

ความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด
ของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI
THE IMPORTANCE OF PERSONAL FACTORS AND THE MARKETING
COMPONENTS IN BUYING THE ORGANIC FERTILIZER BRANDED PDI

¹วิไลไซ สุลิสสา, ²กิตติมา จิ่งสุวดี และ³ประนอม คำผา

¹Vilaxay Soulisa, ²Kittima Cheungsuvadee and ³Pranom Khampha

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ประเทศไทย

Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand.

¹kittima_tomm@hotmail.com

Received December 25, 2020; Revised February 12, 2021; Accepted March 20, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรที่ทำการเกษตรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 380 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test, F-test ผลการศึกษาพบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านราคา ด้าน

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด 2. ปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ที่อายุต่างกัน พบว่าให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน เกษตรกรที่รายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่างกันต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนเกษตรกรที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษาและรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด; การซื้อปุ๋ยอินทรีย์

Abstract

The objectives of this research included: 1) To study the importance of personal factors and the marketing components in buying the organic fertilizers branded PDI of the farmers in Bajiangcharoensuk District, Champasak Province, Lao PDR; 2) To compare personal factors focusing on marketing components in buying the organic fertilizers branded PDI of the farmers in Bajiangcharoensuk District, Champasak Province, Lao PDR as classified by sex, age, marital status, education and incomes. The samples used in the study were 380 farmers farming in Bajiangcharoensuk District, Champasak Province. The research instrument was a questionnaire. Statistics used in data analysis were percentage, means, standard deviation, t-test and F-test. The research findings were as follows. 1. The overall importance of personal factors and the marketing components in buying the organic fertilizers branded PDI of the farmers in Bajiangcharoensuk District, Champasak Province, Lao PDR was at a high level. As regards by aspect, it was found that all aspects were at a high level that could be chronologically arranged from the highest to the lowest as the followings: prices, products, distribution channels, and marketing promotion. 2. Considering personal factors of farmers with different age in buying the organic fertilizers branded PDI, it was found that the importance of products and distribution channels and in overall are different with statistical significance at .01. The farmers held a different view on prices at a statistical significance of 0.5. However, they had no different view on other aspects. The farmers with different incomes had a different effect on buying the organic fertilizer branded PDI. In products, prices and distribution channels and overall aspect had different opinions with statistical significance at .01 while the farmers who had different sex, marital status, education and incomes had no effect on buying the organic fertilizer branded PDI.

Keywords: Marketing Components, Buying Organic Fertilizers.

