

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

Factors Affecting Fertilizer Buying Decisions of Farmers in Central Thailand

ชญานิษฐ์ อัจฉริยะ โปธา^{1*} และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล²

Chayanit Atchariyapota^{1*} and Pashatai Charutawephonnukoon²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

^{1*} Graduate student in Master of Business Administration Faculty, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumthani, Thailand 12000

² Lecturer in Master of Business Administration Faculty Faculty, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumthani, Thailand 12000

*Corresponding author, E-mail: chayanit.aj@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประเภทการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบความตรงของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์ค กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ชาวนาในภาคกลาง ประกอบด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท และสระบุรี จำนวน 110,719 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จาก 400 ครัวเรือน การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อถือและทัศนคติ ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยในด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยส่วนด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อถือและทัศนคติ มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัย การตัดสินใจเลือกซื้อ ปุ๋ยเคมี ชาวนาในภาคกลาง

Abstract

The objectives of this research are: (1) to study the relationship between psychological factors in relation to purchasing decision of chemical fertilizers. (2) to study the relationship between external factors in relation to purchasing decision of chemical fertilizers and (3) to study the relationship between marketing factors in relation to purchasing decision of chemical fertilizers. Data were collected by using questionnaires and verification and reliability of the content were evaluated using Cronbach (1970) method. The population of this study was farmers from 110,719 households and 400 farmers from 400 households located in the nine provinces within the central region of Thailand that includes Bangkok, Nonthaburi, Pathum Thani, Ayutthaya, Ang Thong, Lop Buri, Sing Buri, and Saraburi were selected to be samples of the study. Statistical analysis which were multiple regression analysis. The results showed that: (1) relative influence, recognition, learning, reliability, and attitude in terms of character and individual perception had shown positive correlation with purchasing decision of chemical fertilizers by farmers at statistical significance of .01. The effect of psychological factor with the purchasing decision in terms of motivation for learning, character, and individual perception did not show any correlation to commitment of the purchasing decision. In terms of perception, reliability, and commitment to the purchasing decision of chemical fertilizers, it had shown that these factors had a statistical significance at 0.05. (2) Cultural and social factors had shown positive correlation with the purchasing decision of chemical fertilizers at statistical significance of .01. Relative influences of external factors that influence purchasing decision of farmers are cultural and social factors which influence purchasing decision at statistically significant of 0 .05. (3) Product types, price, and place, promotion, marketing, and sales are factors that correlated to purchasing decisions of farmers at statistical significance of 0 .01. Relative influence of the marketing mix that affected the purchasing decision in terms of product types did not influence the purchasing decision of farmers. Price, place, and promotion influenced purchasing decision at statistical significance of 0.05.

Keywords: factors, purchasing decision, chemical fertilizer, farmers in central region Thailand

1. บทนำ

ประเทศไทยมีการใช้ปุ๋ยเคมี เพื่อการเกษตรมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 และเนื่องจากประเทศไทยมีพื้นที่เกษตรกรรม โดยเฉพาะพื้นที่นาข้าวเป็นส่วนมาก และเมื่อพิจารณาจากพื้นที่ของประเทศไทยมีเนื้อที่ทั้งหมด 320,696,888 ไร่ และมีพื้นที่ทำนาข้าวอยู่ถึง 63,551,124 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 19.81 หรือประมาณ 1 ใน 5 ของเนื้อที่ทั้งหมดของประเทศ มีผลให้ปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก สาเหตุหนึ่งมาจากเมล็ดพันธุ์ที่ถูกปรับปรุงขึ้นนั้นส่วนใหญ่เป็นเมล็ดพันธุ์ที่คัดเลือกเพื่อให้ตอบสนองต่อปุ๋ยเคมีเป็นสำคัญ (สุกชัช ต้นอนุวงษ์สกุล, 2554: น.1) และในปี พ.ศ. 2514 ประเทศไทยใช้ปุ๋ยเคมี 128,139 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 321,700 ตัน ในปี พ.ศ. 2525 หลังจากนั้นปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเพิ่มขึ้นสูงถึง 1,763,028 ตันในปี พ.ศ. 2542 และที่สำคัญประเทศไทยยังไม่มีแหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตปุ๋ยเคมีในเชิงพาณิชย์ได้ จึงทำให้ต้องนำเข้าปุ๋ยเคมีจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยช่วงปี พ.ศ. 2537-2546 มีปริมาณนำเข้าปุ๋ยเคมีปีละประมาณ 3.18-3.84 ล้านตัน มูลค่า 13,049 ล้านบาท - 25,747 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) และปี พ.ศ. 2546-2550 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

