

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของร้าน - ทองศิลป์พาณิชย์
ชื่อ - สกุล	นางสาวกรวรรณ เชื้อนควบ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ธุรกิจระหว่างประเทศ) - มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศส.ดร. พิชามพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	2557
จำนวนหน้า	62 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ, ปุ๋ยเคมี ร้านทองศิลป์พาณิชย์

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของร้านทองศิลป์พาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของร้าน ทองศิลป์ พาณิชย์ และเพื่อปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของร้าน ทองศิลป์ พาณิชย์ ที่มาซื้อสินค้า จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t - test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จบวิชาชีพอื่นที่ไม่ใช่ทางการเกษตร และมีอาชีพเกษตรกรโดยมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท โดยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยและพฤติกรรมการใช้บริการร้านทองศิลป์พาณิชย์ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อปุ๋ยไปใช้กับพืชไร่ เช่น หอม กระเทียม ข้าวโพด นิยมเลือกซื้อปุ๋ยเคมีตรากระต่าย เหตุผลที่เลือกซื้อเนื่องจากตราสินค้าเป็นที่รู้จัก โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยแต่ละครั้งราคาปุ๋ยที่ซื้ออยู่ที่ประมาณ 1,001 - 1,300 บาท มีการตัดสินใจซื้อปุ๋ยจากร้านทองศิลป์พาณิชย์ด้วยตัวเอง

มีความถี่ในการซื้อปุ๋ยเดือนละ 2 – 3 ครั้ง เหตุผลที่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีนั้นเนื่องจากต้องการเพิ่มปริมาณผลผลิต ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านทองศิลป์ พาณิชย์ด้วยตนเอง เหตุผลที่เลือกซื้อปุ๋ยจากร้านทองศิลป์ พาณิชย์ เพราะอยู่ใกล้บ้านบ้าน ทุกครั้งก่อนที่จะตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีมักจะไม่มี การเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อและมีความพึงพอใจปุ๋ยและบริการของร้าน ทองศิลป์พาณิชย์ ในเรื่องการบริการที่ประทับใจและสามารถจัดปุ๋ยได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผลผลิต และหากผู้ซื้อปุ๋ยไม่ใช่ปุ๋ยเคมีในการเกษตรก็จะเลือกใช้ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์/ปุ๋ยชีวภาพแทนปุ๋ยเคมี

ระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาซื้อสินค้า และใช้บริการร้าน ทองศิลป์พาณิชย์ พบว่า ระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก 6 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก และมีเพียงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ย ไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ และจำแนกตามด้านชนิดพืชที่ปลูก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05