

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 กรอบแนวคิด	3
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.2.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	4
2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.2.3 แบบจำลองสองทางเลือก (binary choice model)	7
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.3.1 การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค	8
2.3.2 พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยของเกษตรกร	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	13
3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ	13
3.2 ตัวอย่างการศึกษา	13
3.2.1 จำนวนตัวอย่าง	13
3.2.2 การสุ่มตัวอย่าง	14
3.3 วิธีการศึกษา	14
3.3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis)	14
3.3.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis)	15
3.4 แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์	15
บทที่ 4 การผลิตและตลาดปุ๋ยเคมี	17
4.1 การผลิตปุ๋ยเคมี	18
4.1.1 การผลิตในลักษณะเชิงผสม (physical mixing process)	18
4.1.2 การผลิตในเชิงประกอบ (chemical mixing process)	18
4.2 การตลาดปุ๋ยเคมี	18
4.2.1 ตลาดโลก	18
4.2.2 ตลาดภายในประเทศ	19
4.3 บริษัท ไทยธุรกิจการเกษตรจำกัด (TABCO)	21
4.3.1 ผลการดำเนินงานของ TABCO	23
4.3.2 กลยุทธ์ของ TABCO	23
4.4 สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต.ลำปาง)	24
4.4.1 โครงสร้างองค์กรของ สกต. ลำปาง	24
4.4.2 การดำเนินงานของ สกต. ลำปาง	25
บทที่ 5 สภาวะทางเศรษฐกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า	
ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต. ลำปาง)	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1 การปลูกพืชในจังหวัดลำปาง	28
5.2 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิก สกต. ลำปาง	29
5.3 สถานภาพทางเศรษฐกิจของสมาชิก สกต. ลำปาง	35
5.4 ทรัพย์สิน-หนี้สิน และเครื่องจักรกลของสมาชิก สกต. ลำปาง	39
5.5 การใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกพืช	45
5.6 ข้อเสนอแนะสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต.ลำปาง)	50
บทที่ 6 การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต. ลำปาง)	51
6.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรที่เป็น สมาชิก สหกรณ์ การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต. ลำปาง) โดยแบบจำลองโพรบิต (Probit model)	51
6.2 ผลการศึกษาค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect	54
บทที่ 7 สรุปและข้อเสนอแนะ	60
7.1 สรุปผลการศึกษา	60
7.2 ข้อเสนอแนะ	61
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	66
ประวัติผู้เขียน	71

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	ปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีในการเกษตรของประเทศไทยระหว่าง ปี 2548-2552	20
4.2	ราคาปุ๋ยเคมีสูตรต่างๆ ที่ สกต. ลำปาง จำหน่ายในระหว่างปี 2551-2552	27
5.1	ชนิดพืชที่สำคัญที่เพาะปลูกในจังหวัดลำปางในปี2551/2552	29
5.2	ลักษณะทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด ปี พ.ศ. 2550-2551	31
5.3	ลักษณะทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ลูกโลกเกลียวเขือก ระหว่างปี 2550-2551	34
5.4	ลักษณะทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปางจำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ลูกโลกเกลียวเขือก ระหว่างปี 2550-2551	35
5.5	พื้นที่เพาะปลูกของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปางจำกัด ระหว่างปี 2550-2551	36
5.6	รายได้-รายจ่าย การเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส.ลำปาง จำกัด ระหว่างปี 2550-2551	37
5.7	พื้นที่เพาะปลูกของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด ที่ตัดสินใจเลือกและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ลูกโลกเกลียวเขือก ระหว่าง ปี 2550-2551	38
5.8	รายได้-รายจ่ายการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส.ลำปาง จำกัด ที่ตัดสินใจเลือกและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมีสกต.ลูกโลก เกลียวเขือก ระหว่างปี 2550-2551	39
5.9	ทรัพย์สินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัดระหว่าง ปี 2550-2551	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.10 หนังสือนิตยสารของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด ระหว่างปี 2550-2551	41
5.11 เครื่องจักรกลการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด ระหว่างปี 2550-2551	42
5.12 ทรัพย์สินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลก เกลียวเชือก ระหว่างปี 2550-2551	43
5.13 หนังสือนิตยสารของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลก เกลียวเชือก ระหว่างปี 2550-2551	43
5.14 เครื่องจักรกลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลก เกลียวเชือก ระหว่างปี 2550-2551	44
5.15 เครื่องจักรกลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลก เกลียวเชือก ระหว่างปี 2550-2551	45
5.16 การซื้อปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกพืชตามสูตรปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. จังหวัดลำปาง ปี 2550-2551	47
5.17 การซื้อปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกพืชของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ช.ก.ส. จังหวัดลำปาง ปี 2550-2551	48
5.18 การซื้อปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ช.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลก เกลียวเชือก ปี 2550-2551	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.19 การซื้อปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตรา ลูกโลกเกลียวเขือก ปี 2550-2551	50

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต. ตราลูกโลก เกลิยวเชือก	4
2.2	การแจกแจงแบบโพรบิท	8
4.1	ผังองค์กรบริษัทไทยธุรกิจการเกษตร จำกัด หรือ Thai Agribusiness Company Limited (TABCO)	22
4.2	โครงสร้างองค์กรสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด (สกต.ลำปาง)	25
4.3	ปริมาณปุ๋ยเคมีที่สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำปาง จำกัด จำหน่ายในช่วงปี พ.ศ. 2541-2550	26