การทำการเกษตรพืชไร่จัดเป็นพืชเศรษฐกิจที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก และถือเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรไทย ประกอบกับประเทศไทยมีศักยภาพด้านการเกษตร โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคกลางที่มีความเหมาะสมในการทำการเกษตรด้วยลักษณะของพื้นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ระบบชลประทานน้ำที่เพียงพอกับการผลิตตลอดทั้งปี และสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย โดยมีลักษณะอากาศร้อนชื้น ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลโดยผ่านโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืนของเกษตรกรรายย่อยของภาคกลาง ทำให้เกิดการวิจัยและพัฒนาด้านพันธุ์พืชที่หลากหลาย เป็นต้น การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนเทคโนโลยีด้านการเกษตรที่ทันสมัย อันเป็นปัจจัยส่งเสริมต่อการทำธุรกิจการเกษตรในพื้นที่ภาคกลางเพื่อการค้า ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนในการรองรับอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สำคัญต่างๆ ตามมา โดยรูปแบบการทำการเกษตรกรรมในภาคกลางเป็นทำการเกษตรกรรมแบบผสมผสานคือมีการปลูกพืชและเลี้ยงปศุสัตว์ควบคู่กัน สามารถปลูกพืชอายุสั้น เช่น ข้าว (โดยเฉพาะการปลูกข้าวนาปรัง) พืชไร่ พืชผักมากกว่า 1 ครั้งในรอบปี โดยจึงแนวคิดที่มีความถี่ของการใช้พื้นที่เพื่อเพาะปลูก (Cropping Intensity) ก่อนข้างสูง คือ ชัยนาท สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยาและอ่างทอง (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2556)

เกษตรกรที่ทำนาข้าวถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของไทย มีพื้นที่ปลูกกระจายอยู่ในพื้นที่ชนบททั่วประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ภาคกลางเป็นแหล่งผลิตข้าวนาปรังและนาปีที่สำคัญที่สุดของประเทศรวมทั้งเป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูกโดยเกษตรกรชาวนารายย่อย ซึ่งวิถีชีวิตและวิธีการผลิตข้าวของเกษตรกรชาวนาภาคกลางมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัตตามความก้าวหน้าทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาค โดยเนื้อที่เพาะปลูกของชาวนาในภาคกลางมีขนาดและปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีในการปลูกข้าวนาปรัง และข้าวนาปี ในเขตพื้นที่ภาคกลาง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 - 2556 แยกตามประเภท ได้ดังต่อไปนี้

การปลูกข้าวนาปรัง ในปี พ.ศ. 2552 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 3,163,725 ไร่ และอัตราการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ทั้งสิ้น 182,594 ตัน ปี พ.ศ. 2553 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.87 และอัตราการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.02 ปี พ.ศ. 2554 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.00 และอัตราการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 ปี พ.ศ. 2555 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.82 และอัตราการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.55 และปี พ.ศ. 2556 ชาวนาในภาคกลางมี

เนื้อที่เพาะปลูก ลดลงร้อยละ 2.75 และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ลดลงร้อยละ 3.55 และการปลูกข้าวนาปี ในปี พ.ศ. 2552 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 4,152,662 ไร่ และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ทั้งสิ้น 201,253 ตัน ปี พ.ศ. 2553 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูก ลดลงร้อยละ 3.37 และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ลดลงร้อยละ 9.25 ปี 2554 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูก เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ลดลงร้อยละ 0.54 ปี พ.ศ. 2555 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูก เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.89 และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.30 และปี พ.ศ. 2556 ชาวนาในภาคกลางมีเนื้อที่เพาะปลูก ลดลงร้อยละ 1.52 และอัตราการใช้น้ำปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก ลดลงร้อยละ 2.28

