาแปรสภาพด้วยการบด สับให้  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นชิ้นเล็กๆ รวมทั้งผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพด้วยการย่อยสลายของจุลินทรีย์ ก่อนที่จะนำไปใช้ประโยชน์ ปุ๋ยอินทรีย์ที่นิยมใช้กันแพร่หลาย ได้แก่ ปุ๋ยคอก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยหมักชนิดต่างๆ (ธงชัย มาลา, 2546; ราชนนท์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550) เมื่อปุ๋ยอินทรีย์สลายตัว จะปลดปล่อยธาตุอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อพืช โดยการสลายตัวอย่างช้า ทำให้สามารถปรับปรุงบำรุงดินให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชต่อไป (ทัศนีย์ อัดตะนันท์, 2554) ซึ่งปุ๋ยอินทรีย์นี้ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักของเกษตรกรที่ปรับมาทำเกษตรอินทรีย์อย่างเดียวนั้น แต่ยังสามารถเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรทุกคนอีกด้วย จากสถานการณ์ปัจจุบันในปี 2558 การเจริญเติบโตของตลาดเกษตรอินทรีย์ในโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15-25 ทุกปี จึงเป็นโอกาสดีที่ประเทศไทยจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกได้ และจากนโยบายของรัฐบาล ในการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพดินให้สามารถใช้ประโยชน์จากดินได้อย่างยั่งยืน และเพื่อเป็นการช่วยเกษตรกรให้สามารถลดต้นทุนการผลิต ประกอบกับทิศทางของการทำการเกษตรที่มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยทั้งตัวผู้ผลิตและผู้บริโภค (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558; สมคิด ดิสถาพร, 2549) ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งหันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกร อย่างไรก็ตาม การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการที่ทำให้เกษตรกรบางส่วนไม่ยอมรับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์หรือใช้ในปริมาณต่ำ และอาจเนื่องมาจากการรับรู้ที่มีต่อปุ๋ยอินทรีย์ เช่น การใช้ปุ๋ยเคมีสามารถเพิ่มผลผลิตได้มากกว่าการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ถึงแม้ว่าผลผลิตที่เพิ่มได้นั้นมีมากกว่าการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่าอีกด้วย

จากเหตุผลดังกล่าวนี้ จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี เพื่อเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** เกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2** เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3** เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4** เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5** เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6** เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.7** เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.8** เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

**สมมติฐานที่ 2.1** การรับรู้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

**สมมติฐานที่ 2.2** การรับรู้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ทางด้านความถี่และปริมาณของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของงานวิจัยในครั้งนี้ จึงได้กำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้

จากแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกิดจากการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ โดยมุ่งหวังที่จะได้รับการตอบสนองของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ประมวลแนวคิดจากการอ่านทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วกำหนดเป็นกรอบการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยซึ่งแสดงกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากงานวิจัยที่กล่าวข้างต้นนั้นทำให้ได้สมการความสัมพันธ์ ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

และ 
$$\hat{Y}_2 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

$\hat{Y}_1$	แทน พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์
$\hat{Y}_2$	แทน พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์
$X_1$	แทน การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์
$X_2$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านผลิตภัณฑ์
$X_3$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา
$X_4$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
$X_5$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาด

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

### 1.5.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้แทนครอบครัวเกษตรกรที่สามารถตัดสินใจได้และมีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี

### 1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

3. การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นการแสดงความคิดเห็นของบุคคลต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

#### 1.5.2.2 ตัวแปรตาม

1. พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่ในการซื้อ

2. พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านปริมาณการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.5.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2558 ถึงเดือนพฤษภาคม 2559

### 1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ หมายถึง การรับรู้ทางด้านประโยชน์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มี การเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมาย ซึ่งเป็นพื้นฐานในการตอบสนองพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

2. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่ใช้สนองความต้องการของเกษตรกรในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ ตรายี่ห้อ คุณภาพ การรับรอง รวมถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

2.2 ปัจจัยด้านราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ความเหมาะสมของคุณภาพ ระดับราคา รูปแบบการชำระเงิน

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ท่าเล ที่ตั้ง และช่องทางต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขาย รูปแบบต่างๆที่ประชาสัมพันธ์ออกไปให้เกษตรกรได้ทราบ

3. พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของเกษตรกรแต่ละบุคคล เพื่อทำการจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยตระหนักถึงความต้องการ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เป็นต้น

4. ปุ๋ยอินทรีย์ หมายถึง ปุ๋ยที่มีส่วนประกอบเป็นสารอินทรีย์ที่ได้มาจากสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ นำมาย่อย บด สับ ให้มีขนาดเล็กกล (ธงชัย มาลา, 2546) โดยงานวิจัยนี้อ้างอิงถึงปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตในรูปของ ปุ๋ยอินทรีย์ผง ปุ๋ยอินทรีย์เม็ด และปุ๋ยอินทรีย์น้ำ

5. เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์

## บทที่ 2

# ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำหลักการ แนวคิด ทฤษฎีมาประกอบกันเป็นกระบวนการความรู้ โดยแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปุ๋ย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.6 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปุ๋ย

ปุ๋ย หมายถึง สารอินทรีย์หรืออนินทรีย์ ที่ใส่ลงไปในดินสำหรับใช้เป็นธาตุอาหารที่เป็นประโยชน์แก่พืช โดยเฉพาะธาตุไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และ โพแทสเซียมที่พืชยังขาดอยู่ เพื่อให้พืชได้ธาตุอาหารที่ตรงตามความต้องการนั้นไปใช้ได้เต็มที่ ปุ๋ยอาจได้จากธรรมชาติ เช่น ซากพืช ซากสัตว์ เศษวัสดุทางการเกษตร หรือ ได้จากการสังเคราะห์ เมื่อพืชได้รับธาตุอาหารเพียงพอ พืชสามารถเจริญเติบโตและให้ผลผลิตสูงขึ้น (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชโรทยาน, 2535; ราชนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550)

#### 2.1.1 ประเภทของปุ๋ย ปุ๋ยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ คือ

##### 2.1.1.1 ปุ๋ยอินทรีย์ (Organic fertilizers)

ปุ๋ยอินทรีย์ หมายถึง ปุ๋ยที่มีองค์ประกอบหลักเป็นอินทรีย์สารต่างๆ ซึ่งได้มาจากซากพืช ซากสัตว์ รวมทั้งสิ่งขับถ่ายจากสัตว์ เศษเหลือของสารอินทรีย์ต่างๆ เซลล์จุลินทรีย์และผลิตภัณฑ์ ปุ๋ยอินทรีย์นี้จะมีธาตุอาหารพืชและเป็นสารปรับปรุงดิน ซึ่งมีประโยชน์ต่อพืชเมื่อผ่านกระบวนการย่อยสลายโดยกิจกรรมของจุลินทรีย์เสียก่อน (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชโรทยาน, 2535; ราชนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550) ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) **ปุ๋ยคอก (Farm manure)** หมายถึง ปุ๋ยอินทรีย์ที่ประกอบด้วย อุจจาระ ปัสสาวะ ของสัตว์ต่างๆ เช่น โค กระบือ สุกร ม้า เป็ด ไก่ ค้างคาว และสัตว์อื่นๆ ผสมกับเศษอาหารต่างๆ เข้าไปตามอัตราส่วนที่แตกต่างกันออกไป ในปุ๋ยคอกจึงมีจุลินทรีย์และสารอินทรีย์ต่างๆมากมาย นิยมนำปุ๋ยคอกมาใช้สำหรับสวนผักและสวนผลไม้ ปุ๋ยคอกจะช่วยในการปรับปรุงดินให้โปร่งและร่วนซุย ทำให้การเตรียมดินทำได้ง่ายขึ้น

2) **ปุ๋ยหมัก (Composts)** หมายถึง ปุ๋ยที่ได้จากการหมักเศษพืช พวกหญ้าแห้ง ใบไม้ ฟางข้าว ให้มีความเปื่อยยุ่ยหรือสลายตัวตามธรรมชาติ แล้วจึงนำไปใส่ในดิน ปล่อยให้ทิ้งไว้ให้เกิดการย่อยสลายโดยกิจกรรมของจุลินทรีย์ เพื่อปรับสภาพดินให้มีความร่วนซุยมากขึ้น นอกจากนี้ปุ๋ยหมักยังรวมถึงการนำเศษอาหาร เศษขยะที่ได้จากโรงอาหารหรือในเมืองมาหมักรวมกัน

3) **ปุ๋ยพืชสด (green manure)** หมายถึง ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากการปลูกพืชบำรุงดิน แล้วถูกไถกลบหรือคลุกเคล้าลงไปในดิน ขณะที่พืชนั้นกำลังเจริญเติบโตถึงระยะที่พืชเริ่มออกดอกและยังสดอยู่ ก่อนที่จะมีการปลูกพืชหลัก โดยลักษณะของพืชที่นำมาทำปุ๋ยพืชสดนั้น ต้องเจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ ทนความแห้งแล้งได้ ไม่ต้องการธาตุอาหารหรือใช้ธาตุอาหารในปริมาณน้อย แต่สามารถสะสมธาตุอาหารไว้ในดินได้มาก และเป็นพืชที่สามารถไถกลบลงดินได้ง่าย (ธงชัย มาลา, 2546)

#### 2.1.1.2 ปุ๋ยเคมี

ปุ๋ยเคมี หมายถึง ปุ๋ยที่ได้จากการผลิตหรือจากการสังเคราะห์ขึ้นทางอุตสาหกรรม โดยใช้แร่ธาตุต่างๆที่ได้ตามธรรมชาติที่เป็นอนินทรีย์สาร หรือเป็นผลพลอยได้ของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถละลายน้ำและสามารถปลดปล่อยธาตุอาหารพืชให้อยู่ในรูปที่พืชต้องการนำไปใช้ได้ง่าย โดยทั่วไปปุ๋ยเคมีแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชรโรทยาน, 2535; ราเชนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550)

1) **แม่ปุ๋ยหรือปุ๋ยเดี่ยว** หมายถึง ปุ๋ยที่มีธาตุอาหารหลักธาตุเดียวเป็นองค์ประกอบทางเคมี ได้แก่ ปุ๋ยไนโตรเจน ปุ๋ยฟอสฟอรัส และปุ๋ยโพแทสเซียม

2) **ปุ๋ยผสม** หมายถึง ปุ๋ยที่ได้จากการผสมปุ๋ยเคมีต่างๆเข้าด้วยกันตามอัตราส่วนต่างๆ เพื่อให้ได้ธาตุอาหารตามต้องการ

#### 2.1.1.3 ปุ๋ยชีวภาพ (Bio fertilizer)

ปุ๋ยชีวภาพ หมายถึง การนำเอาจุลินทรีย์มาใช้ในการปรับปรุงดินทั้งทางชีวภาพ ทางกายภาพ ทางเคมี และการย่อยสลายอินทรีย์วัตถุ ซึ่งเชื้อจุลินทรีย์เหล่านี้จะเป็นตัวออกฤทธิ์ในการเกิดปฏิกิริยา เพื่อให้พืชได้รับธาตุอาหารที่ต้องการ เช่น เชื้อไรโซเบียมจะต้องมีแบคทีเรียในสกุลไรโซเบียมเป็นตัวการสำคัญ ซึ่งเมื่อใส่ลงไปในดินพร้อมกับการปลูกพืชตระกูลถั่วก็จะเข้าไปสร้างปมที่รากถั่ว ช่วยให้ถั่วใช้ธาตุไนโตรเจนในอากาศได้ หรือเชื้อราไมโคไรซา จะเข้าสู่รากพืชและช่วย

ดูดซับธาตุอาหารในดิน โดยเฉพาะฟอสฟอรัสให้พืชใช้ในการเจริญเติบโตได้ (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชโรทยาน, 2535; ราเชนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2550)

### 2.1.2 ประโยชน์ของปุ๋ยอินทรีย์

จากลักษณะของปุ๋ยอินทรีย์ที่มีการสลายตัวช้า นับเป็นลักษณะที่ดี เนื่องจากการสลายตัวช้า ทำให้ปุ๋ยอินทรีย์สามารถปรับปรุงดินให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชได้เป็นระยะเวลานาน อาจแบ่งคุณประโยชน์ของปุ๋ยอินทรีย์ได้ 3 ลักษณะ (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชโรทยาน, 2535) คือ

**2.1.2.1 ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อพืช** โดยจะไปช่วยทำให้ดินมีสภาพที่พร้อมต่อการปลูกพืช เช่น ทำให้ดินร่วนซุยมากขึ้น ไม่อัดตัวกันแน่น มีการระบายน้ำ ระบายอากาศที่ดี รวมทั้งยังช่วยอุ้มน้ำหรือดูดซับน้ำที่จะเป็นประโยชน์ต่อพืชไว้ได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยลดการจับตัวเป็นแผ่นแข็งของหน้าดิน ทำให้การงอกสะดวกมากขึ้น เป็นต้น

**2.1.2.2 ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อดิน** โดยทั่วไปปุ๋ยอินทรีย์จะมีปริมาณแร่ธาตุอาหารที่สำคัญของพืชคือ ธาตุไนโตรเจนทั้งหมดประมาณร้อยละ 0.4-2.5 ฟอสฟอรัสในรูปที่เป็นประโยชน์ต่อพืชประมาณร้อยละ 0.2-2.5 และโพแทสเซียมในรูปที่ละลายน้ำได้ประมาณร้อยละ 0.5-1.8 ปุ๋ยอินทรีย์จะปลดปล่อยแร่ธาตุเหล่านี้ออกมาให้พืชอย่างช้าๆและสม่ำเสมอ ช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน

**2.1.2.3 ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อสัตว์** โดยปกติไส้เดือนดินจะชอบอาหารที่มีโปรตีนสูง รวมถึงในดินที่มีอินทรีย์วัตถุจำนวนมาก เนื่องจากไส้เดือนเป็นสัตว์ที่ย่อยสลายสารอินทรีย์ที่เริ่มเน่าเปื่อย โดยเฉพาะสารอินทรีย์ที่มีปริมาณไนโตรเจนเป็นองค์ประกอบอย่างสูง เช่น กองปุ๋ยคอกที่กำลังเน่า ไส้เดือนเหล่านี้จึงช่วยให้ดินมีความเหมาะสมต่อการปลูกพืชต่อไป

### 2.1.3 ข้อดีของปุ๋ยชนิดต่างๆ

#### 2.1.3.1 ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพ

1) ปรับปรุงสมบัติทางกายภาพของดินได้มากกว่าปุ๋ยเคมี เนื่องจากปุ๋ยอินทรีย์ มีอินทรีย์วัตถุเป็นสารที่มีประสิทธิภาพสูงในการปรับปรุงสมบัติทางกายภาพ รวมถึงความหนาแน่น ความร่วนซุย ความสามารถในการอุ้มน้ำ และการถ่ายเทอากาศของดิน

2) ปุ๋ยอินทรีย์สามารถเพิ่มปริมาณจุลินทรีย์ในดินบางชนิดได้มากกว่าปุ๋ยเคมี เนื่องจากปุ๋ยอินทรีย์มีองค์ประกอบคาร์บอนที่เป็นสารอาหารของจุลินทรีย์รวมอยู่ด้วย ในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จึงทำให้จุลินทรีย์บางชนิดสามารถเจริญเติบโตได้ดี ซึ่งจุลินทรีย์ที่เจริญเติบโตนี้มีบางชนิดที่เป็นประโยชน์แก่พืช ได้แก่ แบคทีเรียที่ตรึงไนโตรเจนแบบอิสระ แบคทีเรียที่ช่วยละลายหินฟอสเฟต เป็นต้น ในขณะที่การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่มีสารประกอบคาร์บอนให้แก่จุลินทรีย์เหล่านี้

### 2.1.3.2 ปุ๋ยเคมี

- 1) ปุ๋ยเคมีสามารถหาซื้อได้ง่ายกว่า ถ้าต้องการในปริมาณที่มาก เนื่องจากปุ๋ยเคมีเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ในโรงงาน
- 2) เมื่อเทียบปริมาณธาตุอาหารในปุ๋ยเคมีต่อหน่วยน้ำหนัก พบว่าสามารถใช้ปุ๋ยเคมีปริมาณเล็กน้อยก็เพียงพอต่อความต้องการของพืช (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชรโรทยาน, 2535)

### 2.1.4 ข้อจำกัดของปุ๋ยชนิดต่างๆ

#### 2.1.4.1 ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพ

- 1) ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพมีปริมาณธาตุอาหารพืชต่ำกว่าปุ๋ยเคมี และหาได้ยากในกรณีที่ต้องการในปริมาณมาก
- 2) ใช้เวลาในการปลูกพืชนานกว่าปุ๋ยเคมี เมื่อเทียบกัน ในแง่ของราคาต่อหน่วยน้ำหนักของธาตุอาหารพืช

#### 2.1.4.2 ปุ๋ยเคมี

- 1) ปุ๋ยเคมีไม่มีคุณสมบัติในการปรับปรุงดิน คือไม่สามารถทำให้ดินร่วนซุยเหมือนปุ๋ยอินทรีย์ได้ เมื่อใช้เป็นเวลานานทำให้คุณภาพของดินไม่เหมาะสมต่อการปลูกพืช
- 2) ปุ๋ยเคมีทุกชนิดมีความเค็ม ถ้าใช้ในปริมาณที่สูงจะเกิดอันตรายแก่พืชและการงอกของเมล็ดได้ นอกจากนี้ยังมีปริมาณไนโตรเจนในรูปของแอมโมเนีย เมื่อใช้เป็นเวลานานจะทำให้ดินเป็นกรดเพิ่มขึ้น (มุกดา สุขสวัสดิ์, 2552; สรสิทธิ์ วัชรโรทยาน, 2535)

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำต่างๆของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดหามาให้ใช้ซึ่งการบริโภค การจับจ่ายใช้สอย รวมทั้งการกำจัดส่วนที่เหลือของสินค้าและบริการต่างๆ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว (ศุภร เจริรัตน์, 2544; ชูชัย สมมติไกร, 2556) บทบาทของผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งการมีความสามารถและความเต็มใจในการซื้อสินค้าและบริการ ในการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้ให้นักการตลาดสามารถพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด

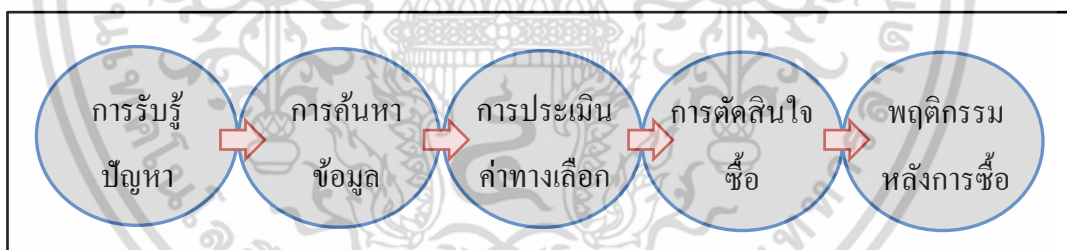
การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หมายถึง การยอมรับในตราสินค้าใดตราสินค้านี้หนึ่งหรือร้านค้าใดร้านค้านี้โดยเฉพาะ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค และผู้บริโภคจำเป็นต้องศึกษากระบวนการตัดสินใจนี้เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้า

หรือบริการนั้นมีความคุ้มค่า สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Consumer Purchase Decision Process) เป็นขั้นตอนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นลำดับขั้นต่างๆ ดังต่อไปนี้

## 2.2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Consumer Purchase Decision Process)

### ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Problem Recognition)

การเล็งเห็นของปัญหาหรือการตระหนักถึงความต้องการ เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ เมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสภาวะในอุดมคติ (Ideal state) กับสภาวะในความเป็นจริง (Actual state) ณเวลาหนึ่ง ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ในสองกรณีคือกรณีที่ 1 เกิดขึ้นเมื่อสภาวะในอุดมคดียังอยู่ในระดับเดิม แต่สภาวะในความเป็นจริงมีความเสื่อมถอยลงจากเดิมเช่น ยาสีฟันหมด โทรศัพท์ชำรุด เป็นต้น กรณีที่ 2 เกิดขึ้นเมื่อสภาวะในอุดมคติมีการยกระดับสูงขึ้นจากเดิม ขณะที่สภาวะความเป็นจริงยังคงอยู่ในระดับเดิม เช่น บ้านที่อาศัยปัจจุบันยังอยู่ในสภาพที่เพียงพอแก่การอยู่อาศัย แต่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อบ้านหลังใหม่ เพื่อรองรับจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ชูชัย สมितिกร, 2556) แหล่งสำคัญของการตระหนักถึงคือ ความตื่นตัวของผู้บริโภคที่นักการตลาดสามารถนำปัจจัยต่างๆ เช่น การมีรูปร่างสวยงาม, มีภาพลักษณ์ของผู้นำแฟชั่น ทันสมัย เป็นตัวกระตุ้นผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545)



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : อุษณีย์ จิตตะปาโล (ม.ป.ป.)

### ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

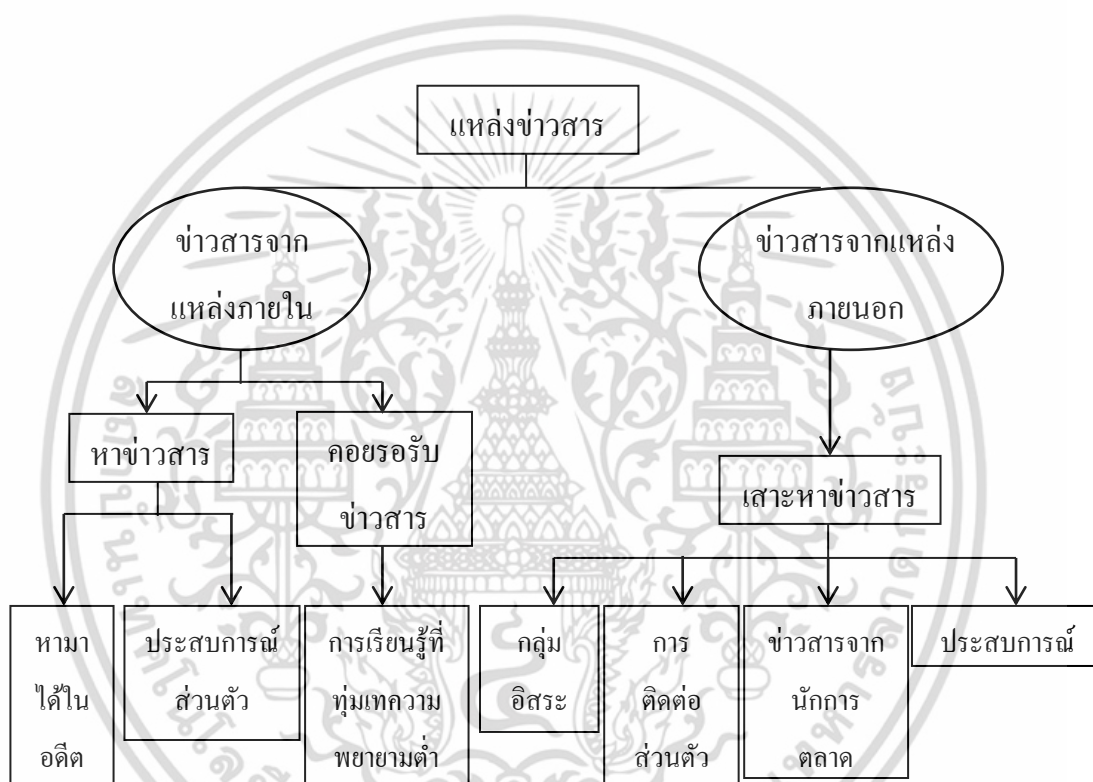
หลังจากที่มีการตระหนักถึงปัญหาแล้ว ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีข้อมูลต่างๆ สำหรับการแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการนั้นๆ การค้นหาข้อมูลสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ การค้นหาข้อมูลภายในและการค้นหาข้อมูลภายนอก

การค้นหาข้อมูลภายในหรือแหล่งข้อมูลภายในนั้นจะอาศัยของเขตด้านจิตวิทยา เช่น การจูงใจ การรับรู้ บุคลิกภาพ ทักษะคิด และประสบการณ์ของตนเองหรือเคยเปิดรับและเรียนรู้เกี่ยวกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าหรือบริการต่างๆมาก่อน ส่วนการค้นหาข้อมูลภายนอกหรือแหล่งข้อมูลภายนอกนั้น เป็นข้อมูลที่ได้จาก (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ชูชัย สมितिไกร, 2556)

1. แหล่งบุคคล ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก ซึ่งความคิดเห็นบุคคลเหล่านี้ มักจะมีบทบาทสำคัญต่อกิจกรรมการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภค
2. แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การแสดงสินค้าต่างๆ ที่นักการตลาดมักนำมาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ
3. แหล่งข่าวสาร



ภาพที่ 2.2 แสดงแหล่งข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545)

4. แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
5. แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยงานวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์

### ขั้นตอนที่ 3 การประเมินค่าทางเลือก (Alternative Evaluation)

การประเมินค่าทางเลือก เป็นการพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆจากการรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนที่ 2 ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่มีผลกระทบต่อสิ่งที่ได้รับจากกระบวนการซื้อ โดยทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วการประเมินทางเลือกมีวิธีการที่สามารถกระทำได้อยู่ 2 รูปแบบ คือ อาศัยการประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ และการสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการค้นหา

การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ (pre-existing evaluation) เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคเคยได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆแล้ว ทำให้การตัดสินใจเลือกง่ายกว่าปกติ

การสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ (constructing new evaluation) เป็นการสร้างเนื่องจากผู้บริโภคยังไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือข้อมูลที่เคยได้รับมีความล้าสมัย ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 วิธีการ คือ (ซูซัย สมิทธิไกร, 2556)

1. การจัดประเภท (Categorization) เป็นการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับบน เป็นการจัดประเภทแบบกว้างๆ ส่วนระดับกลาง เป็นการบ่งบอกความคล้ายคลึงของผลิตภัณฑ์ และระดับล่าง เป็นการบ่งชี้อย่างเจาะจงถึงชนิดผลิตภัณฑ์
2. การพิจารณาทีละส่วน (Piecemeal process) เป็นการพิจารณาถึงจุดเด่นจุดด้อยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยใช้เกณฑ์การประเมิน เช่น ราคาของผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ประสิทธิภาพการทำงาน เป็นต้น

#### ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

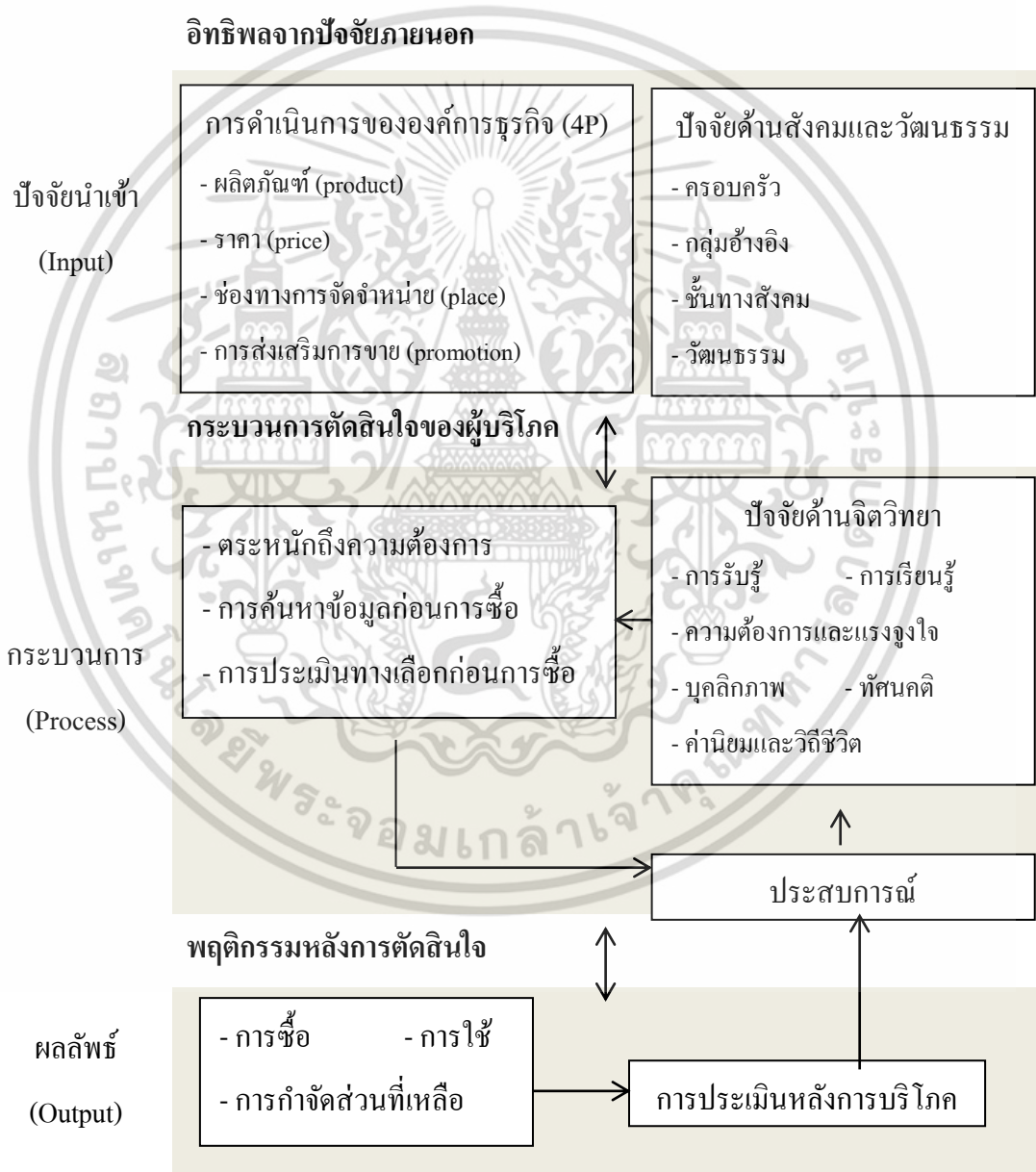
การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคพร้อมจะกระทำการซื้อหลังจากที่ได้ประเมินผลทางเลือก ที่ถือว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการนั้นๆ การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น ขึ้นอยู่กับ (สุกร เสรีรัตน์, 2544)

1. ความตั้งใจซื้อ หลังจากที่ผู้บริโภคประเมินทางเลือกและได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ความตั้งใจนี้เป็นเพียงโอกาสที่จะเกิดการซื้อจริงเท่านั้น
2. สถานการณ์ขณะการตัดสินใจ คือปัจจัยทั้งหลายโดยเฉพาะเวลาและสถานที่ ที่เกิดจากตัวกระตุ้นที่มีผลต่อพฤติกรรมในปัจจุบัน สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ มีอยู่ 5 ประการ คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะตัวบุคคล เงื่อนไขการซื้อเกี่ยวกับเวลา การตั้งใจและต้องการซื้อ และสภาพของอารมณ์
3. ระยะเวลาที่ใช้สำหรับการตัดสินใจ เป็นสิ่งสุดท้ายที่ใช้สำหรับการตัดสินใจ อาจใช้ระยะเวลาเป็นปี หรือตัดสินใจฉับพลันก็ได้

#### ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

พฤติกรรมหลังการซื้อ คือความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ โดยการประเมินจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปแล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจในอนาคต (สุกร เสรีรัตน์, 2544; อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดจัดให้ โดยมุ่งหวังที่จะได้รับการตอบสนองของผู้บริโภค ซึ่งสามารถศึกษาได้จากแบบจำลองกระบวนการการบริโภค ที่อธิบายถึงลำดับขั้นตอนของพฤติกรรมผู้บริโภค และการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ดังภาพที่ 2.3 จากการศึกษาแบบจำลองกระบวนการการบริโภคของ Schiffman & Kanuk (2007) สามารถจำแนกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประเภทคือ ปัจจัยภายใน (Internal Variables) และปัจจัยภายนอก (External Variables)



ภาพที่ 2.3 แสดงแบบจำลองกระบวนการการบริโภคของ Schiffman & Kanuk (2007)

ที่มา : ชูชัย สมितिไกร (2556)  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**2.2.2 ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค** หรือเรียกว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค เกิดขึ้นอยู่ภายในตัวบุคคลแต่ละคน และมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ (อูษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

**2.2.2.1 การรับรู้ (Perception)** หมายถึง กระบวนการต่างๆ ที่ได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์ เป็นต้น และยังขึ้นกับปัจจัยภายนอกคือสิ่งกระตุ้น ที่กระทบกับความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้แต่ละคนเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะสิ่งกระตุ้น สภาพแวดล้อมและลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547; ชูชัย สมितिไกร, 2556)

**2.2.2.2 การเรียนรู้ (Learning)** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของตนเอง ที่ค่อนข้างถาวร เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามายังความรู้สึ และทำให้เกิดการตอบสนอง นักการตลาดจึงให้แนวความคิดนี้ในการโฆษณาต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (ชูชัย สมितिไกร, 2556; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

**2.2.2.3 ความต้องการและแรงจูงใจ (Motivation)** หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น ที่อยู่ภายในบุคคล โดยมีผลทำให้บุคคลนั้นปฏิบัติเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ทฤษฎีมาสโลว์เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความต้องการตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ ดังนี้ (อูษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ชูชัย สมितिไกร, 2556; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 2.4 แสดงลำดับความต้องการของมาสโลว์

ที่มา : อุษณีย์ จิตตะปาโล (ม.ป.ป.)

**2.2.2.4 บุคลิกภาพ (Personality)** หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่อยู่ภายในบุคคล ที่มีลักษณะเด่นของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นตัวกำหนดและกระทบถึงวิธีการที่บุคคลตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เชื้อมั่นในตนเอง ความเป็นอิสระ ความชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น การชอบสมาคม เป็นต้น (ชูชัย สมितिไกร, 2556; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

**2.2.2.5 ทศนคติ (Attitudes)** หมายถึง ความโน้มเอียงในการเรียนรู้ ที่ตอบสนองในลักษณะความพอใจ ไม่พอใจ หรือเป็นมุมมองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มักเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ชูชัย สมितिไกร, 2556; อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.)

**2.2.2.6 ค่านิยมและวิถีชีวิต (Values and Lifestyles)** หมายถึง ลักษณะการดำรงชีวิตที่แสดงออกมาในรูปของการทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น แต่ละบุคคลมีการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป บางคนอาจเป็นนักผจญภัย นักประเพณีนิยม ผู้ที่ทุ่มเทให้กับครอบครัว ซึ่งลักษณะที่แตกต่างกันนี้มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าแตกต่างกัน (ชูชัย สมितिไกร, 2556)

**2.2.3 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค** คือ สภาพแวดล้อมภายนอกตัวของผู้บริโภค ได้แก่

**2.2.3.1 ครอบครัว (Family)** หมายถึงบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันทางสายเลือด ความคิดเห็นของบุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ลักษณะของครอบครัวที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันด้วย นอกจากนี้วัฏจักรชีวิตของครอบครัว ยังมีบทบาทในพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น กลุ่มโสด กลุ่มแต่งงานใหม่ กลุ่มที่เป็นบิดามารดา ชั้นหลังจากการเป็นบิดามารดา คือบุตรได้แยกครอบครัวแล้ว และชั้นของการอยู่คนเดียว (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

**2.2.3.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference group)** กลุ่มหนึ่งหรือบุคคลหนึ่งซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ เป็นเครื่องมือสำหรับการให้คำแนะนำและชี้แนวทางเกี่ยวกับความคิดหรือการกระทำ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547)

1) กลุ่มสมาชิก (Membership Group) เป็นกลุ่มที่รวมกันเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง ได้แก่

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด และดำเนินสมาชิกภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น สมาชิกในครอบครัว ญาติ เพื่อนสนิท

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวอย่างเป็นทางการ เพื่อผลประโยชน์ทางการค้า การควบคุมและอำนาจการต่อรอง ได้แก่ กลุ่มชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วม

อาชีพ สหภาพแรงงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) กลุ่มที่ใฝ่ฝัน (Aspirational Group) หมายถึงกลุ่มที่ทุกคนปรารถนาอยากเป็นสมาชิก เช่น เด็กวัยรุ่นใฝ่ฝันอยากเป็นนักฟุตบอล เมื่อนำกลุ่มนี้มาเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้า จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

3) กลุ่มที่หลีกเลี่ยง (Dissociative) หมายถึงกลุ่มที่บุคคลไม่ต้องการเกี่ยวข้องกับด้วย แต่อาจเป็นกลุ่มที่ใฝ่ฝันสำหรับอีกคนได้

4) กลุ่มผู้นำความคิด (Opinion leader) เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกคนอื่นๆ โดยเป็นผู้ให้คำแนะนำให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ความคิดเห็นของผู้นำถือเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้อีกทางหนึ่ง

**2.2.3.3 วัฒนธรรม (Culture)** หมายถึง รูปแบบพฤติกรรมหรือแบบแผนการดำเนินชีวิต ที่มีความสัมพันธ์ของสังคม ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะของความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น รวมทั้งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ชูชัย สมितिไกร, 2556)

**2.2.3.4 ชั้นทางสังคม (Social Class)** เป็นการแบ่งระดับของคนในสังคม ตามลักษณะของฐานะที่แตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ การศึกษา อาชีพ การทำงาน ความเป็นอยู่ เป็นต้น ซึ่งบุคคลที่อยู่ในแต่ละชั้นจะมีลักษณะทางพฤติกรรม การตัดสินใจที่คล้ายคลึงกัน แบ่งออกเป็น 6 ระดับชั้นคือ (อุษณีย์ จิตตะปาโล, ม.ป.ป.; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

1) กลุ่มชั้นสูงส่วนบน เป็นกลุ่มที่มีฐานะมั่นคงอันเนื่องมาจากมรดกทอด หรือเรียกได้ว่า ผู้ดีเก่า เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อพอเพียง ชอบซื้อสินค้าราคาแพง และเป็นกลุ่มที่มักใช้สินค้าเดิมไม่นิยมซื้อสินค้าใหม่

2) กลุ่มชั้นสูงส่วนล่าง เป็นกลุ่มที่เรียกว่า เศรษฐีใหม่ ได้แก่พวกเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ ผู้บริหารระดับสูง อาชีพที่ร่ำรวยอย่าง นายแพทย์ ทนายความ เป็นต้น กลุ่มชั้นสูงส่วนล่างนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการการยอมรับ การยกย่องมากกว่ากลุ่มแรก และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อคล้ายกลุ่มแรก

3) กลุ่มชั้นกลางส่วนบน เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพวกวิชาชีพ มีลักษณะการซื้อสินค้าที่แสดงออกถึงสถานะและความสำเร็จ เช่น รถยนต์ บ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี และต้องการยอมรับจากสังคม

4) กลุ่มชั้นกลางส่วนล่าง เป็นกลุ่มที่ทำงานอยู่ในสำนักงาน พนักงานขาย ครู ลักษณะของสินค้าที่กลุ่มนี้ต้องการคือมีระดับราคาปานกลาง คำนึงถึงความประหยัดและคงทน เช่น สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มชั้นกลางส่วนล่างนี้มีการเก็บออมเพื่อการศึกษาของบุตร จึงต้องมีความรอบคอบในการใช้จ่าย

5) กลุ่มชั้นต่ำส่วนบน เป็นพวกกรรมกรที่ทำงานตามโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ และแสดงหาความมั่นคงในการทำงาน สินค้าที่กลุ่มนี้ต้องการจึงเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพและราคาประหยัด จากรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัด

6) กลุ่มชั้นต่ำส่วนล่าง เป็นพวกกรรมกรที่ใช้แรงงาน รวมถึงกลุ่มบุคคลที่กำลั้งว่างงาน พฤติกรรมการซื้อจึงอยู่ในลักษณะที่มีการลด แลก แจก แถม โดยไม่มีการวางแผนการซื้อไว้ล่วงหน้า เนื่องจากปริมาณเงินที่ได้รับเป็นรายวัน

ดังนั้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมการซื้อหรือการตอบสนองของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่งนั้น ประกอบด้วยขั้นตอนการตัดสินใจซื้อหลายขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ จนกระทั่งพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้มักมีอิทธิพลมาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกหลายประการ เช่น ทักษะที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ นอกจากนี้ยังมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ซื้อ และทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ดังรูปที่ 2.5

