

ชื่อเรื่อง	การเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตรของผู้บริโภคในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายรัตนศิลป์ ดิสุยา
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วิรัชศักดิ์ ปรกติ

บทคัดย่อ

ในการวิจัยเรื่อง การเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตรของผู้บริโภคใน อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตร และปัจจัยรวมถึงปัญหาอุปสรรคของผู้บริโภคใน อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 318 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีอายุเฉลี่ย 49 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีรายได้ต่อภาคการเกษตรต่อเดือนเฉลี่ย 4,683 บาทต่อเดือน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 8,711 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพในการผลิตคือเป็นผู้บริโภคผู้ผลิต

ในด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตร พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนมากซื้อสินค้าเคมีเกษตรไปใช้กับการปลูกข้าว มีสถานที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตรเป็นร้านค้าเคมีเกษตรทั่วไป เห็นว่าเหตุผลสำคัญของการซื้อสินค้าเคมีเกษตร คือ ประหยัดและราคาถูก ประเภทผลิตภัณฑ์เคมีเกษตรด้านปุ๋ยเคมี เห็นว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อสารเคมีเกษตรในครอบครัวมากที่สุด คือตัวเอง การซื้อสินค้าแต่ละครั้งนิยมซื้อสินค้าเคมีเกษตรแบบซื้อตามปริมาณที่ต้องการ ขณะนั้น ระยะเวลาหรือความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตร คือ เดือนละครั้ง การปรับราคาของพืชผลทางการเกษตรเพิ่มขึ้นมีผลต่อการซื้อสินค้าเคมีเกษตร

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อสินค้าเคมีเกษตรไปใช้เพื่อใช้เกี่ยวกับการปลูกพืช ด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อสถานที่ที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านเพศ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านเห็นผลรวดเร็วแก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านประหยัดและราคาถูก ด้านเพศ รายได้ ผลิตภัณฑ์

ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านสินค้ามีคุณภาพสูงและใช้ในปริมาณที่น้อย ด้านเพศ อายุ และรายได้ มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร จากคำแนะนำของเพื่อนผู้บริโภคร่วมกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการที่ซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านผลผลิตตอบแทนหน่วยต่อไร่สูง ด้านรายได้ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านปุ๋ยเคมี ด้านรายได้ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านสารเคมีกำจัดวัชพืช ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผล ต่อผลิตภัณฑ์เคมีที่เลือกซื้อด้านสารเคมีกำจัดโรคและแมลง ด้านอายุ การศึกษา ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีเกษตร ด้านเพศ การศึกษา และราคา มีผลต่อการเลือกซื้อสารเคมีแต่ละครั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อระยะเวลาหรือความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเคมีเกษตร

Title	Selection of Agro – Chemical Products Purchase of Consumers in Sansai District, Chiang Mai
Author	Mr. Rattanasin Deesuya
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Weerasak Prokati

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate: 1) behavior and factors effecting the selection of agro – chemical product purchase of farmers in Sansai district, Chiang Mai province; and 2) problems encountered in the selection of agro – chemical product purchase. A set of questionnaires was used for data collection from 318 farmers living in Sansai district, Chiang Mai province.

Findings revealed that most of the respondents were male, 49 years old on average, and elementary school graduates. They earned an income from the agricultural sector for 4,683 baht per month with an average household income of 8,711 baht per month. Their production status was an agricultural producer. Based on the respondent behavior on the selection of agro – chemical purchase for the purpose of rice growing, it was found that they purchased agro-chemical products in general agro-chemical product stores. Their important reasons for the purchase were thrift and inexpensive price. The respondents stated that they decided to purchase the products by themselves. Besides, they preferred to purchase the products in an amount that they required. They bought the products once a month. Results of the study also revealed that an increase of agricultural yields effected agro – chemical product purchase.

Based on personal and marketing factors effecting the selection of agro – chemical product purchase of the respondents, it was found that sex, age, income, educational attainment, product, price, and distribution channel had an effect towards agro-chemical product purchase. Meanwhile, sex, age, educational attainment, income, and market promotion had an effect towards the places selling agro-chemical products. Sex had an effect towards the reason to purchase agro-chemical products. Besides, rapidness, immediate problem-solving, product, price,

distribution channel, and market promotion had an effect towards the reason to purchase agro-chemical products. Thrift and inexpensive price, sex, income, product, distribution channel and market promotion had an effect towards the reason to purchase agro-chemical products. High quality of agro-chemical products with a small amount of using each time, sex, age, and income had an effect towards the reason to purchase agro-chemical products. Receiving suggestions by friends using the products, product, price, and distribution channel had an effect towards the reason to purchase agro-chemical products. High return of yields per rai, income, price distribution channel, and market promotion had an effect towards the fertilizer to be purchased. Income and market promotion had an effect towards the herbicide to be purchased. Promotion had an effect towards pesticides and disease killers to be purchased., Age, educational attainment, product, price, distribution channel, and promotion had an effect towards those who decisive to purchase agro-chemical products. Sex, educational attainment, and price had an effect towards each purchase. Lastly, product, price, distribution channel and promotion had an effect towards time span or frequency of agricultural product purchase.