

Optimal Fruit Tree Hormone Product Attributes in Chanthaburi Province

Kamonrat Thirapong¹ Vachiraporn Kanjana² Chakrit Potchanasin^{2*}

Chompunuch Nantajit¹ Sarun Wattanutchariya² Sanit Kaoian² and Krit Iemthanon³

¹Faculty of Economics, Ramkhamhaeng University, Thailand

²Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

³Office of Agricultural Economics, Thailand

*Corresponding author: p_chakrit@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research was to analyze suitable attributes of fruit tree hormone product for agricultural chemical retail shop in Chanthaburi province. The research applied Conjoint Analysis to analyze product attributes that affected the shop owner satisfaction. To analyze, this research collected 127 agriculture chemicals retail shop samples in Soidao and Pongnamron District, Chanthaburi to be used in the research analysis. The study results found that the most important attribute for the retail shop was giving credit followed by product package and other form of promotion, respectively. The shop satisfied the product without carton package including with 20% pay back promotion and 90 days credit for entire payment. Based on the study results, this study could recommend that the firm should provide credit 90 days for the retail shop including without carton package. However, in case of the product had been launched to the market by without carton package, the product should be in durable plastic bottle.

Keywords: Fruit tree hormone, Conjoint analysis, Attribute analysis

คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ฮอร์โมนพืชไม้ผลในจังหวัดจันทบุรี

กมลรัตน์ ธีระพงษ์¹ วชิราภรณ์ กาญจนะ² จักรกฤษณ์ พจนศิลป์^{2*}
ชมพูนุช นันทจิต¹ ศรัณย์ วรธนัจฉริยา² ศานิต เก้าเอี้ยน² กฤษ เยี่ยมฐานนท์³

¹คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

²คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

³สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประเทศไทย

Corresponding author: p_chakrit@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลสำหรับร้านค้าเคมีเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการศึกษาที่ใช้แบบจำลอง Conjoint Analysis เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่ร้านค้าเคมีเกษตรมีความพึงพอใจ การศึกษานี้เก็บข้อมูลจากร้านค้าเคมีเกษตรในเขตอำเภอเสวยดาว และอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรีจำนวน 127 ร้าน ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลที่ร้านค้าเคมีเกษตรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การให้เครดิต รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์ และการจัดโปรโมชั่นตามลำดับ ร้านค้าเคมีเกษตรมีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง การจัดโปรโมชั่นแบบเงินคืน 20% และการให้เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) มากที่สุด จากผลการศึกษาข้างต้นนี้ให้ข้อเสนอแนะว่า บริษัทควรจะให้เครดิตเทอมยาว 90 วัน แก่ร้านค้าเคมีเกษตร และออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง แต่อย่างไรก็ตาม หากบรรจุภัณฑ์ที่จะนำออกสู่ตลาดนั้นเป็นแบบไม่มีกล่องแล้ว ขวดบรรจุภัณฑ์ควรเป็นขวดพลาสติกที่มีความแข็งแรง ทนทาน ไม่แตก ไม่หัก และไม่บวมง่าย

คำสำคัญ: ฮอร์โมนพืชไม้ผล, การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม, การวิเคราะห์คุณลักษณะ

© 2024 A-EMS: Applied Economics, Management and Social Sciences

บทนำ

จังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีความเหมาะสมในการปลูกไม้ผล และไม้ยืนต้น จากข้อมูลสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดจันทบุรี (2565) พบว่า จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่เกษตรกรรม 2,284,638 ไร่ เป็นพื้นที่ไม้ผล ไม้ยืนต้น 1,688,857 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 73.92 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด โดยมีผลผลิตที่สำคัญ ได้แก่ พุรีเยน เงาะ มังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ที่สามารถเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่ รวมถึงมีการนำลำไยเข้ามาปลูกกันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอเสวยดาว (สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี, 2557) ในอดีต ผลผลิตลำไยที่ปลูกนั้นขึ้นอยู่กับสภาพอากาศเพียงอย่างเดียว กล่าวคือ หากอุณหภูมิมีความเย็นไม่พอ จะส่งผลให้ลำไยไม่ติดดอก ดังนั้น เกษตรกรในพื้นที่จึงมีการคิดค้นกระบวนการบังคับให้ผลผลิตออกนอกฤดูโดยใช้สารควบคุมการเจริญเติบโตของพืชหรือที่รู้จักกันในชื่อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลเพื่อช่วยในการเจริญเติบโตและชักนำการออกดอกและผลของลำไย ส่งผลให้ในปัจจุบัน ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี โดยในปี พ.ศ. 2565 มีผลผลิตทั้งหมดอยู่ที่ 474,172 ตัน นับเป็นปริมาณผลผลิตสูงสุดของประเทศไทย หรือคิดเป็นร้อยละ 28.10 ของผลผลิตลำไยทั้งประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565)

จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (2566) พบว่าประเทศไทยมีการนำเข้าสารควบคุมการเจริญเติบโตของพืชเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 163,539,061.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 369,273,153.55 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มสูงขึ้นส่วนหนึ่งมาจากความต้องการใช้ที่

เพิ่มขึ้นนั่นเอง ในส่วนของจังหวัดจันทบุรี มีการขยายตัวของพื้นที่ทำการเกษตรเพิ่มขึ้น และมีการทำการผลิตผลไม้ นอกฤดูเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตลำไยนอกฤดู ซึ่งพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาวถือเป็นพื้นที่ผลิตลำไยนอกฤดูที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ เกษตรกรในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้ฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ร้านค้าเคมีเกษตรในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาว มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมวิชาการเกษตร, 2557) นอกจากการแข่งขันของร้านค้าเคมีเกษตรในพื้นที่แล้ว ทางด้านของผู้ประกอบการธุรกิจเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรก็มีการแข่งขันเพื่อเข้ามาทำตลาดกับร้านค้าเคมีเกษตรในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาว เช่นเดียวกัน แต่ละบริษัทมีความจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อทำการแข่งขันกับบริษัทเคมีเกษตร คู่แข่ง

การได้มาซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถทำได้โดยศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากงานของเกณิกา รุ่งเรืองชยพร (2554) ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อฮอร์โมนพืชของเกษตรกรที่สำคัญที่สุด คือ ปัจจัยด้านการตลาด และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลัก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังเช่นในผลการศึกษาของ ชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชรทัตย์ จารุทวีผลบุญกุล (2563); ไชยสิทธิ์ พิงแสงจันทร์ และคณะ (2563); สาริศา ทิตยวงษ์ และจันทนา แสนสุข (2558) ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกร ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทั้งในด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และการใช้งานอย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาของ ทรรตวรรษ เย็นโสภา และคณะ (2562) แสดงให้เห็นว่าปัญหาในการใช้เคมีภัณฑ์ที่เกษตรกรพบมากที่สุดคือ ปัญหาการขาดความรู้ในการส่งเสริมการใช้เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรอย่างถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งปัญหาที่เกษตรกรประสบคือ ปัญหาสถานที่จำหน่ายเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรมีน้อย ดังนั้น นอกจากศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรยังต้องให้ความสำคัญกับร้านค้าเคมีเกษตรที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า เนื่องจากการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในร้าน ย่อมส่งผลถึงการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

ทางด้านการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายของร้านค้าเคมีเกษตร พบว่า มีการศึกษาของ ชญาณิชฐ์ ตินวโรดม และรวิดา วิริยกิจจา (2564) ที่ทำการศึกษาลงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายสินค้าเกษตร และพบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายสินค้าเกษตรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พุทธิรักษ์ พิมพ์เสนา (2562) ที่พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ของร้านค้าเคมีเกษตรในเขตภาคเหนือ นั้น ผู้ประกอบการร้านค้าเคมีเกษตรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา เป็นหลัก

นอกจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคแล้ว ในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคยังสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ โดยนำการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มาใช้ในการหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ผู้บริโภค เช่น งานวิจัยของ พิมพ์พลอย สุขสุวรรณ (2557) ที่ศึกษาการตัดสินใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภคผลการศึกษพบว่าคุณลักษณะกาแฟที่กาแฟให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ชนิดพันธุ์กาแฟ รองลงมา คือ ระดับการคั่ว และคุณภาพเมล็ดกาแฟตามลำดับ ส่วนการศึกษาของ ผกามาส ลักขมัน และสนิหนุช นิยมศิลป์ (2562) ที่ศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคหลอดไฟ LED พบว่า ลูกค้าน่าจะพิจารณาซื้อสินค้าจากเครดิตเป็นลำดับแรก นอกจากนั้นยังมีการศึกษาของ ชุตาวรรวัฒน์ธรรม และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล (2565) และศรีเวียง ทิพกานนท์ และคณะ (2561) แสดงให้เห็นว่าการระบุคุณประโยชน์ของสินค้าลงบนตราผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด และงานของภาวิณา จิตราริรมย์ และคณะ (2566) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

ผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันมีการพิจารณาคุณลักษณะของสินค้าในด้านต่างๆ ทั้งตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการให้เครดิตสำหรับการซื้อสินค้าอีกด้วย

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งที่จะวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลที่มีต่อความพึงพอใจของร้านค้าเคมีเกษตรในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาว ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันกันสูงในด้านตลาดฮอโรมนพีช เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการของร้านค้าเคมีเกษตรในการตัดสินใจเลือกสินค้ามาจำหน่าย รวมไปถึงแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดของบริษัทผู้ผลิตฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมในการเลือกซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลของคณกลางทางการตลาดร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมต่อร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ดำเนินการโดยใช้การวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้านค้าเคมีเกษตรที่ซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลมาจำหน่ายที่ร้าน ในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี และเนื่องจากขนาดประชากรมีจำนวนไม่มาก การวิจัยนี้จึงทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มแบบสำมะโนประชากรทั้งหมด ในช่วงเดือน มกราคม – มีนาคม 2558 จำนวน 127 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมดของประชากรในพื้นที่ที่ทำการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพฤติกรรมในการเลือกซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตร เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อ ความคิดเห็น รูปแบบการสั่งซื้อ ปริมาณและความถี่ในการสั่งซื้อสินค้า

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเคมีเกษตรในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา รูปแบบลักษณะผลิตภัณฑ์ การจัดโปรโมชั่น ความสะดวกในการสั่งซื้อ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม

ในการสร้างแบบสอบถามส่วนที่ 4 ได้ทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฮอโรมนพีช คุณลักษณะด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และสัมภาษณ์ร้านค้าเคมีเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรีจำนวน 15 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่ใช้ในการกำหนดองค์ประกอบในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นทำการสร้างชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยใช้วิธี Orthogonal Design ได้ชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมจำนวน 8 ชุด และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสมบูรณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างร้านค้าเคมีเกษตรในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี และข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมตรวจเอกสาร กล่าวคือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง โดยมีการสร้างสิ่งเร้าแบบ Full-profile และใช้วิธีวัดแบบ Rank-order เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด โดยให้เรียงลำดับบัตรจำนวนทั้งหมด 8 ใบ จากความชอบมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสาร หนังสือ บทความ เอกสารงานวิจัย และข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลร้านค้าเคมีเกษตรที่นำมาใช้ประกอบการศึกษาและอ้างอิง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ในการสร้างแบบสอบถามและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ออกมาในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงภาพรวมของร้านค้าเคมีเกษตรที่ทำการศึกษารวมถึงพฤติกรรมการเลือกฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลโดยนำเสนอข้อมูลแบบแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ วิเคราะห์คุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลซึ่งเป็นการประเมินคุณค่าของแต่ละคุณลักษณะโดยใช้การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เพื่อให้ได้ค่าอรรถประโยชน์รวมของแต่ละคุณลักษณะ และนำมาวิเคราะห์คุณลักษณะเพื่อคำนวณหาอรรถประโยชน์ที่ได้จากความพึงพอใจของร้านค้าเคมีเกษตรแต่ละร้านมาหาความสัมพันธ์กัน ให้ค่าคุณลักษณะ และนำข้อมูลของแต่ละกลุ่มมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าเคมีเกษตร

ในด้านของพฤติกรรมการเลือกซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรนั้นพบว่า ร้านค้าเคมีเกษตรร้อยละ 94.48 มีการซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลมาขายที่ร้านทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ ธาตุอาหารเสริม ธาตุอาหารรวม สารกระตุ้นการแตกตาดอก สารกระตุ้นการเจริญเติบโต และสารเร่งราก ในส่วนของการสั่งซื้อสินค้า พบว่าร้านค้าเคมีเกษตรร้อยละ 70.87 จะใช้วิธีการโทรศัพท์ในการสั่งซื้อสินค้า และโดยส่วนใหญ่ร้านค้าเคมีเกษตรจะมีการติดต่อกับบริษัทที่ขายเคมีเกษตรมากกว่า 4 บริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 88.19