บทนำ

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในอดีตมีการปกครองแบบราชาธิปไตยและเคยตกเป็นเมืองขึ้นให้แก่หลายประเทศ ทำให้การพัฒนาประเทศเป็นไปได้เพียงพอกิน ไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย เนื่องจากมีข้อจำกัดในการผลิตกระทั่งในปี พ.ศ. 2518 ได้มีการประกาศเอกราชส่งผลให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจ ลาวได้ปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเสรีแบบการตลาด ทำให้เศรษฐกิจในประเทศลาวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวและการตลาด สภาพการผลิตทางการเกษตรในลาวปัจจุบันเป็นการเกษตรแบบตลาดเสรี (บริษัท พัฒนาคูอิต กลีกรรม, 2559) ประชาชนสามารถผลิตหรือทำการเกษตรได้ตามความต้องการ ทำให้มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น พืชผลส่วนมากที่เกษตรกรนิยมปลูกและเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของลาว คือ ข้าว ที่มีสัดส่วนการผลิตถึงร้อยละ 70 ของพื้นที่การเกษตร ในปี พ.ศ. 2550 ประเทศลาวมีพื้นที่ปลูกข้าวถึง 12,432,000 เฮกตาร์ (77,700,000 ไร่) รองลงมาคือข้าวโพดเป็นผลให้พืชทั้งสองชนิดนี้เป็นพืชเศรษฐกิจของลาว ปัจจุบันเกษตรกรลาวกำลังนิยมเพาะปลูกพืชผลที่ให้ผลตอบแทนสูง เช่น ยางพารา ที่ปลูกมากในภาคเหนือ เช่น แขวงเชียงขวาง ไชยบุรี และบ่อแก้ว แขวงเหล่านี้ มีเขตแดนติดกับประเทศเวียดนาม ไทย และจีน โดยมีพ่อค้าจากประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้เข้าไปส่งเสริมการปลูกและมีการรับประกันราคาอีกด้วย จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้น ให้เกษตรกรลาวมีความมั่นใจในการปลูกพืชของตนเองมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าอาชีพหลักที่ทำรายได้ให้กับประชากรของลาว คือ อาชีพเกษตรกรรมแต่ในการทำการเกษตรมีปัญหาดินเสื่อมโทรมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความพยายามที่ต้องการให้ผลิตพืชเศรษฐกิจที่มีผลผลิตสูง และสามารถส่งขายยังตลาดโลกได้ การใช้ปุ๋ยจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้ผลผลิตมีจำนวนมากขึ้น ในเบื้องต้นของการทำการเกษตรประชาชนส่วนใหญ่จะใช้ปุ๋ยเคมี ทั้งนี้เนื่องจากปุ๋ยเคมีช่วยเพิ่มจำนวนผลผลิตและพืชผักเติบโตได้เร็ว อีกทั้งยังมีหลากหลายสูตรช่วยให้เกษตรกรมีความสะดวกขึ้น (จำเป็น อ่อนทองและศิวัช พงษ์เพียจันทร์, 2562) ปัจจุบันกระแสความใส่ใจเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสนใจ คนเราทุกคนย่อมต้องการให้ตัวเองและคนรอบข้างมีสุขภาพที่ดี อาหารที่รับประทานเข้าไปก็ต้องปราศจากสารที่จะเป็นอันตรายหรือปลอดภัยพิษ ในสมัยก่อนคนเราได้อาหารจากธรรมชาติ เมื่อผลผลิตจากธรรมชาติเริ่มน้อยลง มนุษย์ก็ต้องปลูกพืชโดยปล่อยตามธรรมชาติก็สามารถให้ผลผลิตกับเราได้โดยไม่จำเป็นต้องใส่ปุ๋ย แต่เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้น การปลูกพืชเพื่อให้ได้ผลผลิตที่เพียงพอ จึงต้องหาทางเพิ่มพื้นที่และเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่เนื่องจากพื้นที่มีจำกัดและการปลูกพืชซ้ำพื้นที่เดิม ย่อมทำให้มีธาตุอาหารที่พืชดูดไปจากดินติดไปกับผลผลิตที่นำออกไปจากพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ลดลง

หรือปุ๋ยที่มีอยู่เดิมในดินลดลง จนทำให้ปลูกพืชแล้วโตไม่ดีและผลผลิตต่ำ ในสมัยก่อนเกษตรกรมองว่าพืชที่ขึ้นอยู่ใกล้คอกสัตว์เจริญเติบโตได้ดี จึงได้นำมูลสัตว์ หรือ ปุ๋ยคอก มาใส่ให้กับพืช ปุ๋ยดังกล่าวได้มาจากสิ่งมีชีวิตจึงเรียกว่า ปุ๋ยอินทรีย์

บริษัท พัฒนาคูดิต กสิกรรม จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการด้านการเกษตรซึ่งมีทั้งการปลูกและเลี้ยงสัตว์ ควบคู่กันได้เล็งเห็นความสำคัญของการเกษตรของชาวเกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน ในประเทศลาว ซึ่งในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังมีการนำปุ๋ยเคมีมาใช้ในการทำการเกษตรเนื่องจากปุ๋ยเคมี มีราคาที่ถูกกว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่สามารถสู้ต้นทุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ได้ ซึ่งผลที่ได้จากการทำการเกษตรยังไม่ดีนัก ส่งผลให้บริษัทได้ทำการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ซึ่งมีวัตถุดิบที่ได้จากพืชและสัตว์ อีกทั้งยังรับซื้อวัตถุดิบมาจากเกษตรกรอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามในการส่งสินค้าสู่เกษตรกรยังไม่ประสบผลสำเร็จนัก ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้กับ บริษัท พัฒนาคูดิต กสิกรรม จำกัด ให้สามารถส่งปุ๋ยอินทรีย์ออกสู่ตลาดอย่างกว้างขวางต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เกษตรกรที่ทำการเกษตรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 7,583 คน (บริษัท พัฒนาคูดิต กสิกรรม, 2559)

กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ทำการเกษตรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างการคำนวณจากสูตรของ Yamane กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 380 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้การบูรณาการความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือที่กิจการใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย สิ่งที่กิจการใช้เพื่อสร้างอิทธิพลในการโน้มน้าวความต้องการสินค้าของกิจการ ส่วนประสมการตลาด แบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่เรียกกันว่า “4 Ps” ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 2003)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาการพัฒนาคุณภาพชีวิตบุคลากรวิทยาลัยเทคนิควิชาชีพ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาและรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง มาตรวจสอบความสมบูรณ์และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติเชิงบรรยายเป็นหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเสนอค่าสถิติเป็นลำดับขั้นตอนดังนี้

4.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลวิเคราะห์ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์แบบสอบถามความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตราร PDI โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เป็นรายข้อรายด้านและโดยรวมทั้งฉบับเพื่อใช้ในการประเมินค่าและแปลความหมายของคะแนน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 380 คน ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาและรายได้ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 380 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีอายุ 21–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาได้แก่ 31–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.3 ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.4 อายุ 41–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.1 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาได้แก่ โสด คิดเป็นร้อยละ 34.2 และ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 23.9 การศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.8 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.5 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.7 และส่วนใหญ่รายได้ 2,500,250–5,000,000 กีบ คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 2,500,000 กีบ คิดเป็นร้อยละ 21.6 มากกว่า 7,500,250 กีบ คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 5,000,250–7,500,000 กีบ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

2. ความสำคัญปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตราร PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถสรุป ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตราร PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตราร PDI	\bar{x}	S.D.	ระดับการให้ ความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	.36	มาก
2. ด้านราคา	4.35	.36	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.32	.39	มาก

ส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI	\bar{x}	S.D.	ระดับการให้ความสำคัญ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.20	.38	มาก
รวม	4.30	.33	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำป่าสักสาธารณสุข ประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.34$) ด้านราคา ($\bar{x}=4.34$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}=4.32$) และด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=4.20$) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบความเห็นต่อปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ ดังนี้

เกษตรกรที่มีเพศที่ต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกัน พบว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้งภาพรวมและรายด้านมีค่า Sig มากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น เกษตรกรที่มีเพศที่ต่างกันมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำป่าสักสาธารณสุขประชาธิปไตยประชาชนลาว ไม่แตกต่างกัน

เกษตรกรที่มีอายุที่ต่างกันภาพรวมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านราคามีส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ไม่แตกต่างกัน

เกษตรกรที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI พบประเด็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ และมีความไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กสิติ แก้วพาคำ (2558: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรชาวสวนยางพารา อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชาวสวนยาง อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านราคา ปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีการระบุราคาสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งราคาสินค้าเกษตรกรสามารถซื้อได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภิญญาดา จันทร์ตัน (2558: 30-44) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในจังหวัดระยอง ผลการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในจังหวัดระยอง ด้านราคาอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สินค้ามีขายตามร้านอุปกรณ์การเกษตรทั่วไปและหาซื้อได้ง่าย มีตัวแทนจำหน่ายสินค้ากระจายครอบคลุมหลายพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กสิติ แก้วพาคำ (2558: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรชาวสวนยางพารา อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยปัจจัยด้านการตลาดที่มี

ผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชาวสวนยาง อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีการให้ข้อมูลลูกค้า ด้วยแผ่นพับ/ใบปลิว และมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพรัตน์ กาญจนเสน (2555: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของผู้บริโภคในเขตอำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของผู้บริโภคในเขตอำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า

2.1 เกษตรกรที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน แตกต่างกันไป เป็นเช่นนี้ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยของคนรุ่นใหม่ที่กำลังเป็นกระแสในการที่คนรุ่นใหม่เริ่มเข้ามาจับงานด้านการเกษตร ซึ่งปัจจุบันโลก ได้พัฒนาทั้งทางด้านความรู้ และเทคโนโลยี คนรุ่นใหม่เหล่านี้เมื่อได้รับการศึกษาที่ดีขึ้น ก็มีการศึกษาหาความรู้เพื่อนำเอาความรู้ที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการเกษตรยังท้องถิ่นของตนเอง อีกทั้งในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาท เกษตรกรสามารถหาความรู้ได้จากในอินเทอร์เน็ตทั้งในส่วนของการปลูก การผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีเกษตรกรรุ่นเก่าที่ขาดการศึกษาและขาดการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการศึกษาเพื่อเพิ่มผลผลิตยังยึดติดกับการเกษตรแบบเดิมที่เน้นผลผลิตแต่ไม่เน้นความยั่งยืนส่งผลให้ความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน เกษตรกรที่อายุที่ต่างกันภาพรวมมีการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านราคา มีการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ภิญญาดา จันทร์ตัน (2558: 30-44) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในจังหวัดระยอง ผลการวิจัยเกษตรกรที่มีอายุต่างกันมีความ

คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.2 เกษตรกรที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ของเกษตรกรในอำเภอบาเจียงเจริญสุข จังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน ต่างกัน ทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ที่เป็นเช่นนี้ เกษตรกรที่มีรายได้น้อยอาจมีการไตร่ตรองสินค้า (ปุ๋ย) มากกว่าเกษตรกรที่มีรายได้สูงเพราะผู้ที่มีรายได้น้อยจะต้องคำนึงถึงประโยชน์และความจำเป็นในการใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกลิตี แก้วพาคำ (2558: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี ของเกษตรกรชาวสวนยางพารา อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยเกษตรกรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยแตกต่างกัน โดยรวมมีค่าเท่ากับ .00 ค่าที่ได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ดังนั้นจึงยอมรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชาวสวนยางพาราอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ต่างกัน เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทั้ง 4 ด้าน ได้ค่า Sig โดยรวมเท่ากับ.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI ได้องค์ความรู้ที่สำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพื่อให้การนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการส่งเสริมการตลาดในด้านการพัฒนาสินค้าให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาด และมิดชิด เพื่อให้ปุ๋ยอินทรีย์ ตรา PDI เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม น่าซื้ออันจะส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เพราะหากสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ที่ดี ได้มาตรฐานลูกค้าก็จะเกิดความเชื่อถือและมีความมั่นใจว่าถุงปุ๋ยจะไม่ขาดหรือรั่วซึม

2. ด้านราคา ควรมีการให้ข้อมูลราคาสินค้าที่มีความชัดเจนมากกว่านี้ โดยมีการกำหนดราคากลางซึ่งตัวแทนจำหน่ายจะต้องใช้ราคานี้ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกรอย่างเท่ากันไม่มีการตัดราคากันซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร ยังช่วยลดปัญหาตัวแทนขายสินค้าตัดราคากันอีกด้วย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการบริหารจัดการให้สินค้ามีพร้อมขายอยู่เสมอ เนื่องจากในปัจจุบันความต้องการในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความ

ต้องการในการซื้อปุ๋ยเพื่อใช้ในการเกษตรมากยิ่งขึ้นดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางการตลาดของลูกค้าจะต้องมีการวางแผนการผลิตเพื่อให้สินค้าพร้อม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ลูกค้าจากแผ่นพับและใบปลิวมากยิ่งขึ้น เพราะลูกค้าบางคนอาจมีการรับซื้อปุ๋ยจากหลายๆ ยี่ห้อ เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและผลผลิตที่ได้จากการใช้ปุ๋ยแต่ละยี่ห้อ ดังนั้นจึงควรมีการแจกแผ่นพับในด้านประสิทธิภาพของการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ตรา PDI และช่องทางในการติดต่อเพื่อซื้อปุ๋ยอันจะเป็นการช่วยให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กสิติ แก้วพาคำ. (2558.) *ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรชาวสวนยางพารา อำเภอเขียงคำ จังหวัดพะเยา*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยพะเยา.
- จำเป็น อ่อนทอง และศิวัช พงษ์เพียจันทร์. (2562). *ปุ๋ยอินทรีย์-ปุ๋ยเคมี เข้าใจลึกนึ้ดก่อนจะคิดใช้ หรือ เลิกใช้*. (ออนไลน์) 2562 (อ้างถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2562) จาก <https://m.mgronline.com/daily/detail/9610000092155>
- พัฒนาคู่อิต กสิกรรม, บริษัท. (2559). *ข้อมูลทั่วไป*. เวียงจันทร์: พัฒนาคู่อิต กสิกรรม.
- ไพรัตน์ กาญจนเสน. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของผู้บริโภคในเขตอำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภิญญดา จันทร์ต้น. (2558). *ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในจังหวัดระยอง*. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปริทัศน์. 5 (2): 30-44.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hill.