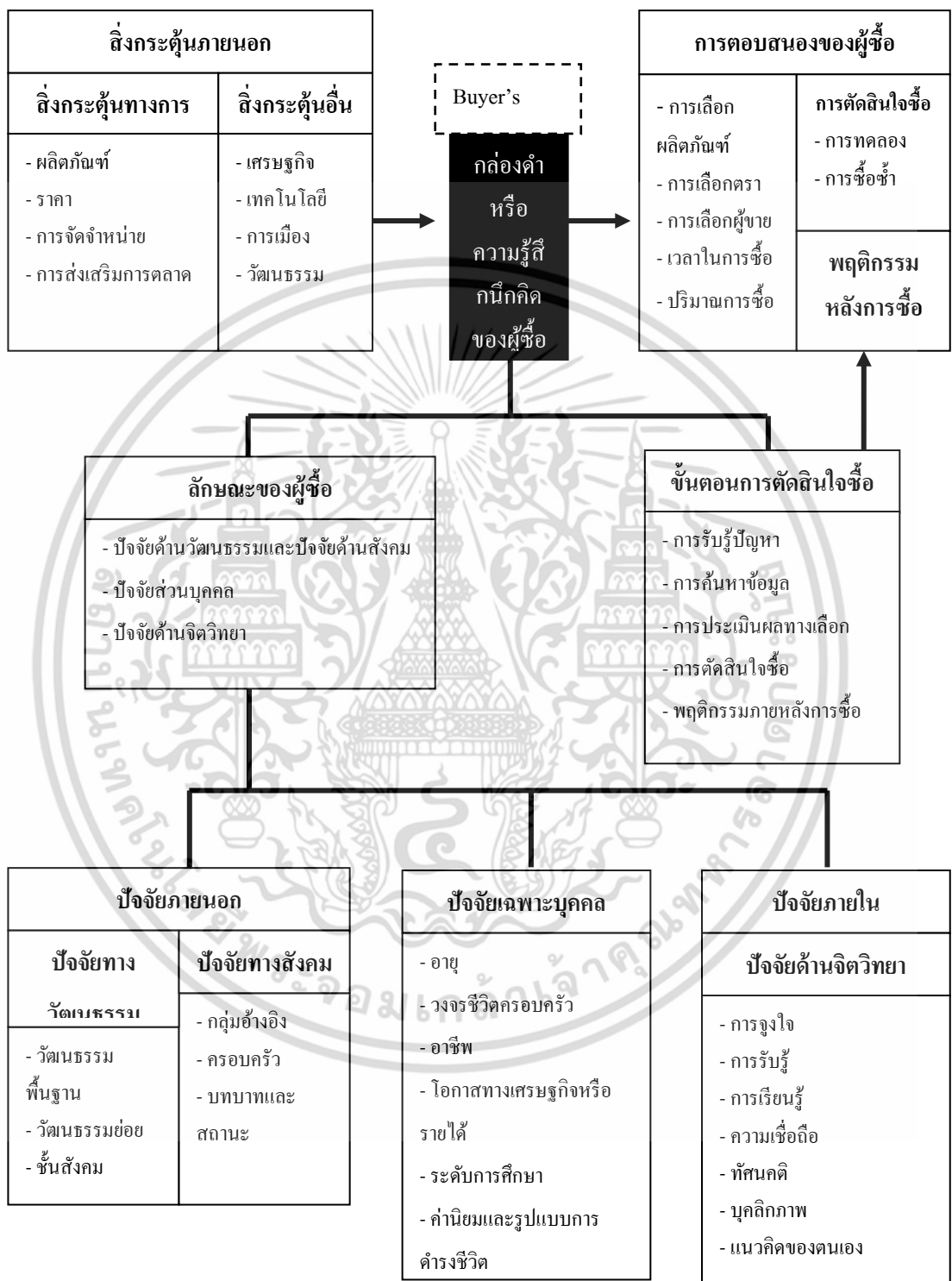
## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

### 2.3.1 ความหมายของทัศนคติ (Attitude defined)

ทัศนคติ ในภาษาอังกฤษคือ Attitude มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคือ aptus ที่แปลว่าเหมาะสม โน้มเอียง (Fishbein, 1967) นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ ไว้หลากหลาย โดยแต่ละความหมายเป็นการมองทัศนคติที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันตามความคิดเห็นของตนเองกล่าวว่า ทัศนคติคือสภาวะของความพร้อมทางด้านจิตใจและประสาท การทราบสิ่งใดจิตใจก็จะตอบสนองและให้คุณค่า (valuing) ของสิ่งเหล่านั้น โดยเฉพาะเฉพาะสำหรับตัวกระตุ้นอันได้แก่ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์ ว่าดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ อาจเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ที่นำไปสู่พฤติกรรม นอกจากนี้ยังเป็นผลรวมของกระบวนการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ อารมณ์ การยอมรับ การรับรู้ และการคิด ซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์ สภาวะของความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิริยาบุคคล ที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของหรือสถานการณ์ต่างๆ ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลจะถูกควบคุมด้วยทัศนคติ พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมานั้นจะขึ้นอยู่กับทัศนคติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก (ถวิล ธาราโกชน, 2524)

โดยสรุป ผู้วิจัยจึงได้กำหนดความหมายของ “ทัศนคติ” ว่าเป็นความรู้สึกต่อสิ่งเร้ามีแรงจูงใจจาก อารมณ์ การรับรู้ และการคิด ซึ่งจะเป็ผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่ง

หนึ่งไม่ว่าจะเป็น บุคคล สัตว์ สิ่งของ และมีทิศทางไปในทางใดทางหนึ่งทั้งชอบและไม่ชอบ แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมของบุคคลนั้น



ภาพที่ 2.5 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2 หน้าที่ของทัศนคติ (The function attitude)

#### 2.3.2.1 หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function)

หน้าที่ของการปรับตัวนี้ บุคคลจะพยายามให้ได้รับความพอใจสูงสุดและได้รับรางวัลตอบแทนมากที่สุด ช่วยให้บุคคลเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเองและได้รับการตอบสนองความต้องการของตน เนื่องจากทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกับหลักการของการให้รางวัลและการลงโทษ บุคคลบางส่วนจะเกิดทัศนคติในเชิงบวกเมื่อพวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสร้างความพึงพอใจได้ ในทางกลับกันเมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ก็จะทำให้เกิดทัศนคติในทางลบเกิดขึ้น (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545; ชูชัย สมมติไกร, 2556)

#### 2.3.2.2 หน้าที่ในการป้องกันตัวเอง (Ego-defensive function)

เป็นทัศนคติที่ช่วยไม่ให้นุคคลมีความรู้สึกที่ว่าตนเองอ่อนแอมากเกินไป อาจใช้เป็นที่เครื่องมือในการลดความกังวล หรือสิ่งที่ไม่ยอมรับ รวมทั้งแรงกดดันที่อยู่รอบๆตัว โดยนักการสื่อสารการตลาดสามารถนำไปชี้ให้ผู้บริโภคเห็นว่า หากใช้ตราสินค้าแล้วย่อมเป็นที่ชื่นชอบเป็นที่ยอมรับ ในทางกลับกันถ้าหากไม่ได้ใช้สินค้านั้น จะทำให้เกิดความอับอาย ทำให้นักการตลาดได้ใช้ประโยชน์เหล่านี้ในการพัฒนาสินค้า (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545; ชูชัย สมมติไกร, 2556)

#### 2.3.2.3 หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value-expressive function)

ทัศนคติหลายๆอย่างจะซ่อนความเป็นจริงที่เกี่ยวกับการแสดงออกถึงค่านิยม ซึ่งมีผลต่อการสะท้อนให้เห็นประเภทของบุคคลได้ เช่น ทัศนคติทางบวกเกี่ยวกับการงดใช้ถุงพลาสติกจะแสดงให้เห็นถึงค่านิยมของบุคคลนั้นที่ช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545; ชูชัย สมมติไกร, 2556)

#### 2.3.2.4 หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ (Knowledge function)

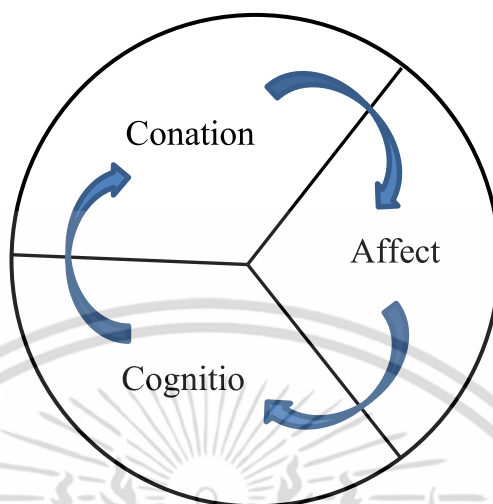
ทัศนคติในด้านนี้จะช่วยให้บุคคลหรือผู้บริโภคได้จัดการกับข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวเองแล้วเลือกเก็บเฉพาะข้อมูลที่น่าสนใจเท่านั้น การเข้าใจถึงสาเหตุทำให้ผู้บริโภคสามารถทำนายสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้และช่วยในการสร้างความมั่นใจตลอดจนลดความสับสนลง นอกจากนี้ยังช่วยยกมาตรฐานความเข้าใจที่ทำให้บุคคลมีการพัฒนาและเจริญเติบโตยิ่งขึ้น รวมถึงส่งผลกระทบต่อการใช้สินค้านั้นและบริการของผู้บริโภคเองด้วย (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545; ชูชัย สมมติไกร, 2556)

### 2.3.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

เมื่อพิจารณาลักษณะร่วมของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่าทัศนคติแยกออกเป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถสร้างเป็นโมเดลองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ (Tricomponent attitude modal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ศุภร เสรีรัตน์, 2544; ถวิต ชาราโกชน, 2524; ไวรซ์ เจียมบรรจง, 2523; ทรงพล ภูมิพัฒน์, 2538) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2.6 แสดงถึงองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ

ที่มา : ศุภร เสรีรัตน์ (2544)

### 2.3.3.1 องค์ประกอบด้านความเข้าใจหรือความรู้ (The cognitive or knowledge component)

เป็นส่วนของความเข้าใจของบุคคลที่แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในด้านความคิดถือเป็นองค์ประกอบที่บุคคลใช้ในการคิด ความคิดอาจอยู่ในรูปของการนึกถึงรูปร่าง ลักษณะ และคุณสมบัติต่อตัวเรา ซึ่งเป็นการพิจารณาสิ่งที่คิดในด้านบวกหรือด้านลบ มีคุณค่าหรือด้อยคุณค่า จึงเห็นได้ว่าเรื่องของความคิดนั้นบุคคลจะต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ เสียก่อนและจำเป็นจะต้องมีการรวมกันของประสบการณ์นั้น ว่ามีมากปานกลางหรือมีน้อยมาก (ศุภร เสรีรัตน์, 2544) ส่วนในเรื่องของความเชื่อจะเป็นตัวตัดสินใจหรือโน้มน้าวให้เกิดอารมณ์หรือความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใด ๆ ในส่วนของประสบการณ์นั้นแต่ละคนยังแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางคนได้ประสบการณ์มาจากการบอกเล่า การอ่านหรือประสบการณ์ตรงด้วยตัวเอง ฉะนั้นผลที่เกิดขึ้นในส่วนของความเชื่อต่อสิ่งหนึ่ง ๆ แม้เป็นสิ่งที่เดียวกันย่อมแตกต่างกันออกไป และพฤติกรรมเฉพาะด้านที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะเจาะจง (จำรอง เงินดี, 2552; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

### 2.3.3.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The affective Component)

เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นักจิตวิทยาสังคมบางท่านใช้คำว่า องค์ประกอบด้านอารมณ์ ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกเหล่านี้มักจะถูกใช้ในการประเมินผลของการวัดทัศนคติผู้บริโภคบ่อยๆ เนื่องจากการที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ แบบใดจะต้องประกอบด้วยปฏิริยา ด้านความรู้สึกและอารมณ์ ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดความรู้สึกและอารมณ์คือ ความคิดและความเชื่อต่อสิ่งนั้นๆ สภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวก (Positive) หรือด้านลบ (Negative) จากประสบการณ์ที่สะสมจะมีผลกระทบทางด้านจิตใจ วิธีที่ใช้วัดการประเมินผลอาศัยเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

### 2.3.3.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (The conative or behavior component)

เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม การปฏิบัติ หรือปฏิริยาของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่เขามีความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ยินดี ไม่ยินดี ความสุข ความทุกข์ พร้อมทั้งจะสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ หรือในทางทำลายล้าง ขัดขืน ต่อผู้บุคคลก็พร้อมที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งลงไป ในทางการตลาดหรือกรวิจัยผู้บริโภค ส่วนของพฤติกรรมมักจะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ที่แสดงอยู่ในระดับมากหรือน้อย หรืออยู่ในรูปแบบใดแบบหนึ่งโดยเฉพาะก็ได้ (ศุภร เสรีรัตน์, 2544; จำรอง เงินดี, 2552; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

จากองค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบดังกล่าวพบว่า องค์ประกอบด้านความเข้าใจหรือความรู้ เป็นส่วนที่แสดงถึงการรับรู้ (Perception) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยใช้ในการพิจารณาถึงด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นเสียก่อน (จำรอง เงินดี, 2552) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยของ อริศรา รุ่งแสง (2555) และณัฐกานต์ พินิจเวชการ (2550) ได้ศึกษาถึงปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพ โดยขึ้นกับสภาพแวดล้อมและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพต่อนั้นๆ มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นปัจจัยนำเข้าที่ผ่านเข้ามาในประสาทสัมผัสของมนุษย์ เช่น ผลិតกัมภ์ การบรรจุกัมภ์ ตราสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น และหน่วยรับรู้ความรู้สึก (Sensory Receptors) เป็นประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ ซึ่งจะทำหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทำหน้าที่ร่วมกันในการประเมินและใช้ผลิตกัมภ์ของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

### 2.4.1 องค์ประกอบของการรับรู้

การรับรู้จะประกอบไปด้วยสิ่งที่มีในสมองก่อน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความเชื่อ ค่านิยม และประสบการณ์ เป็นต้น เมื่อรวมกับการสัมผัสแล้วจะเกิดเป็นการรับรู้ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

2.4.1.1 ระดับต่ำสุดที่บุคคลรับรู้ได้ (The Absolute Threshold) ซึ่งจุดนี้บุคคลจะสามารถป้องกันความแตกต่างระหว่างการรับรู้บางสิ่งและไม่รับรู้อะไรเลย

2.4.1.2 ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลจะเห็นได้ (The Differential Threshold) หมายถึง ความแตกต่างน้อยที่สุดที่จะทำให้บุคคลสามารถรับรู้ความแตกต่างได้ โดยนำมาใช้ในการตั้งราคา หรือกำหนดขนาดของสินค้าบ้าง เพื่อให้เกิดความรู้สึกแตกต่าง

2.4.1.3 ระดับของการรับรู้ (Threshold of Awareness) แบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1) ระดับต่ำสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ (Lower Threshold) คือ เป็นคนที่มีการรับรู้เรื่องต่างๆ ได้น้อยมาก

2) ระดับสูงสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ (Upper Threshold) คือ เป็นคนที่มีการรับรู้เรื่องต่างๆ ได้สูงมาก

3) ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ (Difference Threshold) คือ เป็นคนที่รับรู้เรื่องต่างๆ แตกต่างจากผู้อื่น

2.4.1.4 การรับรู้โดยไม่รู้ตัว (Subliminal Perception) เรียกอีกอย่างว่า การรับรู้ในจิตใต้สำนึก (Conscious Awareness) หมายถึง การรับรู้สิ่งใดโดยที่เราไม่รู้ตัวว่ากำลังเรียนรู้สิ่งนั้น

### 2.4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ประกอบด้วย (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

#### 2.4.2.1 องค์ประกอบทางด้านเทคนิค (Technical Factors) ประกอบด้วย

1) ขนาด (Size) ผู้บริโภคมักรับรู้ว่าขนาดใหญ่ต่อมีราคาที่แพงกว่า มีคุณภาพดีกว่า

2) สี (Color) เป็นตัวบ่งบอกลักษณะของบุคคล

3) ความเข้ม (Intensity) หมายถึง ความเข้มของการโฆษณา แสดงออกด้วยจำนวนครั้งและความถี่ในการโฆษณาขององค์กร

4) การเคลื่อนไหว (Movement) ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการเปิดรับข่าวสารและความสนใจในข่าวสาร

5) ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งของตราสินค้า ที่เห็นได้จากสปอนเซอร์โฆษณา

6) ความแตกต่าง (Contrast) เพื่อต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

7) การจับแยก (Isolation) การแยกออกมาอย่างมีความพิเศษ

2.4.2.2 ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค (Mental Readiness of Consumer to Perceive) มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ความฝังใจหรือการยึดมั่น (Perceptual Fixation) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์สินค้าใหม่ที่จะออกมาต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี

- 2) นิสัยในการมอง (Perceptual Habit)
- 3) ความมั่นใจและความรอบคอบ (Confidence and Caution)
- 4) ความใส่ใจ (Attention) ที่ทำให้มองเห็นรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ
- 5) โครงสร้างในสมอง (Mental Set or Track of Mind)
- 6) ความคุ้นเคย (Familiarity)
- 7) ความคาดหวัง (Expectations)

#### 2.4.2.3 ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Post Experience of the Consumer)

2.4.2.4 **สภาวะอารมณ์ (Mood)** คือความพร้อมทางด้านจิตใจ เป็นสิ่งที่ช่วยอารมณ์ความรู้สึกได้ ได้แก่ แสง สี คนตรี เวลา เป็นต้น

2.4.2.5 **ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมมาจากการรับรู้ของผู้บริโภค (Social and Cultural Factors of Consumer Perception)** ต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ เนื่องจากแต่ละสังคมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป

สรุปได้ว่า การรับรู้ของบุคคลที่ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะส่งผลให้แต่ละบุคคลแสดงทัศนคติ พฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยดังกล่าว

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การดำเนินงานของกิจการจะประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งนักการตลาดต้องหาทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อทำให้กิจการอยู่รอดได้ ส่วนประสมทางการตลาดถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ อาจเรียกได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ โดยประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ เรียกว่า 4P's ได้แก่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550; วิเชียร วงศ์นิชชากุลและคณะ, 2555)

### 2.5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

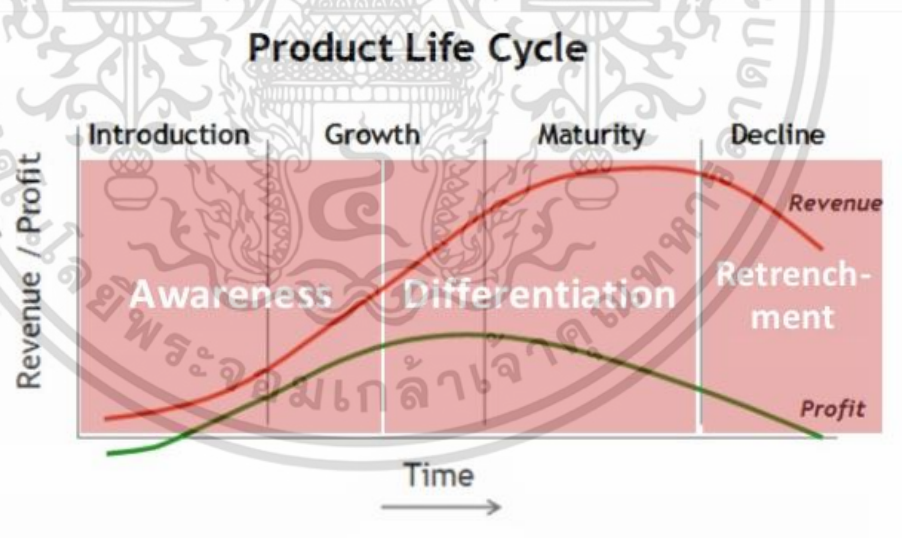
หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้หรือการบริโภค ที่ตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ มีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลลัพธ์อาจจะเป็นตัวสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลลัพธ์ที่เสนอขายอาจจะผลลัพธ์ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ที่มีสรรพประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลลัพธ์สามารถขายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550) ผลลัพธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สินค้าบริโภค คือ ผลลัพธ์ที่ซื้อไปสำหรับผู้บริโภคใช้ในครัวเรือนขั้นสุดท้าย และสินค้าอุตสาหกรรม คือผลลัพธ์ที่ซื้อไปสำหรับการผลิตสินค้าอื่นต่อไป เช่น วัตถุดิบต่างๆ วัสดุและชิ้นส่วนประกอบ เป็นต้น