เมื่อพิจารณาถึงความถี่ในการสั่งซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรต่อหนึ่งเดือน โดยพิจารณาถึงจำนวนครั้งที่สั่ง ปริมาณที่สั่ง และมูลค่าที่สั่ง พบว่า ตัวอย่างร้านค้าเคมีเกษตรมีความถี่ในการสั่งซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลสูงสุด 5 ครั้งต่อเดือน และต่ำสุด 1 ครั้งต่อเดือน โดยมีความถี่ในการสั่งซื้อเฉลี่ย 1.69 ครั้งต่อเดือน ส่วนปริมาณที่สั่งซื้อสูงสุดคือ 100 ลิ้งต่อเดือน ต่ำสุด 1 ลิ้งต่อเดือน โดยมีปริมาณสั่งซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 10.12 ลิ้งต่อเดือน และเมื่อพิจารณาถึงมูลค่าที่สั่งซื้อ พบว่า ร้านค้าเคมีเกษตรมีมูลค่าการสั่งซื้อฮอร์โมนพืชสูงสุด 300,000 บาทต่อเดือน ต่ำสุด 6,000 บาทต่อเดือน โดยมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 26,181 บาทต่อเดือน

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเคมีเกษตร

สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรนั้น จากการสำรวจพบว่า ร้านเคมีเกษตรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการให้เครดิตเทอมยาว 90 วัน คิดเป็นร้อยละ 77.95 รองลงมาคือการบริการหลังการขาย และการมีความสัมพันธ์กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 70.87 และ 57.48 ตามลำดับ นอกจากนี้ ร้านค้าเคมีเกษตรยังให้ความสำคัญในเรื่องของ การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การแถมสร้อยคอทองคำ การมีส่วนลดส่งเสริมการขาย มีรถขนส่งบริการ และความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตร

เหตุผลที่ตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เครดิตยาว 90 วัน	99	77.95
มีบริการหลังการขาย	90	70.87
มีความสัมพันธ์กับเจ้าของ	73	57.48
มีการจัดท่องเที่ยวต่างประเทศ	52	40.94
แถมสร้อยคอทองคำ	49	38.58
มีส่วนลดส่งเสริมการขาย	48	37.79
มีรถขนส่งบริการ	25	19.69
สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	7	0.79

ที่มา: จากการคำนวณ

3. ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด

นอกจากนั้นแล้ว ในการศึกษายังได้ทำการสำรวจถึงการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า ร้านค้าเคมีเกษตรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับ 1 คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.70 จาก 5.00 คะแนน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาโดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.68 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีคะแนนเฉลี่ย 4.37 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีคะแนนเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการให้ความสำคัญปัจจัยทางการตลาดฮอร์โมนพืชของร้านค้าเคมีเกษตร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.70	0.449	มากที่สุด
- คุณภาพดี	98.4	0.125	มากที่สุด
- บรรจุภัณฑ์สวยงาม	80.3	0.448	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.68	1.371	มากที่สุด
- มีส่วนลด	73.2	0.445	มากที่สุด
- ส่วนต่างกำไร	70.1	0.46	มากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.37	0.592	มากที่สุด
- มีความสะดวกในการซื้อ	64.6	0.634	มากที่สุด
- มีมาตรฐานในการจัดส่งสินค้า	38.6	0.567	มาก

ตารางที่ 2 สรุปผลการให้ความสำคัญปัจจัยทางการตลาดฮอโรมนพีชของร้านค้าเคมีเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย	4.21	0.598	มากที่สุด
- มีของแถมเมื่อซื้อครบตามเงื่อนไข	55.9	0.525	มากที่สุด
- มีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวต่างประเทศ	51.2	0.567	มากที่สุด