เกษตรกรไทยมีความต้องการในการเพิ่มศักยภาพการผลิตในพื้นที่ดินเพื่อการเกษตรที่สูงขึ้นทำให้มีการใช้น้ำปุ๋ยเคมีจำนวนมาก ต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เพราะปุ๋ยเป็นสินค้าจำเป็นในการเพิ่มผลผลิตของพืช และปุ๋ยเคมีง่ายต่อการจัดหาและให้ผลตอบแทนที่ชัดเจน จึงมีการใช้กันอย่างแพร่หลายจึงทำให้ปริมาณการเข้าปุ๋ยเคมีและมูลค่าการนำเข้าปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ (แม่ปุ๋ย) ปี พ.ศ. 2552 - 2556 มีดังนี้ ปี พ.ศ. 2552 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) รวม 2,659,393 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวม 29,328 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2553 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.34 คิดเป็นมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.35 ปี พ.ศ. 2554 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.77 คิดเป็นมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.75 ปี พ.ศ. 2555 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.20 คิดเป็นมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.88 และปี พ.ศ. 2556 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.09 คิดเป็นมูลค่ารวม ลดลงร้อยละ 16.66 สามารถแบ่งเป็นประเภทปุ๋ยเคมี (แม่ปุ๋ย) ได้ดังนี้ แม่ปุ๋ยสูตร 46-0-0 แม่ปุ๋ยสูตร 18-46-0 และแม่ปุ๋ย สูตร 0-0-60 เป็นต้น

นอกจากนี้ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าปุ๋ยเคมีสูตรที่สำคัญ (ปุ๋ยสูตร) ปี พ.ศ. 2552 - 2556 มีดังนี้ ปี พ.ศ. 2552 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสูตร) รวม 1,173,679 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวม 13,338 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2553 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสูตร) เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.85 คิดเป็นมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.32 ปี 2554 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสูตร) เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.08 คิดเป็นมูลค่ารวม 32.13 ปี พ.ศ. 2555 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสูตร) ลดลงร้อยละ 1.47 คิดเป็นมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.25 และปี พ.ศ. 2556 ปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสูตร) ลดลงร้อยละ 1.98 คิดเป็นมูลค่ารวม ลดลงร้อยละ 9.83 สามารถแบ่งเป็นประเภท ได้ดังนี้ ปุ๋ยสูตร 21-0-0 ปุ๋ยสูตร 16-20-0 ปี 2552 ปุ๋ยสูตร 16-16-8 ปุ๋ยสูตร 15-15-15 และปุ๋ยสูตร อื่นๆ เป็นต้น (ฝ่ายปุ๋ยเคมีสำนักควบคุม พืช และวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร, 2557)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลาง ทั้งนี้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายยังได้ผลรับประโยชน์ในการรับรู้ถึงปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย จนสามารถนำไปสู่การจัดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้อง เหมาะสม เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รับรู้ถึงพฤติกรรมและการใช้ปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลาง และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการใช้ปุ๋ยเคมีของชาวนาในภูมิภาคอื่นๆ ได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยแบ่งตามลักษณะของกระบวนการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) เก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการแนวทางการวิจัยโดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

3.1 ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ ชาวนาในภาคกลาง ซึ่งกำหนดขอบเขตของภาคกลางตามกรมส่งเสริมการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกอบด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท และสระบุรี จำนวน 110,719 ครัวเรือน (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 26 เมษายน 2559)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ หาได้โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่ายของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ 400 คนจาก 400 ครัวเรือน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549:น.16-17)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย เป็นองค์ประกอบในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (questionnaire)

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบแบบสอบถาม มีดังนี้

การสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยดำเนินการสร้างและพัฒนาขึ้นโดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

1) ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม

2) ศึกษาขอบข่ายการสร้างแบบสอบถามจาก พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของสุภชัย ดันนูนวงษ์สกุล (2554:น.60-62)

3) ร่างและเขียนข้อความตามขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถาม ให้ครอบคลุม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ต้องการวัด

4) จัดทำแบบสอบถามโดยเรียงลำดับคำถามตามความสำคัญ

5) นำแบบสอบถามไป ทดสอบ (Tryout) กับชาวานาจังหวัดกำแพงเพชร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำผลมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ, 2553:น.344)

6) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามบางข้อที่มีค่าความเชื่อมั่นต่ำและจัดทำแบบสอบถาม ให้อยู่ในรูปแบบที่สมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

7) การตรวจสอบเครื่องมือ: ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง .874- .979

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามกับชาวานาในภาคกลาง ตามสถานที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด โดยจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังศูนย์ข่าวชุมชนและสำนักงานเกษตรจังหวัดของแต่ละจังหวัด และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดในการตอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทุกคนเข้าใจ หลังจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง และนำมาจัดหมวดหมู่ ลงรหัสข้อมูล บันทึกข้อมูล จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความทางวิชาการ บทความวิจัย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสืบค้นผ่านอินเทอร์เน็ต

3.4 สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกสถิติในการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ซึ่งเป็นการพยากรณ์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวานาในภาคกลางของประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ นำเสนอผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวานาในภาคกลางของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทศนคติบุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ที่แตกต่างกัน รายละเอียดดังตาราง 1-2

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี	การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย
ด้านการสนใจ	Pearson Correlation	.196
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านการรับรู้	Pearson Correlation	-.456**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านการเรียนรู้	Pearson Correlation	.289**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านความเชื่อถือและทศนคติ	Pearson Correlation	.416**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง	Pearson Correlation	.315**
	Sig. (2-tailed)	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ด้านการสนใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อถือและทศนคติ ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 2 แสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P - Value)
ปัจจัยภายในด้านจิตวิทยา			
1. ด้านการสนใจ	-.120	-1.902	.058
2. ด้านการรับรู้	.393	7.432*	.000
3. ด้านการเรียนรู้	-.071	-1.112	.267
4. ด้านความเชื่อถือและทศนคติ	.387	5.119*	.000
5. ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง	-.052	-.661	.509

$R^2 = 0.279$, $F\text{-Value} = 30.538$, $n = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยในด้านการรู้และด้านบุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเองไม่มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ส่วนด้านการรับรู้และความเชื่อถือและทัศนคติมีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ที่ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยที่แตกต่างกัน รายละเอียดดังตาราง 3-4

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี		การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย
ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	Pearson Correlation	.239**
	Sig. (2-tailed)	.000
ปัจจัยด้านสังคม	Pearson Correlation	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4 แสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P - Value)
ปัจจัยภายนอก			
1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	.206	5.029*	.000
2. ปัจจัยด้านสังคม	.530	12.942*	.000

$R^2 = 0.337$, $F\text{-Value} = 100.767$, $n = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยที่แตกต่างกัน รายละเอียดดังตาราง 5-6

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี	การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย	
ด้านผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation	.399**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านราคา	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000
ด้านส่งเสริมทางการตลาด	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 6 แสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนา ในภาคกลางประเทศไทย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P - Value)
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.069	1.917	.056
2. ด้านราคา	.344	8.134*	.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.300	7.860*	.000
4. ด้านส่งเสริมทางการตลาด	.273	7.080*	.000

$R^2 = 0.595$, $F\text{-Value} = 145.068$, $n = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยพบว่า ด้านการตั้งใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อถือและทัศนคติ ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการวิเคราะห์ ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยในด้านการตั้งใจ ด้านการเรียนรู้ และด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ส่วนด้านการรับรู้และด้านความเชื่อถือและทัศนคติมีความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชนินฐา ยาวะโนภาส (2553) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอน: กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอนและทัศนคติ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ อรอนงค์ พึ่งชู (2556: บทคัดย่อ) ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าออร์แกนิก ร้านค้า A ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสินค้า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อ การตั้งใจซื้อสินค้าออร์แกนิกที่ร้านค้า A ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 อีกทั้งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสินค้ามีอำนาจพยากรณ์ต่อการตั้งใจซื้อ