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) หมายถึง ขั้นตอนแสดงยอดขายและกำไรของผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง ในแต่ละช่วงเวลาที่แสดงออกมาอย่างต่อเนื่อง โดยแกนตั้งจะแทนยอดขาย ส่วนแกนนอนจะแทนขั้นตอนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550; วิสวัตรุ่งเรืองผล, 2545)

**ขั้นที่ 1** ขั้นแนะนำ (Introduction) เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่งเข้าสู่ตลาดและเริ่มมีโปรแกรมการตลาดหลังจากผลิตภัณฑ์ได้ผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นแนะนำนี้จะมีการใช้ต้นทุนที่สูง ผลิตภัณฑ์จะมีอัตราการเติบโตของยอดขายช้า การจัดจำหน่ายยังอยู่ในเขตจำกัด เนื่องจากในระยะนี้อาจไม่เป็นที่รู้จักในตลาดมากนักและมีคู่แข่งจำนวนน้อยรายหรือแทบไม่มี การส่งเสริมจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.7 แสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ที่มา : <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/imc-overview-ch2>

**ขั้นที่ 2** ขั้นเจริญเติบโต (Growth) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคในตลาดเริ่มรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทำให้อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นตามไปด้วยอย่างรวดเร็ว กำไรสูงขึ้น และเริ่มมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งกันเกิดขึ้นในตลาดมากขึ้นเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้กำไร รวมทั้งมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เลือกรวมมากขึ้นเช่นกัน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ขั้นนี้เป็นการให้ซื้อตราหือของบริษัท

**ขั้นที่ 3** ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) เป็นขั้นที่ยอดขายเพิ่มขึ้นเข้าสู่จุดสูงสุด โดยจะเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่ลดลง ทำให้กำไรที่ได้ลดลงด้วย ระยะนี้คู่แข่งจะมีจำนวนและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

**ขั้นที่ 4** ขั้นตกต่ำ (Decline) จะเป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ในช่วงปลาย โดยยอดขายและกำไรของผลิตภัณฑ์จะลดลงอย่างมาก คู่แข่งขันลดลง เนื่องจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และความนิยมในผลิตภัณฑ์น้อยลง ผู้ผลิตจึงต้องลดค่าใช้จ่ายทุกชนิดให้อยู่ในระดับต่ำเพื่อเพิ่มกำไร

## 2.5.2 ราคา (Price)

หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์และราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

### 2.5.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา

1) ความต้องการของตลาด (Demand) กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสูงขึ้นปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการนั้นจะลดลง และเมื่อระดับราคาลดลงปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการนั้นจะเพิ่มสูงขึ้น กฎของดีมานด์นี้ถูกนำไปใช้ในการตั้งราคา โดยพิจารณาถึงความยืดหยุ่นของดีมานด์ที่มีต่อราคาสำหรับสินค้าใดสินค้านั้น

2) การแข่งขันในตลาด (Competition) เนื่องจากราคาของคู่แข่งถือเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งในการกำหนดราคา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นข้อเปรียบเทียบในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ถ้าคู่แข่งมีมากอาจต้องตั้งราคาให้เท่ากับหรือต่ำกว่าเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือก อย่างไรก็ตามการกำหนดราคายังต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับคู่แข่งในความคิดของผู้บริโภคด้วย

3) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Legal and Regulatory) ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีการควบคุมราคาจากรัฐบาล ไม่สามารถตั้งราคาเกินกว่าที่รัฐบาลกำหนดได้ เช่น ค่าโดยสารรถประจำทาง น้ำตาล น้ำมัน อัตราดอกเบี้ยธนาคาร เป็นต้น

4) ส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ (Other Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และวิธีการส่งเสริมการตลาด โดยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัวนี้ ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การตั้งราคาต้องคำนึงถึงประเภทและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ในการสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค การเลือกช่องทางการจำหน่ายหรือคนกลางมีผลกระทบต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์หรือการเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อการตั้งราคาสินค้า ส่วนการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ก็มีผลต่อการตั้งราคาที่แตกต่างกัน

5) ต้นทุน (Cost) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ดังนั้นการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการ จึงต้องมีการคำนวณต้นทุนบวกด้วยกำไร ถือได้ว่าต้นทุนมักถูกกำหนดให้เป็นฐานหรือขั้นต่ำสุดในการกำหนดราคา ต้นทุนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost)

ต้นทุนคงที่ เป็นต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะผลิตจำนวนเท่าใด เช่น เงินเดือน ค่าเช่า

ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการผลิต ถ้าปริมาณการผลิตเพิ่ม ต้นทุนผันแปรจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เป็นต้น

### 2.5.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง หรือกระบวนการจัดการเพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยกระบวนการนี้ประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นหลัก สำหรับต้นทางและปลายทางของการเคลื่อนย้าย ซึ่งอาจมีตัวกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) ที่ช่วยให้การกระจายผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550; วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545)

#### 2.5.3.1 โครงสร้างพื้นฐานของช่องทางการจัดจำหน่าย (Basic Structure of Channel of Distribution)

1) ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภค (Consumer Product Channel) คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคสุดท้าย ได้แก่

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบตรง คือ ผู้ผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคสุดท้ายโดยตรง ไม่ผ่านคนกลาง ถือเป็นช่องทางที่สั้นที่สุด เช่น ร้านหรือแผงอาหาร เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบอ้อม คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีเส้นทางการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตโดยผ่านพ่อค้าคนกลางก่อนไปยังผู้บริโภค แสดงดังรูปที่ 2.8

2) ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจ (Business Product Channel) คือ ระบบช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปใช้ในทางธุรกิจ รวมทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรม แสดงดังรูปที่ 2.9

#### 2.5.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Factors Affecting Choice of Channel)

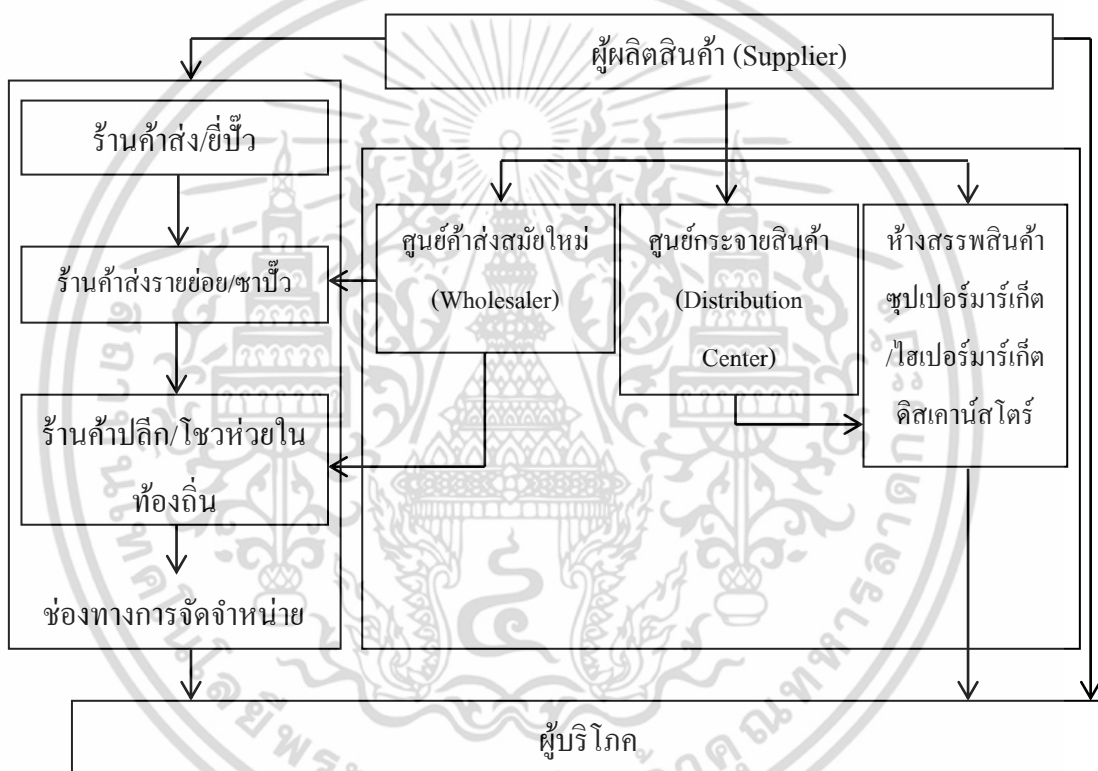
ปัจจัยหลักๆ ที่นักการตลาดนำมาพิจารณาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1) การพิจารณาด้านการตลาด (Market Consideration) ประกอบด้วย ตลาดผู้บริโภคที่มีกระจายอยู่จำนวนมากทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายยาว ตลาดอุตสาหกรรมที่มีจำนวนอยู่น้อยรายและอยู่รวมกลุ่มกันทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสั้น จำนวนของลูกค้าที่คาดหวังถ้ามี

มาก ช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างยาว เช่น สินค้าสะดวกซื้อ แต่ถ้ามีจำนวนน้อยรายทำให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

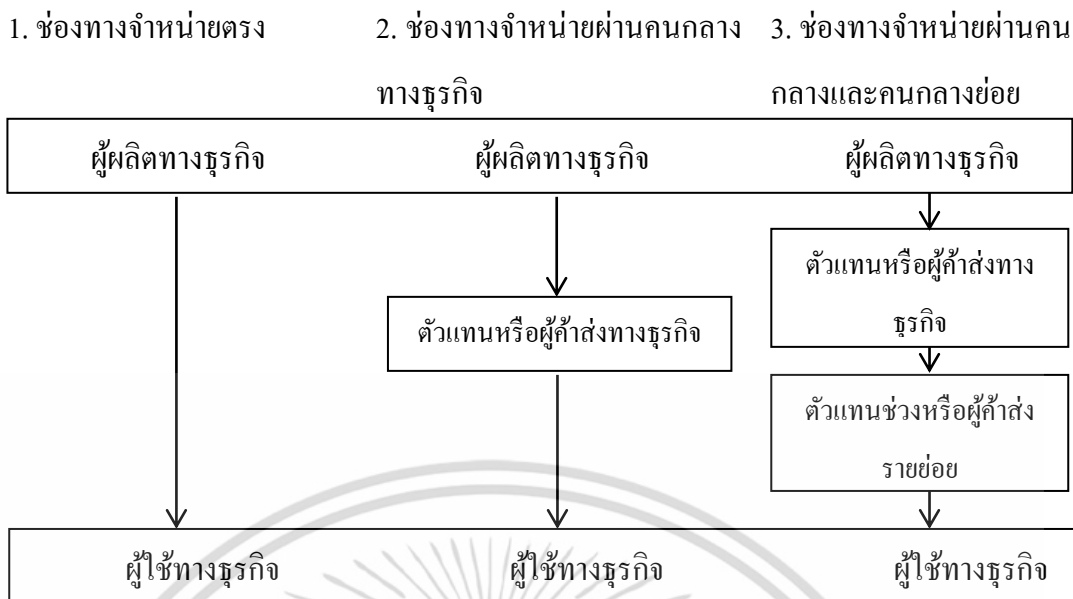
ช่องทางการจัดจำหน่ายสั้น เช่น รถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงขนาดของการสั่งซื้อ ถ้า ปริมาณและมูลค่าการซื้อแต่ละครั้งต่ำ ช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างยาว เช่น การซื้อสบู่ ยาสระผม แต่ถ้าปริมาณและมูลค่าการซื้อสูง ช่องทางการจำหน่ายจะสั้น เช่น ไมโครเวฟ เป็นต้น

2) การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ (Product Considerations) เช่น สินค้าบริโภคจะมีระดับช่องทางการจัดจำหน่ายยาวกว่าสินค้าอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง เช่น เพชร ช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างสั้น แต่ถ้ามีมูลค่าต่อหน่วยต่ำ ช่องทางการจัดจำหน่ายจะค่อนข้างยาว รวมทั้งความน่าเชื่อถือหรือความล้าสมัยของผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์เสีง่ายหรือล้าสมัยเร็ว ช่องทางการจัดจำหน่ายจะค่อนข้างสั้น



ภาพที่ 2.8 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภค

ที่มา : วิทวัส รุ่งเรืองผล (2545)



ภาพที่ 2.9 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจ

ที่มา : วิทวัส รุ่งเรืองผล (2545)

3) การพิจารณาด้านคนกลาง (Middlemen Considerations) ต้องมีการพิจารณาถึงการให้บริการของคนกลาง โดยผู้ผลิตควรเลือกคนกลางที่สามารถให้บริการทางการตลาดที่ผู้ผลิตไม่สามารถให้บริการเองได้ เช่น บริการขนส่ง คลังสินค้า การส่งเสริมการตลาดต่างๆ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงทัศนคติของคนกลางที่มีต่อนโยบายของผู้ผลิต เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการบริการ

4) การพิจารณาด้านบริษัท (Company Consideration) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆภายในบริษัท ได้แก่ ฐานะทางการเงิน ความสามารถในการบริหาร ความต้องการในการควบคุมช่องทาง และบริการที่ผู้ขายต้องจัดหาให้

**2.5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)**

หมายถึง เครื่องมือการสื่อสาร หรือกระบวนการด้านการสื่อสารการตลาดระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ โดยใช้องการแจ้งข่าวสารและจงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2550)

**2.5.4.1 การโฆษณา (Advertising)** คือ รูปแบบหรือกิจกรรมการเสนอขาย ความคิด

สินค้าหรือบริการ รวมทั้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อสาธารณะ โดยไม่ใช้พนักงานขาย เพื่อเป็นการตอกย้ำในตราชื่อของผลิตภัณฑ์ ผู้ที่ต้องการสื่อสารเป็นผู้ที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางด้านสื่อโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**2.5.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)** คือการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือเรียกอีกอย่างว่า การติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้า เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ลักษณะการสื่อสารนี้ ผู้รับสารสามารถพูดคุย สอบถาม หรือสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากผู้ส่งสาร และสร้างสัมพันธ์อันดีได้

**2.5.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)** คือกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานและการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการในเวลาจำกัดหรือในทันทีทันใด เช่น การลดราคา แจกสินค้าตัวอย่าง แลกซื้อ ของแถมต่างๆ

**2.5.4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations)** คือการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผ่านสื่อกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้มุ่งเน้นในการขายสินค้าอย่างการโฆษณา หรือการส่งเสริมการขาย แต่การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามในการสื่อสารที่มุ่งสร้างภาพพจน์ และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ หรือองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์

## 2.6 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ยุทธพล ทองปรีชา (2553) ได้ศึกษาถึงความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ในการปลูกข้าวของเกษตรกร อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ ปริมาณการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และต้นทุนการผลิตข้าวของเกษตรกร รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะปลายเปิดและ ปลายปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ตอน ได้แก่ เรื่องเศรษฐกิจ สังคม และบุคคล, ความรู้เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม, ความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์, ทัศนคติต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์, การปฏิบัติของ เกษตรกรในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ สุดท้ายคือปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ งานวิจัย ครั้งนี้ทำการศึกษาเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ หลายขั้นตอน เริ่มจากเลือกพื้นที่สำหรับทำการศึกษาวิจัยในอำเภอแม่สรวยทั้งหมด 7 ตำบล เลือก พื้นที่ตำบลตัวอย่างร้อยละ 50 จากจำนวนตำบลทั้งหมด จะได้ตัวอย่าง 4 ตำบล เลือกหมู่บ้านตัวอย่าง ในตำบลที่เลือกมาร้อยละ 50 ของจำนวนหมู่บ้านทั้งหมดในแต่ละตำบล ได้ทั้งหมด 25 หมู่บ้าน พบว่ามีเกษตรกรเท่ากับ 4,144 ราย หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรโดยใช้สูตร Yamane ได้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 347 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) โดยการวิเคราะห์แบบลำดับขั้น เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศ และความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในนาข้าว มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกข้าว ด้านทัศนคติพบว่า การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ ความถี่ในการฝึกอบรม และความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับทัศนคติของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ย ในส่วนของการปฏิบัติของเกษตรกรพบว่า ขนาดพื้นที่ปลูกข้าว การฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ ความถี่ในการฝึกอบรม ประสบการณ์ในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และจำนวนแหล่งผลิต/จำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ภายในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกข้าว แต่จำนวนแรงงานภายในครัวเรือน การมีอยู่ของแหล่งผลิต/จำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ภายในท้องถิ่น และความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งผลิต/จำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ภายในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการปฏิบัติของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกข้าว

สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ปัญหาการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ รวมทั้งความคิดเห็นของเกษตรกร ผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีประเด็นในเรื่อง ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ข้อมูลด้านปัญหาการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ และความคิดเห็น รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในอำเภอพะเยา จังหวัดพะเยา ที่มีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน เริ่มจากสุ่มตัวอย่างตำบลแบบเฉพาะเจาะจงทั้งหมด 5 ตำบล ตำบลละ 5 หมู่บ้าน และสุ่มตัวอย่างหมู่บ้านละ 10 ตัวอย่าง จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง หลังจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยแต่ละรายการ พบว่า ทรายหือสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย คุณภาพการใช้งาน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ใกล้บ้านของเกษตรกร มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ส่วนการโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในระดับปานกลาง

โกมล นาคสิงห์ (2550) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง โดยงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีประเด็นหลักๆคือ ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปเผยแพร่ภายนอกได้ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ที่มีการสุมตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวก และกำหนดขนาดตัวอย่างจากตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง แบ่งเป็นปัจจัยย่อยคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ณฐนนท์ เมธิพิสิฐกุล (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีประเด็นในส่วนของคุณสมบัติทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ และปัญหา/อุปสรรครวมทั้งแนวทางแก้ไขจากจากผู้ที่เคยซื้อปุ๋ยอินทรีย์ จำนวน 200 คน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการทางสถิติทั้งเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-test และ T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ สถานภาพการแต่งงานให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ณิชกานต์ วิวัฒน์วิทย์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคตำบลควนสุบรรณ อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการตลาด พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในเขตตำบลควนสุบรรณ อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษานำวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปและคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Yamane มีค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ตัวแปรอิสระได้แก่ ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการตลาด ตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และใช้สถิติเชิง

พรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ส่วนสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) ใช้สำหรับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ การศึกษา อาชีพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ส่วนปัจจัยด้านการตลาดได้แก่ ตัวสินค้า ประเภท/ชนิดของปุ๋ยอินทรีย์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ ยี่ห้อทางการค้า สูตรปุ๋ย ด้านราคา รูปแบบการชำระเงิน การส่งเสริมการตลาด คำแนะนำจากผู้ขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ประสิทธิ์ ธาริจิตร (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทุกตำบลในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีประเด็นในเรื่องข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางสำเร็จรูปกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 318 ตัวอย่าง และสำรวจเพื่อไว้โดยรวมเป็น 350 ตัวอย่าง งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเกษตรกรผู้เคยซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ทุกตำบลในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บตัวอย่างวิธีตามสะดวก หลังจากเก็บข้อมูลแล้วได้ทำการเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 321 ตัวอย่าง มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ และนำเสนอเป็นตารางค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม เพศ อายุ และระดับการศึกษาของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เพศ อายุ และระดับการศึกษาของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกัน ด้านราคา เพศและอายุของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกัน แต่ระดับการศึกษาของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพศและอายุของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกัน แต่ระดับการศึกษาของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า เพศและระดับการศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน ส่วนอายุของเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกัน

พฤษัช ชวพันธ์ (2551) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ รวมทั้งเปรียบเทียบปัจจัยในด้านภาพลักษณ์องค์กร กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ด้านการบริหารจัดการ กระบวนการผลิต ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และด้านสายสัมพันธ์ของเกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก

การเลือกตัวอย่างแบบ Stratified random sampling และกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรการคำนวณ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในสื่อใดๆ ไม่่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของ Yamane ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 304 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Samples test และ One-way ANOVA ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อายุ สถานะภาพในครอบครัว พื้นที่หมู่บ้าน รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่ต่างกัน

ณรงค์ชัย จิระราชชัย (2556) ได้ศึกษาทัศนคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการซื้อปุ๋ยชีวภาพในการเพาะปลูกข้าว โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการกำหนดแบบโควตาตามสัดส่วน (Proportional Quota Sampling) ในเขตพื้นที่เพาะปลูกข้าวในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อู่ทอง หมองหญ้าไซ สองพี่น้อง และเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 396 ตัวอย่าง จึงปรับขนาดเพิ่มขึ้นเป็น 400 ตัวอย่าง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ย โดยผลการวิเคราะห์พบว่า การศึกษาทัศนคติในด้านความรู้ความเข้าใจนั้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และความเข้าใจถูกต้องในการใช้ปุ๋ยชีวภาพ โดยรวมคิดเป็นร้อยละ 60.25 ด้านความคิดเห็นการใช้ปุ๋ยชีวภาพของผู้ตอบแบบสอบถามตามส่วนประสมทางการตลาดพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยแต่ละด้านที่มีค่าสูงสุดมีดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์คือ ปุ๋ยชีวภาพมีธาตุอาหารครบถ้วน ด้านราคาของปุ๋ยชีวภาพ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายของปุ๋ยชีวภาพ คือ มีตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าบริการหลายแห่งทำให้สะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขายของปุ๋ยชีวภาพ โดยมีการให้ความรู้ จัดอบรม สัมมนา

ณรงค์ อนุสนธิ์ (2552) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี รวมทั้งหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในแต่ละด้าน งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane จะได้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 381 ตัวอย่าง หลังจากนั้นทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามตำบลทั้งหมด 20 ตำบล และเลือกตัวอย่างจนครบตามสัดส่วนในแต่ละตำบล หลังจากนั้นใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร จะทำการวิเคราะห์จาก Regression ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกตัวที่คัดเลือกเข้ามา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้าน

การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และการเลือกตราหือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งจำหน่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกเวลาการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกปริมาณการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุรพล วิบูลย์ญาณ (2554) ทำการศึกษาทัศนคติการทำนาแบบเกษตรอินทรีย์ของชาวนาในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหัวดง อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ รวมทั้งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติที่มีต่อการทำนาแบบเกษตรอินทรีย์ของชาวนา โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจำนวน 247 ตัวอย่าง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าคะแนนตามแบบลิเคิร์ท รวมถึงค่าสถิติ Pearson correlation coefficient โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ชาวนามีทัศนคติเกี่ยวกับการทำนาแบบเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติเกี่ยวกับการทำนาแบบเกษตรอินทรีย์ได้แก่ ระดับการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการทำนา และประสบการณ์การเข้าอบรมเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์

มารีนา มาหมื่น และคณะ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวนายางพาราในจังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ และส่วนประสมการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ตามความคิดเห็นของชาวนายางพาราในจังหวัดชุมพร รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยมีการกำหนดตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างจากการใช้ตารางยามาเน่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมานได้แก่ ไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่าชาวนายางพาราให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวนายางพาราในจังหวัดชุมพรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

หทัย ศรีสิงห์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนา ตามโครงการเกษตรอินทรีย์ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และระดับเจตคติที่มีต่อการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนา รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเจตคติที่มีต่อการปลูกข้าวอินทรีย์กับการยอมรับการปลูกข้าวอินทรีย์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ สถานภาพของชาวนา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนา แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนา และเจตคติในการปลูกข้าวอินทรีย์ งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจชาวนาที่ปลูกข้าว จำนวน 400 ครัวเรือน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และจำแนกตามตำบลโดยใช้การสุ่มอย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่า ชาวนาส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการปลูกข้าวอินทรีย์ในระดับปานกลาง มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปลูกข้าวอินทรีย์ในระดับค่อนข้างสูงและมีเจตคติในการปลูกข้าวอินทรีย์ในระดับค่อนข้างดี ส่วนการหาความสัมพันธ์พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และเจตคติในการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนามีความสัมพันธ์กับการยอมรับการปลูกข้าวอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

อริศรา รุ่งแสง (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล การรับรู้ข่าวสาร แรงจูงใจในการซื้อ และคุณค่าที่รับรู้กับพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทานผักปลอดสารพิษที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หลักการสุ่มตัวอย่าง 4 ขั้นตอน คือการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับฉลากเพื่อเลือกเขต การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยเจาะจงเลือกห้างสรรพสินค้าที่มีผู้บริโภคไปจับจ่ายใช้สอยมาก การสุ่มตัวอย่างแบบ โควตาเพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ขั้นตอนสุดท้ายคือการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร แรงจูงใจในการซื้อ คุณค่าที่รับรู้ของผักปลอดสารพิษ และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ผลการทดลองพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน คุณค่าที่รับรู้ต่อผักปลอดสารพิษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ณัฐกานต์ พินิจเวชการ (2550) ได้ศึกษาการรับรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการซื้อนมพร้อมมันเนยยี่ห้อ โฟร์โมสต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด ทักษะคติด้านผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อนมพร้อมมันเนยยี่ห้อ โฟร์โมสต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ และทักษะคติด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมมันเนยยี่ห้อ โฟร์โมสต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่บริโภคหรือเคยบริโภคนมพร้อมมันเนยยี่ห้อ โฟร์

โมสต์ กำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มจำนวนเป็นทั้งหมด 400 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย แบบเจาะจง แบบกำหนดโควตา และ สุ่มท้ายคือการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวกในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เครื่องมือที่ใช้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ ข้อมูลทั่วไป การรับรู้การสื่อสารการตลาด ทักษะคติเกี่ยวกับ นมพร่องมันเนย และพฤติกรรมยี่ห้อโฟร์โมสต์ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หลังจากนั้นนำไป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ผลการ ทดลองพบว่า ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อนมพร่อง มันเนยด้านจำนวนที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน ด้านค่าใช้จ่ายใน การบริโภคโดยประมาณต่อเดือนที่ไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อนมพร่อง มันเนยด้านจำนวนที่ซื้อแตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อด้าน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อเดือนแตกต่างกัน ในด้านความสัมพันธ์พบว่า การรับรู้การสื่อสารทาง การตลาดโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความถี่และด้านค่าใช้จ่าย แต่การรับรู้การ สื่อสารด้านโฆษณามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนที่ซื้อ ทักษะคติโดยรวมเกี่ยวกับนม พร่องมันเนยโฟร์โมสต์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนการซื้อ

จากตารางที่ 2.1 พบว่าตัวแปร ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อ และส่วนประสมทาง การตลาด เป็นตัวแปรที่มักถูกนำมาศึกษา ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของผู้วิจัย ผู้วิจัยจึง นำตัวแปรเหล่านี้มาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนตัวแปร การรับรู้ เป็นตัวแปรที่ยังไม่ถูกนำมาศึกษา มากนัก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการนำตัวแปรนี้มาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ตนคิด การรับรู้ พฤติกรรมการซื้อ และส่วนประสมทางการตลาดจากผลการทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัย (ปี)	ปัจจัยส่วนบุคคล	ทัศนคติ	การรับรู้	พฤติกรรม การซื้อ	ส่วนประสมทางการตลาด			
					ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการ จัดจำหน่าย	การส่งเสริม การตลาด
ยุทธพล ทองปรีชา (2553)	✓	✓						
สิริกานต์ จิรวินน์จำริญญ (2550)	✓				✓		✓	✓
โกมล นาคสิงห์ (2550)	✓	✓			✓		✓	✓
ณฐนนท์ เมธิพิสิษฐกุล (2551)	✓				✓		✓	✓
ณิชกานต์ วัฒนวิทย์ (2553)	✓				✓		✓	✓
ประสิทธิ์ ธารวิจิตร (2555)	✓				✓		✓	✓
พฤกษ์ ทรัพย์พันธ์ (2551)	✓							
ณรงค์ชัย จิระชวีชัย (2556)	✓	✓					✓	✓
ณรงก์ อมุนันท์ (2552)	✓						✓	✓
ศุรพล วิบูลย์ญาณ (2554)	✓	✓						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้แทนครอบครัวเกษตรกรที่สามารถตัดสินใจได้และมีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี โดยใช้ข้อมูลจากรายงานแสดงจำนวนครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี มีเกษตรกรที่ประกอบอาชีพเพาะปลูกทั้งหมด 49,596 ครัวเรือน จาก 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองราชบุรี อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอปากท่อ อำเภอจอมบึง อำเภอบางแพ อำเภอสวนผึ้ง อำเภอวัดเพลง และกิ่งอำเภอบ้านคา

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (นราศรี ไววนิชกุล, 2545)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3.1)$$

โดยที่ n แทน ขนาดของตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างได้กำหนดไว้ที่

5%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น จะได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรเพื่อทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$\text{แทนค่า } n = \frac{49,596}{1+49,596(0.05)^2}$$

$$n = 396 \text{ ตัวอย่าง}$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เกษตรกรที่มีอาชีพเพาะปลูกในจังหวัดราชบุรี จำนวน 396 ตัวอย่าง และสำรองข้อมูลไว้ 146 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่เกิดความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ดังนั้นจึงรวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 542 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)

### 3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้จะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นที่ 1** ทำการพิจารณาเลือกอำเภอที่มีจำนวนครัวเรือนเกษตรมากกว่า 5,000 ครัวเรือน ได้ทั้งหมด 6 อำเภอ จากอำเภอทั้งหมดในจังหวัดราชบุรีจำนวน 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอโพธาราม อำเภอปากท่อ อำเภอบ้านโป่ง อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอเมืองราชบุรี และอำเภอจอมบึง ตามลำดับ

**ขั้นที่ 2** ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนครัวเรือนเกษตรแต่ละอำเภอ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลการเกษตรของแต่ละอำเภอในจังหวัดราชบุรี

อำเภอ	พื้นที่ทำการเกษตรรวม (ไร่)	จำนวนครัวเรือนเกษตร (ครัวเรือน)
โพธาราม	130,259	9,673
ปากท่อ	151,815	7,964
บ้านโป่ง	117,601	6,725
ดำเนินสะดวก	95,052	6,255
เมืองราชบุรี	106,693	5,309

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จอมบึง	206,580	5,189
กิ่งอำเภอบ้านคา	135,341	3,314
สวนผึ้ง	82,812	2,610
บางแพ	34,788	2,177

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

อำเภอ	พื้นที่ทำการเกษตรรวม (ไร่)	จำนวนครัวเรือนเกษตร (ครัวเรือน)
วัดเพลง	18,767	380
รวม	1,079,708	49,596

ตารางที่ 3.2 แสดงขนาดตัวอย่างจาก 6 อำเภอที่มีจำนวนครัวเรือนมากกว่า 5,000 ครัวเรือน โดยวิธีการสุ่มแบบโควตา

อำเภอ	จำนวนครัวเรือนเกษตร	ขนาดตัวอย่าง
โพธาราม	9,673	128
ปากท่อ	7,964	105
บ้านโป่ง	6,725	89
ดำเนินสะดวก	6,255	82
เมืองราชบุรี	5,309	70
จอมบึง	5,189	68
รวม	41,115	542

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามจะมีคำถามแบบปิด (Close-ended question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และปลายเปิด (Open-ended question) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ ตำราวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์

2. จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านำมาสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามดังกล่าวมีส่วนประกอบสำคัญ 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ขนาดพื้นที่เพาะปลูก ระดับรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ มีจำนวน 8 ข้อประกอบด้วยคำถามเชิงบวกทั้งหมด 8 ข้อ

โดยกำหนดระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยคะแนนในลักษณะการตอบเป็นดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงคะแนนของคำถามด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์

การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์	คะแนนที่ได้
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีเกณฑ์การแสดงระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) เป็นดังตารางที่ 3.4

**ตารางที่ 3.4** แสดงเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

เกณฑ์การแบ่งระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์	คะแนนเฉลี่ย
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21 - 5.00
เห็นด้วยมาก	3.41 - 4.20
เห็นด้วยปานกลาง	2.61 - 3.40
เห็นด้วยน้อย	1.81 - 2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00 - 1.80

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยการใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Respond Question) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังตารางที่ 3.5

**ตารางที่ 3.5** แสดงคะแนนของคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดปุ๋ยอินทรีย์

ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดปุ๋ยอินทรีย์	คะแนนที่ได้
สำคัญมากที่สุด	5 คะแนน
สำคัญมาก	4 คะแนน
สำคัญปานกลาง	3 คะแนน
สำคัญน้อย	2 คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแสดงระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดปุ๋ยอินทรีย์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) เป็นดังนี้

**ตารางที่ 3.6** แสดงเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดปุ๋ยอินทรีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การแบ่งระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทาง การตลาดปุ๋ยอินทรีย์	คะแนนเฉลี่ย
สำคัญมากที่สุด	4.21 - 5.00
สำคัญมาก	3.41 - 4.20
สำคัญปานกลาง	2.61 - 3.40
สำคัญน้อย	1.81 - 2.60
สำคัญน้อยที่สุด	1.00 - 1.80

#### ตอนที่ 4 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์

คำถามด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ซึ่งประกอบด้วยประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ สาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ สถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อ รูปแบบการชำระเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง และสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์

3. จัดพิมพ์แบบสอบถามร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมเพื่อตรวจสอบขอคำแนะนำ และพิจารณาความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการแนะนำแก้ไขแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ให้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาอีกครั้ง รวมไปถึงความชัดเจนของการใช้ภาษาในเชิงวิจัย (Wording) และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item- Objective Congruence) ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

โดยการหาค่า IOC นั้นผู้วิจัยได้นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน ดังตารางที่ 3.7

$$\text{โดยใช้สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N} \quad (3.2)$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence)

R	หมายถึง	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยที่
	ค่า +1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหา
	ค่า 0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหา
	ค่า -1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา
N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาเป็นคำถามในแบบสอบถามของงานวิจัย ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน รวมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตารางที่ 3.7 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1	รศ.ดร.ปัญญา ห่มน้เก็บ	อาจารย์ภาควิชา พัฒนาการเกษตรและ การจัดการทรัพยากร	คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2	ดร.กฤษนนท์ ห่อทองคำ	เลขาธิการมูลนิธิ และปฎิชาภาพไทย	บริษัท ไอโอนิค จำกัด
3	อ.ดร.อภิวรรณ กรมเมือง	อาจารย์ประจำคณะการ บริหารและการจัดการ	คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน

6. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยจะใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีสูตรในการหาค่าความเชื่อมั่นวิธีนี้คือ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, 2531)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\} \quad (3.3)$$

เมื่อ  $(\alpha)$  แทน ค่าความเชื่อมั่น  
 $k$  แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด  
 $\sum S_i^2$  แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ  
 $S_t^2$  แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การแปลผลค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.00 - 1.00 หมายความว่า ถ้ายิ่งเข้าใกล้ 1.00 มากเท่าไร ยิ่งมีความเชื่อมั่นสูง สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทางวิชาการอยู่ในเกณฑ์ค่าเชื่อมั่นยอมรับได้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งขั้นสุดท้ายก่อนจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูล โดยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

#### 3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1. ขอบคความหมายจาก คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทะเบียนรายชื่อผู้ประกอบการเกษตร

2. นำแบบสอบถาม ที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปแจกให้แก่เกษตรกรที่เคยใช้น้ำมันทรีย์ในจังหวัดราชบุรี โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับคืนตั้งแต่เดือนมีนาคมถึง เมษายน 2559

3. หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 542 ชุด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ความถูกต้องสมบูรณ์

4. นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทำการวิเคราะห์

#### 3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย บทความ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์ สถิติของภาครัฐ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นำมาสรุปเป็นประเด็นในการนำเสนอในงานวิจัย

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับมาได้แล้ว นำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนที่ได้มาประมวลผลข้อมูลด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อบรรลุผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่ได้อมาหาค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยนำข้อมูลที่ได้อมาหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญ ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.05
  - 3.1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีกับเพศ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้วยการทดสอบ T (T-Test)
  - 3.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีกับอายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่เพาะปลูก และรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำ Multiple Comparison Test เพื่อทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD
4. หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์และพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 แสดงสมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 เกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ t-test
สมมติฐานที่ 1.2 เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มี	ค่าสถิติ One-way

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.7 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One-way ANOVA
<b>ตารางที่ 3.8 (ต่อ)</b>	
สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.8 เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	ค่าสถิติ t-test
สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี	
สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ค่าสถิติ Multiple Regression Analysis
สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ค่าสถิติ Multiple Regression Analysis

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ คือ

#### 3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา เป็นการสรุปเฉพาะลักษณะที่สำคัญของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษาเท่านั้น ได้แก่ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลย่อย} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \quad (3.4)$$

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) เป็นการวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางของข้อมูลที่นิยมใช้มากที่สุด เหมาะกับข้อมูลที่มีการแจกแจงแบบสมมาตร (Normal Symmetric) หาได้จากผลรวมของข้อมูลทั้งหมด ใช้สำหรับแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad (3.5)$$

เมื่อ  $X$  หมายถึง คะแนนของแต่ละคน  
 $\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง  
 $\sum x$  หมายถึง ผลรวมของค่าต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง  
 $n$  หมายถึง จำนวนคนทั้งหมด

3.5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับค่าเฉลี่ยเลขคณิตเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของคะแนนในแต่ละข้อซึ่งคำนวณได้จากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x - (\sum x^2)}{n(n-1)}} \quad (3.6)$$

เมื่อ S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง  
 $X$  หมายถึง คะแนนของแต่ละคน  
 $n$  หมายถึง จำนวนคนทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** เพื่อใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ กับตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยใช้เครื่องมือทางสถิติดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

### 3.5.2.1 การทดสอบค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม

การทดสอบ t-Test (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมุติฐานวิจัยเป็นสมมุติฐานสถิติ

2. สมมุติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ,

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{S_p^2 \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$\text{เมื่อ } S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

$n_1$  คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$n_2$  คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$\bar{x}_1$  คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$  คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$S_1^2$  คือ ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$S_2^2$  คือ ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่ 2 เมื่อ  $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ,

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{โดยมี } d.f., \quad v = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]} \frac{1}{\frac{1}{n_1 - 1} + \frac{1}{n_2 - 1}}$$

#### 4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ =  $\alpha$

ถ้าค่า  $t$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $t$  จากตารางที่  $d.f. = n_1 + n_2 - 2$  หรือ  $v$  แล้วแต่กรณี หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $t$  มากกว่าค่า  $t$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือ ยอมรับว่า  $\mu_1 \neq \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $t$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $t$  จากตารางที่  $d.f. = n_1 + n_2 - 2$  หรือ  $v$  แล้วแต่กรณี หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือ ยอมรับว่า  $\mu_1 = \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**3.5.2.2 ค่าสถิติ One-way ANOVA** ใช้สำหรับทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกัน และหากพบว่ามีค่าความแตกต่างกันภายในกลุ่มจะทำการทดสอบว่าคู่ใดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ด้วยวิธี Least Significant Different (LSD)

การวิเคราะห์โดยวิธี One – way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent Samples) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 - 1.7 ในความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก ระดับรายได้ต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ กับพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One – way ANOVA คือ

$H_0$ : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร  $k$  กลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มแตกต่างกัน

หรือ  $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1: \mu_i \neq \mu_j$ , เมื่อ  $i \neq j$ ;  $j = 1, 2, \dots, k$

3. สมมติฐานที่ใช้ทดสอบ One – way ANOVA

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \text{ ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา} \quad (3.8)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.9 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

ที่มา: พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543)

เมื่อ	$k$	คือ	จำนวนกลุ่ม
	$n$	คือ	ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	$n_j$	คือ	ขนาดตัวอย่างของกลุ่ม
	$T_j$	คือ	ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ $j$
	$T$	คือ	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$x_v$	คือ	คะแนนแต่ละคน