ที่มา: จากการคำนวณ

4. คุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผล

ในการการศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรในครั้งนี้ ใช้วิธีการศึกษาโดยสร้างสิ่งเร้าแบบ Full-profile และใช้วิธีการวัดแบบ Rank-order คือ การวัดความชอบ โดยเรียงลำดับสิ่งเร้าจากความชอบมากที่สุด ซึ่งสิ่งเร้าที่จัดทำขึ้นอยู่ในรูปของการวัดทางเลือก โดยในแต่ละทางเลือกมีการแบ่งปัจจัยออกเป็นระดับต่าง ๆ ซึ่งความสัมพันธ์ของแบบจำลองกับแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์เป็นแบบ Discrete Model คือ แบบจำลองในการประมาณค่าอรรถประโยชน์สำหรับตัวแปรคุณลักษณะที่ไม่สามารถบอกได้ว่าเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง และนำมาวิเคราะห์ Conjoint Analysis เพื่อหาคุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผล โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 พื้นที่ คือ อำเภอสอยดาว และอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

จากการศึกษาร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอสอยดาว พบว่า ผลการวิเคราะห์ Conjoint Analysis เพื่อหาคุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโรมนสำหรับพีชไม้ผลของร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอสอยดาว สามารถเขียนได้ดังสมการที่ (1)

$$U(X) = 4.396 - 0.106P_b + 0.106P_n - 0.339P_h + 0.339P_r + 0.415C_f - 0.507C_h + 0.093C_c \quad (1)$$

โดยที่	$U(X)$	=	อรรถประโยชน์รวม
	P_b	=	บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่อง
	P_n	=	บรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง
	P_h	=	โปรโมชั่นท่องเที่ยวต่างประเทศ
	P_r	=	โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี
	C_f	=	เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน)
	C_h	=	เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%)
	C_c	=	เครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%)

จากสมการที่ (1) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมีเกษตรเพิ่มขึ้น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่องทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.106 หน่วย โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.339 หน่วย เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.415 หน่วย และเครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%) ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.093 หน่วยแต่อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมีเกษตรจะลดลงจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ หากเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่องจะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 0.106 หน่วย โปรโมชั่นการท่องเที่ยวต่างประเทศ จะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 0.339 หน่วย และการให้เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%) จะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 0.507 หน่วย

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านเคมีเกษตรในอำเภอสอยดาวยังพบว่า คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือการให้เครดิตเงินคืน คิดเป็น 63.47% รองลงมาคือโปรโมชั่นเงินคืน คิดเป็น 21.82% และบรรจุภัณฑ์เป็นคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด คิดเป็น 14.71%

และจากการศึกษาร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อน พบว่า ผลการวิเคราะห์ Conjoint Analysis เพื่อหาคุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโมนสำหรับพืชไม้ผล ของร้านค้าเคมีเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อน สามารถเขียนได้ดังสมการที่ (2)

$$U(X) = 4.396 - 0.045P_b + 0.045P_n - 0.136P_h + 0.136P_r + 1.182C_f - 1.224C_h + 0.042C_c \quad (2)$$

โดยที่	$U(X)$	=	อรรถประโยชน์รวม
	P_b	=	บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่อง
	P_n	=	บรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง
	P_h	=	โปรโมชั่นทองเที่ยวต่างประเทศ
	P_r	=	โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี
	C_f	=	เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน)
	C_h	=	เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%)
	C_c	=	เครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%)

จากสมการที่ (2) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมีเกษตรเพิ่มขึ้น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่องทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.045 หน่วย โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.136 หน่วย เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 1.182 หน่วย และเครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%) ทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น 0.042 หน่วย แต่อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมีเกษตรจะลดลงจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ หากเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่องจะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 0.045 หน่วย โปรโมชั่นการทองเที่ยวต่างประเทศ จะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 0.136 หน่วย และการให้เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%) จะส่งผลให้อรรถประโยชน์ลดลง 1.224 หน่วย

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านเคมีเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อนยังพบว่า คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือการให้เครดิตเงินคืน คิดเป็น 55.45% รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์คิดเป็น 26.44% และคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ โปรโมชั่นเงินคืน คิดเป็น 18.13%