สินค้าออร์แกนิกร้านค้า A ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังคงคล้องกับ ฤทัย เตชะบุรินทร์พารณ (2554: บทคัดย่อ) ทำการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจบนเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจด้านเหตุผลหรือแรงจูงใจด้านอารมณ์ และปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ หรือด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งในส่วนของการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการออก-ข่าว หรือการตลาดทางตรงมีผลสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อทำการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของทัตติษา เจริญรัตน์ และคณะ (2558: 240) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดขนาดพื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิของเกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ดและบุรีรัมย์ ผลการวิจัย พบว่า มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ได้แก่ 1) ระดับผลผลิตค้ำคูณ 2) ราคาขายเฉลี่ย 3) การขายข้าวเปลือกเมื่อมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงิน เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกพืชตามความต้องการของตลาด เพราะการขายข้าวได้ราคาสูงจะทำให้รายได้สูงตามไปด้วย ซึ่งรายได้จากการเพาะปลูกข้าวในพื้นที่ที่ยังเป็นรายได้หลักของครัวเรือน และยังพบว่าเกษตรกรมีผลผลิตข้าวเฉลี่ยมากกว่าระดับผลผลิตค้ำคูณ จึงถือว่าข้าวหอมมะลิเป็นพืชที่ให้ผลผลิตค้ำคูณในการผลิตของเกษตรกร ดังนั้นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าวในปัจจุบันเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับเกษตรกรที่จะกำหนดขนาดพื้นที่เพาะปลูกข้าวอย่างเหมาะสมและทำให้เกิดรายได้สูงสุด โดยเลือกวิธีการปฏิบัติที่เหมาะสมแก่เกษตรกรต่อไป และจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือไม่มีผลต่อการตัดสินใจกำหนดสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิของเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัฐพล ขอบอาภรณ์ และคณะ (2554:บทคัดย่อ) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ จากผลการทดสอบสมมติฐาน ด้านปัจจัยวัฒนธรรม พบว่า ผู้บริโภคที่มีการบริโภคในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน มีการตอบสนองในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่มีการบริโภคในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ในการตอบสนองในการตัดสินใจเลือกซื้อในด้านการเลือกตราสินค้า การเลือกผลิตภัณฑ์และด้านเวลาในการซื้อ ส่วนด้านอื่นๆ ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่าปัจจัยวัฒนธรรมพบว่า ผู้บริโภคที่มีการบริโภคในชีวิตประจำวันที่แตกต่างกัน มีการตอบสนองในการตัดสินใจเลือกซื้อโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑารีย์ วงศ์มังกร (2550: 63) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าว ของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในการปลูกข้าวให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าวโดยรวมและในรายด้าน 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มากกว่า เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยเคมีในการปลูกข้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ เรื่องศักดิ์ ศรีม่วงใส (2551: บทคัดย่อ) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกร ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยมากกว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น เกษตรกรตัดสินใจซื้อปุ๋ย เนื่องจากราคาที่ถูกลงกว่าร้านอื่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของปุ๋ย ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีสถานที่จอดรถมีความสะดวกในการจอด มีเวลาเปิด-ปิดของสถานที่จำหน่ายที่แน่นอน และสถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ และยังสอดคล้องกับ สิทธิพันธ์ นภาพิพัฒน์ (2548: 63) ทำการศึกษา เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสารเคมีเกษตรในนาข้าวเพื่อจำหน่ายของเจ้าของร้านค้าเคมีเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเรื่อง ระดับการศึกษา ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสารเคมีเกษตรเพื่อจำหน่ายความสำคัญในด้านราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน แต่ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยม ศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.หรือต่ำกว่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.

6. บทสรุป

- 6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย
 - 6.1.1 ปัจจัยด้านภายใน ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อถือและทัศนคติ ด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.1.2 ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายใน ด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยในด้านการรับรู้และการเรียนรู้ และด้านบุคลิกภาพและแนวคิดของตนเองไม่มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ส่วนด้านการรับรู้ และด้านความเชื่อถือและทัศนคติ มีผลต่อความผูกพันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

6.2.1 ปัจจัยภายนอก ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.2.2 ค่าอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีกับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางของประเทศไทย

6.3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.3.2 ค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทย ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของชาวนาในภาคกลางประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณคณาจารย์และบุคคลอีกหลายฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุน ทั้งให้คำแนะนำ คำปรึกษา คำติชม และกำลังใจแก่ข้าพเจ้าขณะดำเนินงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลนุกูล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำ รวมถึงรูปแบบตัวอย่างที่ดีมากมายที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และเสียสละเวลาเพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และขอขอบคุณ คุณชไมพร ไกยสิทธิ์ สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัย ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่จากศูนย์วิจัยข้าว สำนักงานเกษตรจังหวัด ของแต่ละจังหวัดที่ให้ความช่วยเหลือ ประสานงานกับชาวนาในภาคกลาง รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ไกรชิต สุตะเมือง ที่ให้คำปรึกษา ดูแลเอาใจใส่ และเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้เกิควิจัยฉบับนี้ขึ้นมา สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนช่วยเหลือสนับสนุนค่าใช้จ่ายในทุกๆด้าน และเป็นกำลังใจผู้วิจัยเสมอมา รวมทั้งบุคคลที่ได้ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจ ที่ผู้วิจัยไม่อาจกล่าวชื่อได้ครบทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). ข้อมูลครัวเรือนเกษตรกรในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 26 เม.ย.2559, จาก ฝ่ายฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกร ศูนย์สารสนเทศ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 16-17.
- ขนิษฐา ขาวะ โณภาส. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอน: กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2559, จาก ฐานข้อมูลวิจัยไทย
- จรงค์ ชินเกล้ากาจกร, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดก้อนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 1 เล่มที่ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต, 65. ค้นเมื่อ 26 มกราคม 2559, จาก <https://tcj-thajro.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/47947/39788>.
- จิตติรัย วงศ์มังกร (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าว ของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม. หน้า 63. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2559, จาก ฐานข้อมูลวิจัยไทย
- จิตติมา กลิ่นสุคนธ์ และนิภาพร ชมภูเพชร. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากร้าน โครงการหลวงไกลเดนเพลส ของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ค้นเมื่อ 26 มกราคม 2559, จาก ฐานข้อมูลวิจัยไทย.
- ณัฐพล ขอบอาภรณ์, มนต์ ไพฑูรย์เจริญฉาย และจิระเสกข ตรีเมธสุนทร. (2554). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ [บทความย่อ]. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม 10 ฉบับพิเศษ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.snc.lib.su.ac.th/serindex//dublin.php?ID=13399542745>
- หัตพิชา เจริญรัตน์ และคณะ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดขนาดพื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิของเกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ดและบุรีรัมย์. วารสารแก่นเกษตร ปีที่ 43 ฉบับพิเศษ 1 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 240. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2551, จาก <http://ag2.kku.ac.th/kaj/PDF.cfm?filename=Vol43suppl.1.pdf&id=1787&keeptrack=12>
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. (2553). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. ศรีอนันต์การพิมพ์: กรุงเทพฯ.
- ภาวณี ตันติผาติ, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 1 เล่มที่ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต, 15-16. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2559, จาก <http://www.thaiejournal.com/journal/2554volumes1/pavinee.pdf>.

- ฤทัย เตชะบุรินทร์เพาภรณ์. (2554). แรงจูงใจ และปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุค (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [บทคัดย่อ]. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#).
- เรืองศักดิ์ ศรีพองใส (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. เชียงราย. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#), บทคัดย่อ
- วารุณี จินสร. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#).
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2556). “ตลาดวัสดุก่อสร้างไทย ปลายปี 2556 อุณหภูมิยังร้อนแรง...รับอานิสงส์จาก ภาคก่อสร้าง ฤศจิกายน”, ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2558, จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31781>: ระบบออนไลน์
- สิทธิพันธ์ ภาพิพัฒน์ (2548). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสารเคมีเกษตรในนาข้าวเพื่อจำหน่ายของเจ้าของร้านค้าเคมีเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี. ปรินญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. หน้า 63. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#)
- สุภชัย ตันอนุวงษ์สกุล (2554). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร. 4 40. ค้นเมื่อ 26 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร (online). www.oae.go.th, ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2557.
- อรุณี เอกพาณิชย์ถาวร, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 1 เล่มที่ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต, 85. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2559, จาก <http://thajournal.com/journal/2554volumes1/arunee.pdf>.
- อรอนงค์ พึ่งง. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าออร์แกนิกบ้านค้า A ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี [บทคัดย่อ]. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2559, จาก [ฐานข้อมูลวิจัยไทย](#).