#### 4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ  $= \alpha$

ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตารางที่  $df = (k - 1), (n - k)$  หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า  $p$ -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $F$  มากกว่าค่า  $F$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า  $p$ -value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตารางที่  $df = (k - 1), (n - k)$  หรือ ถ้ามีค่า  $p$ -value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร  $k$  กลุ่มไม่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่  $F$ -test ในการวิเคราะห์ One - way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณ ดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ  $\alpha$

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.9)$$

เมื่อ  $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$  คือ ค่าที่ได้จากตาราง t ที่  $df = n - k$  ที่  $\frac{\alpha}{2}$   
 $n_i$  คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่  $i$   
 $n_j$  คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่  $j$

3. คำนวณหาค่า  $|x_i - x_j|$  เมื่อ  $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า  $|x_i - x_j|$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $|x_i - x_j|$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หรือ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

### 3.5.2.3 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาความสัมพันธ์หรือศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (Independent variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปรวมกันว่ามีผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Dependent variable) จำนวน 1 ตัวแปร อย่างไรบ้าง เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนายโดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้อยู่ในรูปของสมการทำนายสิ่งสำคัญที่ต้องการหาในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบหรือในรูปคะแนนมาตรฐานหรือทั้งคู่และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ  $(\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)$  สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้เรียกว่า ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error :  $\varepsilon$ ) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์  $\alpha$  และ  $\beta_i$  จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าว มีค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon \quad (3.10)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k \quad (3.11)$$

โดยที่  $X$  คือ ตัวแปรอิสระ

$Y$  คือ ตัวแปรตาม

$K$  คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ  $\alpha$  และ  $a$  เป็นจุดตัดแกน  $Y$  ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ  $Y$  เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์

ส่วน  $b$  และ  $b$  เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ( $Y$ ) เมื่อตัวแปรอิสระนั้น เปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์  $a$  และ  $b$  สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$a = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - \dots - b_k X_k \quad (3.12)$$

$$b_i = \frac{\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad (3.13)$$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม ( $Y$ ) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ ( $X$ ) จะต้องเท่ากัน
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม ( $Y$ ) แต่ละค่าเป็นอิสระกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน

การวิเคราะห์การถดถอยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นหลักและคำตอบที่ต้องการคือ มีตัวแปรใดบ้างที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรเกณฑ์ที่เราสนใจจะศึกษาและตัวแปรใดพยากรณ์ได้มากกว่ากันรวมทั้งส่งผลในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งการวิจัยในลักษณะนี้จะต้องอาศัยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Review Literature) มาเป็นอย่างดีและสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยและนำไปสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

#### ขั้นตอนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

กรณีที่มีตัวแปรอิสระหลายตัว มีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

1. การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้เพราะถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองมากเกินไปจะละเมิดสมมติฐานของที่ว่าตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกัน การที่เกิดปัญหานี้ทำให้ค่าพารามิเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของตัวแปรอิสระเกิดการผิดพลาดและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทำให้ข้อสรุปเกี่ยวกับ Marginal effect ของตัวแปรตามที่เกิดจากตัวแปรอิสระตัวนั้น ๆ เกิดความผิดพลาดได้

1.1 วิธีการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity นั้นมีวิธีตรวจสอบ คือ พิจารณาจาก ค่า Partial correlation coefficient ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ถ้าค่า Pearson Correlation มีค่ามากกว่า 0.7 จะถือว่าตัวแปรอิสระคู่่นั้น มีความสัมพันธ์กันมาก

1.2 การแก้ไขปัญหา Multicollinearity ทำการเพิ่มขนาดของจำนวนตัวอย่าง หรือ ชุดข้อมูล ให้มากขึ้น หรือละทิ้งตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง โดยอาจจะพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปร นั้น

2. การพิจารณาว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่จะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เช่น ตัวแปรอิสระอยู่ k ตัว ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ) ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามที่สนใจศึกษา

3. การสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ ถ้าคาดว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นสมการดังนี้

$$\text{กรณีประชากร: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

$$\text{กรณีตัวอย่าง: } \hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

4. การใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง Y กับ  $X_1, \dots, X_k$  โดยตั้งสมมติฐานดังนี้

$$H_0: \beta_0 = \beta_1 = \dots = \beta_2 = 0$$

$$H_1: \beta_i \neq 0 \text{ อย่างน้อย 1 ค่า; } i = 1, 2, \dots, k$$

$$\text{สถิติทดสอบ } F = \frac{MS \text{ Regression}}{MS \text{ Error}} = \frac{MS \text{ Regression}}{MS \text{ Residual}} \tag{3.14}$$

ตารางที่ 3.10 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA

Source	SS	df	MS	F
Treatment	SS Regression	k	MS Regression	$\frac{MS \text{ Regression}}{MS \text{ Residual}}$
Error	SS Residual	n - k - 1	MS Residual	
Total	SSTotal	n - 1		

การสรุปผลการทดสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้ายอมรับสมมติฐาน  $H_0$  แสดงว่าไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม หรือตัวแปรตามไม่ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระทั้ง  $k$  ตัวจึงไม่ต้องทำต่อในข้อ 4

ถ้าปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  (ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ ) แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม หรือตัวแปรตามขึ้นกับตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว จึงต้องทำการทดสอบต่อไปในข้อ 4

5. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัว โดยต้องทำการทดสอบสมมติฐาน  $k$  ครั้ง สำหรับตัวแปรอิสระ  $k$  ตัว สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง  $Y$  และ  $X_i$  สามารถตั้งสมมติฐานเพื่อการทดสอบ

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_i \neq 0$$

$$\text{สถิติทดสอบ } t = \frac{b_i - 0}{SE(b_i)} \quad (3.15)$$

$$SE(b_i) = \text{ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานของ } b_i$$

การสรุปผลการทดสอบ

ถ้ายอมรับสมมติฐาน  $H_0$  แสดงว่าตัวแปรไม่ขึ้นกับตัวแปรอิสระ  $X_i$

ถ้าปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  แสดงว่าตัวแปรตามขึ้นกับตัวแปรอิสระ  $X_i$

6. จากข้อ 5 ทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม  $Y$  จากนั้นจะต้องศึกษาระดับความสัมพันธ์ ในที่นี้จะใช้  $R^2$  หรือ Adjusted  $R^2$  เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ โดยที่

$$R^2 = \frac{SS_{\text{Regression}}}{SS_{\text{Total}}} \quad (3.16)$$

$$\text{Adjusted } R^2 = \frac{SS_{\text{Regression}}}{SS_{\text{Total}}} \quad \text{เมื่อ } 0 \leq R^2 < 1 \quad (3.17)$$

ถ้าค่า  $R^2$  หรือ Adjusted  $R^2$  มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก แต่ถ้า  $R^2$  หรือ Adjusted  $R^2$  มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 542 ชุด และบันทึกข้อมูลรวมทั้งประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความ

คิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความ

คิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

#### 4.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรที่มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพเกษตรกร ขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก ระดับรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี มีข้อมูลทั่วไปดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีจำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเพศหญิงมีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.1

ตารางที่ 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	308	56.8
หญิง	234	43.2
รวม	542	100.0

อายุ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ อายุ 51-60 ปี มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุไม่เกิน 40 ปี มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ดังตารางที่ 4.1.2

ตารางที่ 4.1.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 40 ปี	130	24.0
41 – 50 ปี	190	35.1
51 – 60 ปี	133	24.5
61 ปีขึ้นไป	89	16.4
รวม	542	100.0

ระดับการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมต้น มีจำนวน 415 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.3

ตารางที่ 4.1.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมต้น	415	76.6
มัธยมปลาย/ปวช.	112	20.6
อนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป	15	2.8
รวม	542	100.0

หมายเหตุ ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประกอบอาชีพเกษตรกรรม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวน รองลงมา คือ ทำนา และทำไร่ โดยอาชีพทำสวน มีจำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 อาชีพทำนา มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และอาชีพทำไร่ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ดังตารางที่ 4.1.4

ตารางที่ 4.1.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประกอบอาชีพ

เกษตรกรรม		
การประกอบอาชีพเกษตรกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทำนา	145	26.7
ทำสวน	368	67.9
ทำไร่	29	5.4
รวม	542	100.0

ขนาดพื้นที่เพาะปลูก พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกอยู่ระหว่าง 6-10 ไร่ มีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือขนาดพื้นที่เพาะปลูก 11-20 ไร่ มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ขนาดพื้นที่เพาะปลูกต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ไร่ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ขนาดพื้นที่เพาะปลูก 21-30 ไร่ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และขนาดพื้นที่เพาะปลูก 30 ไร่ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.5

ตารางที่ 4.1.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดพื้นที่เพาะปลูก

ขนาดพื้นที่เพาะปลูก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ไร่	68	12.5
6 – 10 ไร่	261	48.2
11 – 20 ไร่	152	28.0
21 – 30 ไร่	34	6.3
31 ไร่ขึ้นไป	27	5.0
รวม	542	100.0

รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-15,000 บาท มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ย 15,001-25,000 บาท มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รายได้ทางการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.6

ตารางที่ 4.1.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	138	25.5
5,001 – 15,000 บาท	226	41.7
15,001 – 25,000 บาท	107	19.7
25,001 – 35,000 บาท	47	8.7
35,001 บาทขึ้นไป	24	4.4
รวม	542	100.0

ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือประสบการณ์ระหว่าง 6-15 ปี มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ประสบการณ์ระหว่าง 16-25 ปี มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ประสบการณ์ระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และประสบการณ์ 36 ปีขึ้นไป มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.7

ตารางที่ 4.1.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์

ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	316	58.3
6 – 15 ปี	146	27.0
16 – 25 ปี	37	6.8
26 – 35 ปี	25	4.6
36 ปีขึ้นไป	18	3.3
รวม	542	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การอบรมเกี่ยวกับปฏินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับปฏินทรีย์ จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือไม่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับปฏินทรีย์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1.8

**ตารางที่ 4.1.8** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปฏินทรีย์

การอบรมเกี่ยวกับปฏินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	396	73.1
ไม่เคย	146	26.9
รวม	542	100.0

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์ และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปฏินทรีย์

##### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์

ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปฏินทรีย์มีการรับรู้ประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.61 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีมีระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.671 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยแสดงในตารางที่ 4.2.1 ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือการใช้ปฏินทรีย์ ทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.84 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 2 คือการใช้ปฏินทรีย์ ทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้ พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปฏินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.839

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 3 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.82 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.870

ลำดับที่ 4 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเพาะปลูก พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.71 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849

ลำดับที่ 5 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้พืชแข็งแรง และมีภูมิคุ้มกันโรค พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.58 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.864

ลำดับที่ 6 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้ราคาดีขึ้น พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.40 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.896

ลำดับที่ 7 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น หรือมีระยะเวลาการเพาะปลูกลดลง พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.39 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.867

ลำดับที่ 8 คือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตเพิ่มขึ้น พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.37 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

ตารางที่ 4.2.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

การรับรู้ประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค	3.84	0.916	มาก	1
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้	3.83	0.839	มาก	2
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น	3.82	0.870	มาก	3
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเพาะปลูก	3.71	0.849	มาก	4
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้พืชแข็งแรง และมีภูมิต้านทานโรค	3.58	0.864	มาก	5
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้ราคาดีขึ้น	3.40	0.896	ปานกลาง	6
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น หรือมีระยะเวลาการเพาะปลูกลดลง	3.39	0.867	ปานกลาง	7
การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตเพิ่มขึ้น	3.37	0.885	ปานกลาง	8
โดยรวม	3.61	0.671	มาก	-

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 4.2.2 ดังนี้

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.448 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.641 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.583 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.686

ลำดับที่ 2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.493 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.776

ลำดับที่ 3 ด้านราคา พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.463 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.883

ลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.255 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.906

ตารางที่ 4.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี

ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.583	0.686	มาก	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.493	0.776	มาก	2
ด้านราคา	3.463	0.883	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.255	0.906	ปานกลาง	4
โดยรวม	3.448	0.641	มาก	-

สำหรับผลการพิจารณาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในรายละเอียดแต่ละด้าน มีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับความคิดเห็น ดังตารางที่ 4.2.2.1-4.2.2.4

#### 4.2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.58 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.686 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยแสดงในตารางที่ 4.2.2.1 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกรมวิชาการเกษตร พบว่าเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.84 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.847

ลำดับที่ 2 ตราสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.82 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.908

ลำดับที่ 3 บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.68 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.927

ลำดับที่ 4 เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่น่าเชื่อถือ พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.52 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.889

ลำดับที่ 5 ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.47 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.949

ลำดับที่ 6 ร้านค้ามีการรับประกันสามารถเปลี่ยนคืนได้ พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.16 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.947

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2.2.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกรมวิชาการเกษตร	3.84	0.847	มาก	1
ตราสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	3.82	0.908	มาก	2
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	3.68	0.927	มาก	3
เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่น่าเชื่อถือ	3.52	0.889	มาก	4
ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	3.47	0.949	มาก	5
ร้านค้ามีการรับประกันสามารถเปลี่ยนคืนได้	3.16	0.947	ปานกลาง	6
โดยรวม	3.58	0.686	มาก	-

#### 4.2.2.2 ด้านราคา

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความสำคัญเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.46 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.883 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยแสดงในตารางที่ 4.2.2.2 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.86 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.956

ลำดับที่ 2 มีราคาหลายระดับให้เลือก พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.47 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.054

ลำดับที่ 3 ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.45 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัด

ราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.046

ลำดับที่ 4 มีการแจ้งราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.40 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.959

ลำดับที่ 5 เลือกรูปแบบในการชำระเงินได้ เช่น เงินสด เครดิต พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.15 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.104

ตารางที่ 4.2.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านราคา	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.86	0.956	มาก	1
มีราคาหลายระดับให้เลือก	3.47	1.054	มาก	2
ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.45	1.046	มาก	3
มีการแจ้งราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	3.40	0.959	ปานกลาง	4
เลือกรูปแบบในการชำระเงินได้ เช่น เงินสด เครดิต	3.15	1.104	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.46	0.883	มาก	-

#### 4.2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.49 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.776 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยแสดงในตารางที่ 4.2.2.3 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.78 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.776 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยแสดงในตารางที่ 4.2.2.3 ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เมื่อเผยแพร่ให้เกษตรกรใช้โดยไม่คิดค่าบริการ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.940

ลำดับที่ 2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.58 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.952

ลำดับที่ 3 มีความสะดวกในการเดินทาง พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.56 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 4 มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.32 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.968

ลำดับที่ 5 มีบริการส่งถึงบ้าน พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.23 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.964

**ตารางที่ 4.2.2.3** ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	3.78	0.940	มาก	1
มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า	3.58	0.952	มาก	2
มีความสะดวกในการเดินทาง	3.56	0.916	มาก	3
มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ	3.32	0.968	ปานกลาง	4
มีบริการส่งถึงบ้าน	3.23	0.964	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.49	0.776	มาก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.25 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.906 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย แสดงในตารางที่ 4.2.2.4 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีการลงสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.53 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.025

ลำดับที่ 2 มีการให้ความรู้ การจัดอบรม สัมมนา พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.51 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.974

ลำดับที่ 3 จัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.24 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.005

ลำดับที่ 4 การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.06 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.087

ลำดับที่ 5 ผู้ขายให้คำแนะนำดี พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.94 และเกษตรกรแต่ละคนในจังหวัดราชบุรีให้ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.021

ตารางที่ 4.2.2.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
มีการลงสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ	3.53	1.025	มาก	1
มีการให้ความรู้ การจัดอบรม สัมมนา	3.51	0.974	มาก	2
จัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม	3.24	1.005	ปานกลาง	3
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี	3.06	1.087	ปานกลาง	4
ผู้ขายให้คำแนะนำดี	2.94	1.021	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.25	0.906	ปานกลาง	-

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

##### 4.3.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านอื่นๆ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านต่างๆ ได้แก่ ประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ สาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ สถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ รูปแบบการชำระเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง และสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตาราง 4.3.1-4.3.9

ประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เคยซื้อปุ๋ยอินทรีย์เม็ด มีจำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 65.94 รองลงมาคือปุ๋ยอินทรีย์น้ำ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 21.26 และปุ๋ยอินทรีย์ผง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.1

ตารางที่ 4.3.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ

ประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปุ๋ยอินทรีย์เม็ด	414	66.03
ปุ๋ยอินทรีย์น้ำ	129	20.57
ปุ๋ยอินทรีย์ผง	84	13.40
รวม	627	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และประเภทของปุ๋ยที่เคยซื้ออื่นๆ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีสาเหตุในการซื้อปุ๋ยเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูก มีจำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 รองลงมาคือ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัย มีจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 17.28 รักษาสิ่งแวดล้อม มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 13.83 ซื้อตามคำแนะนำของผู้เคยใช้ มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 9.99 หาซื้อได้สะดวก มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 9.89 ราคาเหมาะสม มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ประสิทธิภาพในการใช้ดี มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 7.44 บรรลุเกณฑ์เหมาะสม มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 6.43 มีการส่งเสริมการขายหลากหลาย มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 4.56 และซื้อตามคำแนะนำของสื่อ โฆษณาต่างๆ มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 4.18 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.2

ตารางที่ 4.3.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์

สาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูก	377	18.10
เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัย	360	17.28
รักษาสิ่งแวดล้อม	288	13.83
ซื้อตามคำแนะนำของผู้เคยใช้	208	9.99
หาซื้อได้สะดวก	206	9.89
ราคาเหมาะสม	173	8.30
ประสิทธิภาพในการใช้ดี	155	7.44
บรรลุเกณฑ์เหมาะสม	134	6.43
มีการส่งเสริมการขายหลากหลาย	95	4.56
ซื้อตามคำแนะนำของสื่อ โฆษณาต่างๆ	87	4.18
รวม	2,083	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อื่นๆ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์กับร้านค้าในชุมชน มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายที่มาเสนอขาย มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 สหกรณ์การเกษตร มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ร้านค้าในเมือง มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และผู้นำชุมชน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.3

ตารางที่ 4.3.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

สถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านค้าในชุมชน	258	47.6
ตัวแทนจำหน่ายที่มาเสนอขาย	125	23.1
สหกรณ์การเกษตร	84	15.5
ร้านค้าในเมือง	52	9.6
ผู้นำชุมชน	23	4.2
รวม	542	100.0

หมายเหตุ สถานที่ส่วนใหญ่ที่ทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อื่นๆ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีผู้มีอิทธิพลมากที่สุดใน การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ คือ เลือกซื้อด้วยตัวเอง มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 เจ้าของร้านจำหน่าย มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผู้นำชุมชน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และสมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.4

ตารางที่ 4.3.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกซื้อด้วยตัวเอง	210	38.7
เพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน	130	24.0
เจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์	75	13.8
เจ้าของร้านจำหน่าย	45	8.3
ผู้นำชุมชน	42	7.7
สมาชิกในครอบครัว	40	7.4
รวม	542	100.0

หมายเหตุ ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อื่นๆ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบการชำระเงิน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระเงินแบบจ่ายเงินสด มีจำนวน 499 คน คิดเป็นร้อยละ 92.1 และจ่ายบัตรเครดิต 43 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ส่วนลักษณะการจ่ายเงินส่วนใหญ่เป็นการจ่ายครั้งเดียว มีจำนวน 512 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 และผ่อนชำระเป็นงวด มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.5

ตารางที่ 4.3.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบในการชำระเงิน

รูปแบบในการชำระเงิน/ลักษณะการจ่ายเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>รูปแบบการชำระเงิน</b>		
จ่ายเงินสด	499	92.1
บัตรเครดิต	43	7.9
รวม	542	100.0
<b>ลักษณะการจ่ายเงิน</b>		
จ่ายครั้งเดียว	512	94.5
ผ่อนชำระเป็นงวด	30	5.5
รวม	542	100.0

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์จากเจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคือเพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เจ้าของร้านจำหน่ายปัจจัยการเกษตร มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ผู้นำชุมชน มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ศึกษาด้วยตนเอง มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 สมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และจากเอกสารวิชาการทางราชการ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.6

ตารางที่ 4.3.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์	165	30.4
เพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน	130	24.0
เจ้าของร้านจำหน่ายปัจจัยการเกษตร	94	17.3
ผู้นำชุมชน	56	10.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3.6 (ต่อ)

จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	50	9.2
ศึกษาด้วยตนเอง	24	4.4
สมาชิกในครอบครัว	17	3.1
จากเอกสารวิชาการทางราชการ	6	1.1
รวม	542	100.0

สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์) 50:50 มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์) 70:30 มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์) 30:70 มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์) 0:100 มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.7

ตารางที่ 4.3.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์)

สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
70:30	142	26.2
50:50	240	44.3
30:70	139	25.6
0:100	21	3.9
รวม	542	100.0

หมายเหตุ สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ 100:0 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 4.3.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อ

ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี 3 ครั้ง มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี 2 ครั้ง มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี 4 ครั้ง มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี 5 ครั้งขึ้นไป มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละ 10.9 และความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี 1 ครั้ง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.8

ตารางที่ 4.3.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	40	7.4
2 ครั้ง	134	24.7
3 ครั้ง	194	35.8
4 ครั้ง	115	21.2
5 ครั้งขึ้นไป	59	10.9
รวม	542	100.0

$$\bar{X} = 3.07 ; SD = 1.160 ; \text{Min} = 1 ; \text{Max} = 6$$

ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง 201-300 กิโลกรัม มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง 101-200 กิโลกรัม มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง 301-400 กิโลกรัม มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้งต่ำกว่า 100 กิโลกรัม มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง 401 กิโลกรัมขึ้นไป มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3.9

ตารางที่ 4.3.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง

ปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 กิโลกรัม	46	8.5
101 – 200 กิโลกรัม	185	34.1
201 – 300 กิโลกรัม	223	41.1
301 – 400 กิโลกรัม	54	10.0
401 กิโลกรัมขึ้นไป	34	6.3
รวม	542	100.0

$$\bar{X} = 250.92 ; SD = 103.92 ; \text{Min} = 50 ; \text{Max} = 800$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณ การซื้อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์โดยการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จะทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

โดยทำการทดสอบพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก ระดับรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.01 และ 0.05

##### สมมติฐานที่ 1

เกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก ระดับรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

##### สมมติฐานที่ 1.1

เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

##### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามเพศของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้าน ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.4.1

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.425 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด

ราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่มีเพศชายเป็น 3.19 และเกษตรกรที่เป็นเพศหญิงเป็น 2.90 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่มีเพศชายเท่ากับ 257.31 และเกษตรกรที่เป็นเพศหญิงเท่ากับ 242.52 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4.1** ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามเพศ โดยวิธี Independent t-test

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	เพศ (Mean)		p-value
	ชาย (n=308)	หญิง (n=234)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	3.19	2.90	0.425
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	257.31	242.52	0.069

### สมมติฐานที่ 1.2

เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$ : เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามอายุของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.4.2

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้าน

ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปีเท่ากับ 3.28 เกษตรกรที่มีอายุ 41-50 ปีเท่ากับ 2.81 เกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปีเท่ากับ 3.24 และเกษตรกรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปเท่ากับ 3.06 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปีเท่ากับ 267.69 เกษตรกรที่มีอายุ 41-50 ปีเท่ากับ 237.37 เกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปีเท่ากับ 263.16 และเกษตรกรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปเท่ากับ 237.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในรายด้าน จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	อายุ (Mean)				p-value
	ไม่เกิน 40 ปี (n=130)	41-50 ปี (n=190)	51-60 ปี (n=133)	61 ปีขึ้นไป (n=89)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	3.28	2.81	3.24	3.06	0.001**
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	267.69	237.37	263.16	237.08	0.018*

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงตารางที่ 4.4.3

ด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเกษตรกรที่มีอายุ 41-50 ปี มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันจากเกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนเกษตรกรคนอื่นๆ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีไม่เกิน 40 ปี มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันจากเกษตรกรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเกษตรกรที่มีอายุ 41-50 ปี มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกันจากเกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเกษตรกรกลุ่มอื่นๆ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4.3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

พฤติกรรม การซื้อปุ๋ย อินทรีย์	อายุ	Mean	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านความถี่ ในการซื้อปุ๋ย อินทรีย์ (ครั้ง)	ไม่เกิน 40 ปี	3.28	1	-	0.000**	0.797	0.162
	41-50 ปี	2.81	2	-	-	0.001**	0.088
	51-60 ปี	3.24	3	-	-	-	0.240
	61 ปีขึ้นไป	3.06	4	-	-	-	-
ด้านปริมาณ การซื้อปุ๋ย อินทรีย์ (กิโลกรัม)	ไม่เกิน 40 ปี	267.69	1	-	0.010**	0.722	0.031*
	41-50 ปี	237.37	2	-	-	0.027*	0.983
	51-60 ปี	263.16	3	-	-	-	0.065
	61 ปีขึ้นไป	237.08	4	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สมมติฐานที่ 1.3

เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$ : เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่

และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$H_1$ : เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษาของเกษตรกรที่ต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.4.4

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.104 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/มัธยมต้นเท่ากับ 3.01 เกษตรกรที่มีระดับศึกษามัธยมปลาย/ปวช. เท่ากับ 3.21 และเกษตรกรที่มีระดับศึกษานุปริญญา/ปวส. เท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/มัธยมต้นเท่ากับ 243.86 เกษตรกรที่มีระดับศึกษามัธยมปลาย/ปวช. เท่ากับ 274.11 และเกษตรกรที่มีระดับศึกษานุปริญญา/ปวส. เท่ากับ 250.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ระดับการศึกษา (Mean)			p-value
	ต่ำกว่า/มัธยมต้น (n=415)	มัธยมปลาย/ปวช. (n=112)	อนุปริญญา/ปวส. ขึ้นไป (n=15)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	3.01	3.21	3.47	0.104
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	243.86	274.11	250.92	0.016*

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงตารางที่ 4.4.5

ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/มัธยมต้น มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/มัธยมต้น มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป และเกษตรกรที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป

ตารางที่ 4.4.5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ระดับการศึกษา	Mean	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	ต่ำกว่า/มัธยมต้น	243.86	1	-	0.006**	0.278
	มัธยมปลาย/ปวช.	274.11	2	-	-	0.976
	อนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป	250.92	3	-	-	-

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### สมมติฐานที่ 1.4

เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการประกอบอาชีพของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการ

ทดสอบรายด้านได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.4.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.171 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำนาเท่ากับ 3.01 เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำสวนเท่ากับ 3.06 และเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำไร่เท่ากับ 3.45 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.103 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำนาเท่ากับ 244.83 เกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำสวนเท่ากับ 250.27 และเกษตรกรที่มีการประกอบอาชีพทำไร่เท่ากับ 289.66 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4.6** ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการประกอบอาชีพโดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	การประกอบอาชีพ (Mean)			p-value
	ทำนา (n=145)	ทำสวน (n=368)	ทำไร่ (n=29)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	3.01	3.06	3.45	0.171
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	244.83	250.27	289.66	0.103

#### สมมติฐานที่ 1.5

เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$ : เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.4.7

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่เท่ากับ 1.59 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่เป็น 2.63 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่เท่ากับ 3.72 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 21-30 ไร่เท่ากับ 4.74 และเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไปเท่ากับ 5.26 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่เท่ากับ 130.15 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่เท่ากับ 210.92 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่เท่ากับ 295.07 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 21-30 ไร่เท่ากับ 404.41 และเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไปเท่ากับ 500.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.7 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก โดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ขนาดพื้นที่เพาะปลูก (Mean)					p-value
	ต่ำกว่า 5 ไร่ (n=68)	6-10 ไร่ (n=261)	11-20 ไร่ (n=152)	21-30 ไร่ (n=34)	31 ไร่ขึ้นไป (n=27)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	1.59	2.63	3.72	4.74	5.26	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมการ ซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ขนาดพื้นที่เพาะปลูก (Mean)					p-value
	ต่ำกว่า 5 ไร่ (n=68)	6-10 ไร่ (n=261)	11-20 ไร่ (n=152)	21-30 ไร่ (n=34)	31 ไร่ขึ้นไป (n=27)	
ด้านปริมาณการซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	130.15	210.92	295.07	404.41	500.00	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงตารางที่ 4.4.8

ด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 21-30 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกต่ำกว่า 5 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 21-30 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 21-30 ไร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 11-20 ไร่ มีพฤติกรรมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตารางที่ 4.4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

พฤติกรรม การซื้อปุ๋ย อินทรีย์	ขนาดพื้นที่ เพาะปลูก	Mean	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านความถี่ ในการซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	ต่ำกว่า 5 ไร่	1.59	1	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	6-10 ไร่	2.63	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	11-20 ไร่	3.72	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	21-30 ไร่	4.74	4	-	-	-	-	0.002**
	31 ไร่ขึ้นไป	5.26	5	-	-	-	-	-
ด้านปริมาณ การซื้อปุ๋ย อินทรีย์ (กิโลกรัม)	ต่ำกว่า 5 ไร่	130.15	1	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	6-10 ไร่	210.92	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	11-20 ไร่	295.07	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	21-30 ไร่	404.41	4	-	-	-	-	0.000**
	31 ไร่ขึ้นไป	500.00	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สมมติฐานที่ 1.6

เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$ : เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังตารางที่ 4.4.9

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทเท่ากับ 2.14 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อ เดือน 5,001-15,000 บาทเท่ากับ 2.89 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาทเท่ากับ 3.74 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาทเท่ากับ 4.19 และรายได้ทางการเกษตร เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไปเท่ากับ 4.83

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า เกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของ เกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทเท่ากับ 171.38 รายได้ทาง การเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาทเท่ากับ 235.84 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาทเท่ากับ 304.67 รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาทเท่ากับ 359.57 และรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไปเท่ากับ 397.92

**ตารางที่ 4.4.9** ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัด ราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรม การซื้อปุ๋ย อินทรีย์	รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน (Mean)					p-value
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=138)	5,001- 15,000 บาท (n=226)	15,001- 25,000 บาท (n=107)	25,001- 35,000 บาท (n=47)	45,001 บาท ขึ้นไป (n=8)	
ด้านความถี่ใน การซื้อปุ๋ย อินทรีย์ (ครั้ง)	2.14	2.89	3.74	4.19	4.83	0.000**
ด้านปริมาณการ ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	171.38	235.84	304.67	359.57	397.92	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01





**ตารางที่ 4.4.10** ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	รายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน	Mean	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	ต่ำกว่า 5,000 บาท	2.14	1	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	5,001-15,000 บาท	2.89	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	15,001-25,000 บาท	3.74	3	-	-	-	0.004**	0.000**
	25,001-35,000 บาท	4.19	4	-	-	-	-	0.004**
	35,001 บาทขึ้นไป	4.83	5	-	-	-	-	-
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	ต่ำกว่า 5,000 บาท	171.38	1	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	5,001-15,000 บาท	235.84	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	15,001-25,000 บาท	304.67	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	25,001-35,000 บาท	359.57	4	-	-	-	-	0.060
	35,001 บาทขึ้นไป	397.92	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สมมติฐานที่ 1.7

เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$ : เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังนี้

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีเท่ากับ 2.78 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปีเท่ากับ 3.29 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปีเท่ากับ 3.54 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปีเท่ากับ 4.24 และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 36 ปีขึ้นไปเท่ากับ 3.67

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีเท่ากับ 229.59 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปีเท่ากับ 271.58 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปีเท่ากับ 275.68 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปีเท่ากับ 328.00 และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 36 ปีขึ้นไปเท่ากับ 300.00 ดังตารางที่ 4.4.11

**ตารางที่ 4.4.11** ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ โดยวิธี One-way ANOVA

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ (Mean)					p-value
	ต่ำกว่า 5 ปี (n=316)	6-15 ปี (n=146)	16-25 ปี (n=37)	26-35 ปี (n=25)	36 ปีขึ้นไป (n=18)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	2.78	3.29	3.54	4.24	3.67	0.000**
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	229.59	271.58	275.68	328.00	300.00	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงตารางที่ 4.4.12

ด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่

มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนเกษตรกรคู่อื่นๆ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน

ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 6-15 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 16-25 ปีมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเกษตรกรคู่อื่นๆ มีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีรายด้านของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

พฤติกรรม การซื้อปุ๋ย อินทรีย์	ประสบการณ์ การปลูกพืช อินทรีย์	Mean	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านความถี่ ในการซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	ต่ำกว่า 5 ปี	2.78	1	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.001**
	6-15 ปี	3.29	2	-	-	0.223	0.000**	0.174
	16-25 ปี	3.54	3	-	-	-	0.014*	0.689
	26-35 ปี	4.24	4	-	-	-	-	0.091

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ในการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4.12 (ต่อ)

พฤติกรรม การซื้อปุ๋ย อินทรีย์	ประสบการณ์ การปลูกพืช อินทรีย์	Mean	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
	36 ปีขึ้นไป	3.67	5	-	-	-	-	-
ด้านปริมาณ การซื้อปุ๋ย อินทรีย์ (กิโลกรัม)	ต่ำกว่า 5 ปี	229.59	1	-	0.000**	0.008**	0.000**	0.004**
	6-15 ปี	271.58	2	-	-	0.824	0.010*	0.258
	16-25 ปี	275.68	3	-	-	-	0.045*	0.400
	26-35 ปี	328.00	4	-	-	-	-	0.367
	36 ปีขึ้นไป	300.00	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สมมติฐานที่ 1.8

เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการได้รับการอบรมของเกษตรกรที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลการทดสอบรายด้านได้ผลดังนี้

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.441 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีการได้รับการอบรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่ที่เคยได้รับการอบรมเท่ากับ 3.08 และเกษตรกรที่ไม่เคยได้รับการอบรมเท่ากับ 3.02 ตามลำดับ

ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเกษตรกรที่มีการได้รับการอบรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ในด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของเกษตรกรที่เคยได้รับการอบรมเท่ากับ 257.70 และเกษตรกรที่ไม่เคยได้รับการอบรมเท่ากับ 232.53 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4.13

**ตารางที่ 4.4.13** ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีในรายด้าน จำแนกตามการได้รับการอบรม โดยวิธี Independent t-test

พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์	การได้รับการอบรม (Mean)		p-value
	เคยอบรม (n=396)	ไม่เคยอบรม (n=146)	
ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (ครั้ง)	3.08	3.02	0.441
ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ (กิโลกรัม)	257.70	232.53	0.027*

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

การทดสอบระดับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

- k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ คือ 5
- $b_j$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยบางส่วนของตัวแปรอิสระ j
- t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t
- $R^2$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณแสดงประสิทธิภาพในการทำนาย
- F แทน ค่าอัตราส่วนวิกฤติ
- p-value แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
- SEE แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าตัวแปร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	กำหนดให้สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรอิสระดังนี้
$X_1$	แทน การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์
$X_2$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านผลิตภัณฑ์
$X_3$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา
$X_4$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
$X_5$	แทน ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาด
$Y$	แทน พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์
$\hat{Y}_1$	แทน พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์
$\hat{Y}_2$	แทน พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

เขียนในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 \text{ และ}$$

$$\hat{Y}_2 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรที่ผู้วิจัยนำมาทดสอบสมมติฐานแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์และด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ จึงทำการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

### สมมติฐานที่ 2

การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

#### สมมติฐานที่ 2.1

การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาการรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า F เท่ากับ 170.323 และค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยมีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.614 แสดงว่า การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้

ร้อยละ 61.4 ซึ่งจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำให้สามารถสรุปสมการของการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = -1.198 + 0.482** X_1 - 0.116 X_2 + 0.197** X_3 + 0.135* X_4 + 0.547** X_5$$

จะเห็นได้ว่า การรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคามีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางในทางบวก กล่าวคือ เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอิสระที่เหลือคงที่ ถ้าการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 0.482 หน่วย ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 0.197 หน่วย ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 0.135 หน่วย และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.547 หน่วย ดังตารางที่ 4.5.1

**ตารางที่ 4.5.1** การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ และการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ตัวแปร	$b_j$	t	p-value
ค่าคงที่	-1.198	-6.331	0.000**
การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์	0.482	6.850	0.000**
ด้านผลิตภัณฑ์	-0.146	-1.823	0.069
ด้านราคา	0.197	3.178	0.002**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.135	2.493	0.013*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.547	9.629	0.000**

$$R^2 = 0.614 ; SEE = 0.724 ; F = 170.323 ; p\text{-value} = 0.000**$$

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สมมติฐานที่ 2.2

การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาการรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่า F เท่ากับ 73.731 และค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยมีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.408 แสดงว่า การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้ร้อยละ 40.8 ซึ่งจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำให้สามารถสรุปสมการของการรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_2 = -63.003 + 32.965** X_1 - 12.131 X_2 + 24.534** X_3 + 16.024** X_4 + 29.844** X_5$$

จะเห็นว่า การรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางในทางบวก กล่าวคือ ถ้าการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 32.965 หน่วย ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 24.534 หน่วย ส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มขึ้น 16.024 หน่วย และส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 29.844 หน่วย ดังตารางที่ 4.5.2

**ตารางที่ 4.5.2** การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ และการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ตัวแปร	$b_j$	t	p-value
ค่าคงที่	-63.003	-3.001	0.003**
การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์	32.965	4.226	0.000**
ด้านผลิตภัณฑ์	-12.131	-1.719	0.086
ด้านราคา	24.534	3.571	0.000**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	16.024	2.658	0.008**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	29.844	4.733	0.000**

$R^2 = 0.408$  ;  $SEE = 80.309$  ;  $F = 73.731$  ;  $p\text{-value} = 0.000^{**}$

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผลงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 542 ชุด ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีของ Cronbach ได้เท่ากับ 0.798 และวิเคราะห์โดยอาศัยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยโดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

##### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.8 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 35.1 มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/มัธยมต้นมากที่สุด ร้อยละ 76.6 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวน ร้อยละ 67.9 มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูก 6-10 ไร่ ร้อยละ 48.2 มีรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 41.7 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 58.3 และเคยได้รับการอบรม ร้อยละ 73.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์

จากผลการวิจัยข้อมูลด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในการรับรู้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่เกษตรกรให้ความเห็นมากที่สุดคือ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.82) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเพาะปลูก (ค่าเฉลี่ย 3.71) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้พืชแข็งแรง และมีภูมิต้านทานโรค (ค่าเฉลี่ย 3.58) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้ราคาดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น หรือมีระยะเวลาการเพาะปลูกลดลง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.44) โดยมีรายละเอียด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนประสมการตลาดย่อยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า การมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกรมวิชาการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ และมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.68) เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ ส่วนร้านค้ามีการรับประกันสามารถเปลี่ยนคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนประสมการตลาดย่อยด้านราคาต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์และมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การมีราคาหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.47) และราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจ้งราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และ เลือกรูปแบบในการชำระเงินได้ เช่น เงินสด เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.15) ตามลำดับ

ส่วนประสมการตลาดย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.78) ซึ่งมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.32) และมีบริการส่งถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ส่วนประสมการตลาดย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ มีการลงสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการให้ความรู้ การจัดอบรม สัมมนา (ค่าเฉลี่ย 3.51) ส่วนรายการที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.24) การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี (ค่าเฉลี่ย 3.06) และผู้ขายให้คำแนะนำดี (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

จากผลการวิจัยข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ปุ๋ยอินทรีย์ประเภทปุ๋ยอินทรีย์เม็ด ร้อยละ 66.03 เคยซื้อปุ๋ยอินทรีย์จากร้านค้าในชุมชน ร้อยละ 47.60 โดยมีสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูก ร้อยละ 18.10 ซึ่งเป็นการเลือกซื้อด้วยตัวเอง ร้อยละ 38.70 มีรูปแบบการชำระเงินแบบจ่ายเงินสด ร้อยละ 92.10 และเป็นการจ่ายครั้งเดียว ร้อยละ 94.5 เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์ ร้อยละ 30.4 และมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ปีละ 3 ครั้ง ร้อยละ 35.8 ปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง 151-300 กิโลกรัม ร้อยละ 63.7

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** เกษตรกรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ขนาดพื้นที่เพาะปลูก ระดับรายได้ทางการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ และการได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ทั้งด้านความถี่และด้านปริมาณไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2** เกษตรกรที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