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอโมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านเคมีเกษตรเป็นการรวบรวมข้อมูลร้านเคมีเกษตรในพื้นที่อำเภอสอยดาวและอำเภอโป่งน้ำร้อน จำนวน 127 ตัวอย่าง ได้ทำการแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน คือ พฤติกรรมในการสั่งซื้อและความถี่ในการสั่งซื้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านเคมีเกษตรข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าเคมิเกษตร ในด้านของพฤติกรรมการเลือกซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้า เกษตรนั้นพบว่า ร้านค้าเคมิเกษตร มีการซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลมาขายที่ร้าน 5 ประเภทขึ้นไป ได้แก่ ธาตุอาหารเสริม ธาตุอาหารรวม สารกระตุ้นการแตกตาดอก สารกระตุ้นการเจริญเติบโต และสารเร่งราก โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการโทรศัพท์ในการสั่งซื้อสินค้า และร้านค้าเคมิเกษตรส่วนใหญ่มีการติดต่อกับบริษัทที่ขายเคมิเกษตรมากกว่า 4 บริษัท นอกจากนั้นยังพบว่าร้านค้าเคมิเกษตรมีความถี่ในการสั่งซื้อฮอร์โมนพืชเฉลี่ย 1.69 ครั้งต่อเดือน มีปริมาณสั่งซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 10.12 ลังต่อเดือน และเมื่อพิจารณาถึงมูลค่าที่สั่งซื้อ พบว่า ร้านค้าเคมิเกษตรมีมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 26,181 บาทต่อเดือน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเคมิเกษตร สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมิเกษตรนั้น จากการสำรวจพบว่า ร้านค้าเคมิเกษตรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการให้เครดิตเทอมยาว 90 วัน รองลงมาคือการบริการหลังการขาย และการมีความสัมพันธ์กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ นอกจากนี้ ร้านค้าเคมิเกษตรยังให้ความสำคัญในเรื่องของ การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การแถมสร้อยคอทองคำ การมีส่วนลดส่งเสริมการขาย มีรถขนส่งบริการ และความสะดวกในการเดินทางไปซื้ออีกด้วย

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการศึกษาถึงการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผลของร้านค้าเคมิเกษตรพบว่า ร้านค้าเคมิเกษตรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับ 1 กล่าวคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องเป็นสินค้าคุณภาพดี ตามมาด้วยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ต้องมีความสวยงาม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาซึ่งสิ่งทีร้านค้าเคมิเกษตรคำนึงถึงสองอันดับแรก คือ การที่บริษัทสารเคมิมีส่วนลดให้ และส่วนต่างของกำไรที่ได้รับ ปัจจัยต่อมาที่ร้านค้าเคมิเกษตรให้ความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยร้านค้าเคมิเกษตรให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อและมาตรฐานในการจัดส่งสินค้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ร้านค้าเคมิเกษตรให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 โดยพบว่าร้านค้าเคมิเกษตรให้ความสำคัญกับมีของแถมเมื่อซื้อครบตามเงื่อนไข และมีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวต่างประเทศ

คุณลักษณะที่มีผลต่อการเลือกซื้อฮอร์โมนสำหรับพืชไม้ผล ในพื้นที่อำเภอสอยดาวจะเห็นได้ว่า คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือการให้เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) รองลงมาคือโปรโมชั่นเงินคืนและบรรจุภัณฑ์เป็นคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมิเกษตรเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ การให้เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) รองลงมา คือ โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี เครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%) และบรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง ในขณะที่ การให้เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%) โปรโมชั่นการท่องเที่ยวต่างประเทศ และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่อง จะส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมิเกษตรลดลง ตามลำดับ

และจากการศึกษาร้านค้าเคมิเกษตรในอำเภอโป่งน้ำร้อน พบว่า คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือการให้เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ และคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ โปรโมชั่นเงินคืน โดยปัจจัยที่ส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมิเกษตรเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ เครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) รองลงมาคือ โปรโมชั่นเงินคืน 20% จากยอดขายปลายปี บรรจุภัณฑ์แบบไม่มีกล่อง และเครดิตแบบจ่ายสด (ลด 3%) ในขณะที่การให้เครดิตแบบจ่ายครึ่ง (45 วัน ลด 2%) โปรโมชั่นการท่องเที่ยวต่างประเทศ และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีกล่องจะส่งผลให้อรรถประโยชน์ของร้านค้าเคมิเกษตรลดลงตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า ร้านค้าเคมิเกษตรในพื้นที่ทั้ง 2 อำเภอให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านเครดิตแบบจ่ายเต็ม (90 วัน) มากที่สุด แต่ร้านค้าเคมิเกษตรในอำเภอสอยดาวจะให้ความสำคัญด้านโปรโมชั่นเงินคืนมากกว่าคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตรงข้ามกับร้านค้าในอำเภอโป่งน้ำร้อนที่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์มากกว่าโปรโมชั่นเงินคืน