**สมมติฐานที่ 1.7** เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ทั้งด้านความถี่และด้านปริมาณแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.8** เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรที่ได้รับการอบรมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

**สมมติฐานที่ 2.1** การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดย่อยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีทิศทางในทางบวก โดยตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ร้อยละ 61.4 ที่เหลือร้อยละ 38.6 เป็นตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้ศึกษา

**สมมติฐานที่ 2.2** การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดย่อยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ด้านปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางในทางบวก

โดยตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ร้อยละ 40.8 ที่เหลือร้อยละ 59.2 เป็นตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้ศึกษา

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 5.2.1 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีอายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีด้านความถี่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐนนท์ เมธิพิสิฐกุล (2551) รายงานว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน โดยเกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าเกษตรกรที่มีอายุในช่วงอื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุระหว่างนี้เป็นผู้แทนที่มีอำนาจในการตัดสินใจของครอบครัว สามารถตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าอายุกลุ่มอื่นๆ เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่การเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไปมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าขนาดพื้นที่ในกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ต้องการปุ๋ยอินทรีย์มาก จึงมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่า และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่ารายได้ระดับอื่น เนื่องจากรายได้ที่สูงสามารถซื้อปุ๋ยอินทรีย์ได้สม่ำเสมอ นอกจากนี้ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ระหว่าง 26-35 ปี มีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรที่มีประสบการณ์มักเรียนรู้การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และประเมินผลการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ได้ดีกว่า ทำให้มีความถี่ในการซื้อบ่อย

ด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรที่มีอายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ และการได้รับการอบรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรีด้านปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธพล ทองปรีชา (2553) รายงานว่า การฝึกอบรมมีอิทธิพลทำให้ทัศนคติของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกข้าวมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เกษตรกรมีความเข้าใจเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ดีขึ้น และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไปในทางที่ดีด้วย โดยเกษตรกรที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าเกษตรกรที่มีอายุในช่วงอื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุระหว่างนี้เป็นผู้แทนที่มีอำนาจในการตัดสินใจของครอบครัว สามารถตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าอายุกลุ่มอื่นๆ เกษตรกรที่มีระดับ

การศึกษามัธยมปลาย/ปวช. มีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ เกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่การเพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไปมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าขนาดพื้นที่ในกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ต้องการปุ๋ยอินทรีย์มาก จึงมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากเพื่อให้เพียงพอกับพื้นที่เพาะปลูก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จะมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่ารายได้ระดับอื่น เนื่องจากรายได้ที่สูงสามารถซื้อปุ๋ยอินทรีย์ได้ไ้มากกว่า นอกจากนี้ประสบการณ์การปลูกพืชอินทรีย์ระหว่าง 26-35 ปี และการได้รับการอบรม มีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรที่มีประสบการณ์และได้รับการอบรม จะมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และสามารถประเมินผลการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้มีปริมาณการซื้อ

มาก ทั้งนี้เกษตรกรที่มีอายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน เนื่องจากเกษตรกรที่มีขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกมาก มีประสบการณ์ในการปลูกพืชอินทรีย์ และเคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน

#### 5.2.2 การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านความถี่และปริมาณการซื้อของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

ด้านความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.547 หน่วย รองลงมาคือ การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพราะเมื่อการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.482 หน่วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา เพราะเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.197 หน่วย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.135 หน่วย เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นกระบวนการด้านการสื่อสาร เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้เกษตรกรไปซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในปริมาณที่มาก

ด้านปริมาณการซื้อ พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดย

ผู้ประกอบการควรให้เน้นเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นอันดับแรก เมื่อการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 32.965 หน่วย รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 29.844 หน่วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา เพราะเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 24.534 หน่วย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีปริมาณการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น 16.024 หน่วย เนื่องจากเกษตรกรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ ที่ทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ ราเชนทร์ วิสิทธิ์แพทย์และคณะ (2550) และ วิฑูรย์ ปัญญากุล (2547) ที่กล่าวว่า การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งเป็นปุ๋ยที่ได้จากสารอินทรีย์หรือวัสดุอินทรีย์ ได้แก่ ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก และปุ๋ยพืชสด เป็นการทำเกษตรเพื่อมุ่งเน้นให้เกษตรกรสามารถผลิตพืชทางการเกษตรที่ปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค รองลงมาคือการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้, การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น, การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเพาะปลูก และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้พืชแข็งแรง และมีภูมิต้านทานโรค เป็นส่วนที่เกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในการรับรู้อยู่ในระดับมากตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย มาลา (2546) และ มุกดาสุขสวัสดิ์ (2552) ที่กล่าวว่า ปุ๋ยอินทรีย์มีประโยชน์ทั้งต่อพืช ดิน และสัตว์ โดยปุ๋ยอินทรีย์จะไปช่วยทำให้ดินมีสภาพที่พร้อมต่อการเพาะปลูกพืช ลดการจับตัวกันเป็นแผ่นของหน้าดิน และยังมีแร่ธาตุที่สำคัญของพืช ปุ๋ยอินทรีย์จะปลดปล่อยแร่ธาตุที่สำคัญออกมาช้าๆและสม่ำเสมอ ช่วยให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก นอกจากนี้เกษตรกรยังสามารถผลิตปุ๋ยอินทรีย์ได้เอง จากการหมักเศษพืช แล้วนำไปใส่ในดิน ทิ้งไว้ให้เกิดการย่อยสลายโดยกิจกรรมของจุลินทรีย์ ทำให้เกษตรกรลดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ย และลดต้นทุนการผลิตได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550) และ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) ที่กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านว่า สินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้นั้นจะต้องเป็นราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้ากับราคา ถ้าคุณค่าของสินค้าสูงกว่าราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่าย ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกล่าวว่า เมื่อสินค้ามีการจัดจำหน่ายหรือมีการกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ซื้อที่ผู้บริโภคจะมองเห็นความสะดวกในการหาซื้อสินค้านั้น และเกิดการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ ทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อได้ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อผู้ขายและผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อสร้างความพอใจต่อราคาสินค้าและบริการ โดยใช้การแจ้งข่าวสารและจงใจให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกิดความต้องการ ซึ่งคาดว่าเมื่ออิทธิพลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ส่วนปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ในจังหวัดราชบุรี อาจเนื่องมาจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีความคล้ายคลึงกันในแต่ละ ผู้ประกอบการ และเกษตรกรยังสามารถผลิตปุ๋ยอินทรีย์ได้เองบางส่วน ดังนั้นเกษตรกรจึงไม่เห็น ความแตกต่างกันในเรื่องของผลิตภัณฑ์

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

1. ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ย อินทรีย์ในด้านต่างๆ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์เป็นผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค ทำให้ สิ่งแวดล้อมดีขึ้น และส่งเสริมให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น เพื่อให้เกษตรกรมีพฤติกรรม การซื้อปุ๋ยอินทรีย์มากขึ้น

2. ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีการกำหนดราคาให้มีความ เหมาะสมกับคุณภาพและผลิตภัณฑ์ของสินค้า มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ ส่วนประกอบปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบความต้องการได้ พิจารณาเพิ่มสถานที่ ในการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะร้านค้าปลีกในชุมชน เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ รวมไปถึงผู้ จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอสำหรับ การขนย้าย และควรให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกษตรกรสามารถรับรู้และเข้าถึง ผลิตภัณฑ์ โดยมีสื่อที่น่าสนใจและความเป็นจริงของข้อมูล เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร นอกจากนี้ ควรมีการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรเป็นประจำเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรรายอื่นมีการใช้ปุ๋ย อินทรีย์เพิ่มขึ้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาข้อจำกัดในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถนำข้อมูลที่ได้ไป เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกษตรกรสามารถนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร โดยมีการเพิ่ม ปัจจัยอื่นๆที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้ เพื่อให้ทราบว่านอกจากการรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้ว ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆอีกบ้างที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร นอกจากนี้ผลการศึกษายังสามารถครอบคลุมและต่อ ยอดองค์ความรู้ให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2558. กระทรวงเกษตรฯ รมรงค์ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตปุ๋ย

อินทรีย์ไว้ใช้เองในไร่นา. [Online]. Available: [http://www.moac.go.th/ewt\\_news.php?nid=14034](http://www.moac.go.th/ewt_news.php?nid=14034). 5 ตุลาคม 2558.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โกมล นาคสิงห์. 2550. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จำลอง เงินดี. 2552. จิตวิทยาสังคม Social Psychology. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.

ชูชัย สมितिไกร. 2556. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วี.พรี้นท์

ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิปปับลิเคชั่น.

ณฐนนท์ เมธิพิสิฐกุล. 2551. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณรงค์ อุ่นสนธิ์. 2552. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ณรงค์ชัย จีระรัชชัย. 2556. “ทัศนคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการซื้อปุ๋ยชีวภาพในการเพาะปลูกข้าว.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐกานต์ พินิจเวชการ. 2550. “การรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อนมพร้อมมันเนยี่ห้อโฟร์-โมสต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ สาขาวิชาการตลาด คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณิกานต์ วิวัฒน์วิทย์. 2553. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคตำบล  
ควนสุบรรณ อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศา-  
สตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ถวิล ชาราโกชน. 2524. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น.

ทรงพล ภูมิพัฒน์. 2538. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : เอสอาร์ปรีนติ้ง.

ทัศนีย์ อัดตะนันท์ และประทีป วีระพัฒน์นิรันดร์. 2554. **ธรรมชาติของดินและปุ๋ย**. พิมพ์ครั้งที่

10. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ธงชัย มาลา. 2546. **ปุ๋ยอินทรีย์ปุ๋ยชีวภาพ**. ภาควิชาปฐพีวิทยา. คณะเกษตร กำแพงแสน  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ : วี อินเทอร์เน็ต.  
พรีนทร์.

นราศรี ไวนิชกุล. 2545. **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์-  
มหาวิทยาลัย.

นรินทร์ พันธุ์ศรี. 2552. **ทำไมต้องเกษตรอินทรีย์ (ตอนที่ 1)**. [Online]. Available: <http://www.sahavicha.com/?name=knowledge&file=readknowledge&id=218>. 7 ตุลาคม 2558.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2542. **การสื่อสาร: ธรรมชาติเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม  
มนุษย์**. กรุงเทพฯ : ไร่เขียว.

บุญชม ศรีสะอาด. 2541. **การพัฒนาการสอน**. กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.

บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ. 2531. **การวิเคราะห์ความแปรปรวน**. นนทบุรี : เจริญผล.

ประสิทธิ์ ธาริจิตร. 2555. “พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอร้าว จังหวัด  
เชียงใหม่.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด  
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พฤษชัย ชวพันธ์. 2551. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลแม่ทะ  
อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ  
จัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : สำนัก

ทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

- มารีนา มาห์มูน และคณะ. 2557. “พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร.” วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มุกดา สุขสวัสดิ์. 2552. **ปุ๋ยและการใช้ปุ๋ยอย่างมีประสิทธิภาพ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ยุทธพล ทองปรีชา. 2553. “ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกข้าวของเกษตรกร อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตร-มหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชนนทร์ วิสุทธิแพทย์ และคณะ. 2550. **ปุ๋ยอินทรีย์...ปุ๋ยชีวภาพ ทางเลือกใหม่เพื่อการเกษตร**.  
ปทุมธานี : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- ลินด์ซีย์, ฟาลวีย์. 2548. **การเกษตรไทยอยู่ข้างหน้าข้ามสหัสวรรษ**. แปลโดย แม้นมาส จันทลักขณา และคณะ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณิ พุทธาวุฒิไกร. 2549. ภูมิศาสตร์ประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วราภรณ์ ควราชจร. (2549). “ผลกระทบของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ย กรณีศึกษา เกษตรกรอำเภอบ้านแพรง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโท คณะเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วราลี ฉัตรอัจฉริยะกุล. 2552. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2538. **การวิจัยเชิงปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุลและคณะ. 2555. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิฑูรย์ ปัญญากุล. 2547. **เกษตรกรอินทรีย์ ทำอย่างไรจึงได้รับการรับรอง**. กรุงเทพฯ : ที ซี จี พรินต์ติ้ง
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2545. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไวรัช เจริญบรรจง. 2523. **จิตวิทยาดังคม Social Psychology**. กรุงเทพฯ : เทียนเจริญพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2550. **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. **หลักการตลาด-Principles of Marketing**. กรุงเทพฯ : ท้อป.
- ศุกร เสรีรัตน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บิซิเนสเพลส.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2550. **ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์พุ่ง: จากกระแสนิยมสินค้าเกษตรอินทรีย์**.

[Online]. Available: <http://www.positioningmag.com>. 7 ตุลาคม 2558.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. **สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ.**

สมคิด ดิษฐาพร. 2549. **เกษตรอินทรีย์มาตรฐานสากลประเทศไทย International Organic Agricultural Standard in Thailand.** กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.

สรสิทธิ์ วัชรโรทยาน. 2535. “ความสำคัญของปุ๋ยเคมีกับการพัฒนาการเกษตร.”

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.(53) : 77-88.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. **ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตร.** กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 10 จังหวัดราชบุรี. 2556. **รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร**

**จังหวัดราชบุรีปี 2556 และแนวโน้มปี 2557.** [Online]. Available: [http://](http://www3.oae.go.th/infzone10/index.php/eco-situa-menu)

[www3.oae.go.th/infzone10/index.php/eco-situa-menu](http://www3.oae.go.th/infzone10/index.php/eco-situa-menu). 20 ตุลาคม 2558.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 10 จังหวัดราชบุรี. 2558. **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรี.** [Online].

Available: <http://123.242.157.9/hdetail.php?QN o=3&QSt=A&QGroup=0>. 19 ตุลาคม 2558.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2556. **รายงานผล**

**เบื้องต้นล้ามะโนการเกษตร พ.ศ.2556.** กรุงเทพฯ : บางกอกบด็อก.

สำนักนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2557. **Agricultural Economic Outlook ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรปี 2557 และแนวโน้มปี 2558.**นนทบุรี : ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด สาขา 4.

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2558. **ตารางปริมาณและมูลค่าการนำเข้าปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ ปี**

**2552-2557.** [Online]. Available: [http://www.oae.go.th/download/FactorOfProduct/Fertilizer\\_value49-54.html](http://www.oae.go.th/download/FactorOfProduct/Fertilizer_value49-54.html). 7 ตุลาคม 2558.

สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ. 2550. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรใน

อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เชียงใหม่.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สุรพล วิบูลย์ญาณ. 2554. “ทัศนคติการทำนาแบบเกษตรอินทรีย์ของชาวนาในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหัวดง อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร.” วิทยานิพนธ์ สาขาวิชานโยบายสาธารณะ คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- หทัย ศรีสิงห์. 2551. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการปลูกข้าวอินทรีย์ของชาวนา ตามโครงการเกษตรอินทรีย์ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุสรณ์ หาญจรัส. 2554. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปุ๋ยหมักชีวภาพสันโค้งของเกษตรกรตำบลสันโค้ง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อริศรา รุ่งแสง. 2555. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการตลาด คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อำนาจ สุวรรณฤทธิ. 2548. ปุ๋ยกับการเกษตรและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. ม.ป.ป.. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- Martin Fishbein. 1967. **Reading in Attitude Theory and Measurement.** New York. Department of Psychology. University of Illinois. : John Wilrey and Sons.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถาม

### เรื่อง ปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย การรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี โดยการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดังนั้น ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่าน ตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน ผู้วิจัยขอรับรองว่าคำตอบของท่านถือเป็นความลับและนำเสนอในรูปแบบของการสรุปรวมเท่านั้น โดยที่ผลการวิเคราะห์นี้จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 หน้า ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปุ๋ย

อินทรีย์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

ปุ๋ยอินทรีย์ หมายถึง ปุ๋ยที่มีส่วนประกอบเป็นสารอินทรีย์ที่ได้มาจากสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ นำมาย่อย บด สับ ให้มีขนาดเล็กกลง (ชงชัย มาลา, 2546) โดยงานวิจัยนี้อ้างอิงถึงปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตในรูปแบบของ ปุ๋ยอินทรีย์ผง ปุ๋ยอินทรีย์เม็ด และปุ๋ยอินทรีย์น้ำ

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือ

นักศึกษา ระดับปริญญาโท

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมต้น  มัธยมปลาย/ปวช.  อนุปริญญา/ปวส.  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

4. การประกอบอาชีพเกษตรกรรม

ทำนา  ทำสวน  ทำไร่

5. ขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกจริงทั้งหมดของท่าน.....ไร่

6. ระดับรายได้ทางการเกษตรของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

7. ท่านมีประสบการณ์ในการปลูกพืชอินทรีย์หรือใช้ปุ๋ยอินทรีย์.....ปี.....เดือน

8. ท่านเคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับการปลูกพืชอินทรีย์หรือใช้ปุ๋ยอินทรีย์หรือไม่

เคย จำนวน.....ครั้ง/ปี  ไม่เคย เพราะ.....

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ตราสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย					
2. เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่น่าเชื่อถือ					
3. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกรมวิชาการเกษตร					
4. ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์					
5. บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ร้านค้ามีการรับประกันสามารถเปลี่ยนคืนได้					
ด้านราคา					
7. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
8. มีการแจ้งราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน					
9. มีราคาหลายระดับให้เลือก					
10. ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น					
11. เลือกรูปแบบในการชำระเงินได้ เช่น เงินสด เครดิต					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
12. หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป					
13. มีความสะดวกในการเดินทาง					
14. มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า					
15. มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ					
16. มีบริการส่งถึงบ้าน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
17. มีการลงสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ					
18. มีการให้ความรู้ การจัดอบรม สัมมนา					
19. จัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม					
20. การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี					
21. ผู้ขายให้คำแนะนำดี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- บรรลุเกณฑ์เหมาะสม
- เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัย
- รักษาสิ่งแวดล้อม
- อื่นๆ ระบุ.....
- มีการส่งเสริมการขายหลากหลาย
- ซื้อตามคำแนะนำของผู้เคยใช้
- ซื้อตามคำแนะนำของสื่อ โฆษณาต่างๆ

3. สถานที่ส่วนใหญ่ที่ท่านทำการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

- ร้านค้าในเมือง
- ร้านค้าในชุมชน
- ผู้นำชุมชน
- สหกรณ์การเกษตร
- ตัวแทนจำหน่ายที่มาเสนอขาย
- อื่นๆ ระบุ.....

4. ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของท่าน

- สมาชิกในครอบครัว
- เพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน
- เจ้าของร้านจำหน่าย
- อื่นๆ ระบุ.....
- ผู้นำชุมชน
- เจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์
- เลือกซื้อด้วยตัวเอง

5. รูปแบบในการชำระเงินของท่านเป็นแบบใด (5.1) และมีลักษณะการจ่ายเป็นแบบใด (5.2)

- 5.1  จ่ายเงินสด
- 5.2  จ่ายครั้งเดียว
- บัตรเครดิต
- ผ่อนชำระเป็นงวด

6. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์จากแหล่งใดมากที่สุด

- สมาชิกในครอบครัว
- เพื่อนบ้าน/เกษตรกรด้วยกัน
- เจ้าของร้านจำหน่ายปัจจัยการเกษตร
- จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
- ศึกษาด้วยตนเอง
- ผู้นำชุมชน
- เจ้าหน้าที่การเกษตร/สหกรณ์
- จากเอกสารวิชาการทางราชการ
- อื่นๆ ระบุ.....

7. โดยเฉลี่ยท่านซื้อปุ๋ยอินทรีย์ปีละ.....ครั้ง

8. ปริมาณการซื้อปุ๋ยของท่านครั้งละ.....กิโลกรัม

9. สัดส่วนการใช้ปุ๋ยเคมีต่อปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยเคมี:ปุ๋ยอินทรีย์)

- 100:0
- 50:50
- 0:100
- 70:30
- 30:70
- อื่นๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกัณท์รัตน์ มหาวิริโย  
วัน เดือน ปีเกิด 26 ตุลาคม 2535  
ที่อยู่ 177 หมู่ 8 ตำบลศรีสุราษฎร์ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 70130  
โทร. 087-5679036  
ประวัติการศึกษา 2558 วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาจุลชีววิทยาอุตสาหกรรม (เกียรตินิยม  
อันดับ1)  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้