ข้อเสนอแนะตามรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าเคมีเกษตร พบว่าร้านค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแข็งแรง ทนทาน ไม่แตก บุบ ง่าย รวมไปถึงลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านราคาก็เป็นสิ่งที่ร้านค้าเคมีเกษตรให้ความสำคัญเช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าร้านค้าให้ความสำคัญกับส่วนลดและส่วนต่างกำไร ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตอาจมีการเสนอส่วนลดให้กับร้านค้าเคมีเกษตร เพื่อให้ร้านค้าเคมีเกษตรมีส่วนต่างของกำไรที่เพิ่มขึ้น และเป็นการจูงใจให้ร้านค้าเคมีเกษตรหันมาซื้อสินค้าจากผู้ผลิต

และจากการวิเคราะห์คุณลักษณะที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าเคมีเกษตร พบว่า ร้านค้าเคมีเกษตรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการให้เครดิตมากที่สุด ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตอาจมีการเสนอเครดิตเทอมยาว 90 วัน ให้กับร้านค้าเคมีเกษตร รวมไปถึงเสนอโปรโมชั่นที่จูงใจแก่ร้านค้าเคมีเกษตรมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจของร้านค้าเคมีเกษตร

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษานี้ศึกษาคุณลักษณะเพียงแค่ 3 ด้าน คือ บรรจุภัณฑ์ โปรโมชั่น และเครดิต ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรเพิ่มคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ เข้าไป เช่น ราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.2 การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะร้านค้าเคมีเกษตรที่จำหน่ายฮอโรมอนพืชเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาอาจศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผู้บริโภคคนสุดท้ายเข้าไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. (2557). รายชื่อร้านค้าผู้ประกอบการเคมีเกษตร. ค้นจาก www.doa.go.th.

เกณิกา รุ่งเรืองชยพร. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฮอโรมอนพืชของเกษตรกรในเขต อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

ชญาณิชฐ์ ติมวโรตม และรวิดา วิริยกิจจา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายสินค้าเกษตร. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 13(3), 25-40.

ชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชรทัตย์ จารุทวีผลนุกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 15 (น. 991-1002). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ชูดา วรวัฒน์ธรรม และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะข่าวสารบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเลือกซื้อข่าวสารบรรจุภัณฑ์ศึกษา จังหวัดนครพนม. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 9(1), 31-49.

ทรรศวรรษ เย็นโกคา, คะนิงรัตน์ คำมณี, จิรัฐินาฏ ถังเงิน และดนชิดา วาทินพุดิพร. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลดอนคา อำเภอนาทะโก จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตรและการจัดการ, 2(3), 78-83.

ผกามาส ลักษณะมัน และสนิทนุช นิยมศิลป์. (2562). การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED ของลูกค้าบริษัท อิทธิฤทธิ์ อิเลคตริก จำกัด ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(1), 37-46.

พิมพ์ลอย สุขสุวรรณ. (2557). วิเคราะห์คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดกาแฟของร้านกาแฟสด. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

- พุทธรักษ์ พิมพ์เสนา. (2562). *กระบวนการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ของร้านเคมีเกษตรในเขตภาคเหนือ*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ภาวีนา จิตราภิรมย์, จักรกฤษณ์ พจนศิลป์ และศานิต เก้าเอี้ยน. (2566). การวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชาเบลนด์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 5(4). 205-220.
- ศรีเวียง ทิพกานนท์, รัชณี เจริญ, วรณทิตา เสวตบวร, และวิบูลย์ เจริญสว่างวงศ์. (2561). การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจุกข้าวสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดปราจีนบุรีโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1). 674-683.
- สาริศา ทิตยวงษ์ และจันทนา แสนสุข. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรจากร้านค้าเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 63-70.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2557). *สถิติการเพาะปลูกงานพืช*. ค้นจาก www.chanthaburi.doge.go.th.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดจันทบุรี. (2565). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดจันทบุรี*. ค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/chanthaburi-dwl-preview-412991791878>.
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2566). *การนำเข้าวัตถุดิบอันตรายทางการเกษตร*. ค้นจาก <https://data.go.th/dataset/importchemvol>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2565). *ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร*. ค้นจาก <https://mis-app.oae.go.th/product/ลำไย>.

