ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช*

อัญชลี อุปการ**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การประมวลผลข้อมูลคือการหาค่าความถี่ร้อยละ และการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าสหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย ร้อยละ 61.3 อายุ 50 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 34.7 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 54.4 มีรายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 35.5 เป็นเกษตรกรมานาน 6-10 ปี ร้อยละ 30.4 ในเรื่องข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยชีวภาพ การรับรู้ของเกษตรกรส่วนใหญ่ทราบจากเอกสารวิชาการของทางราชการ ร้อยละ 45.8 และเกษตรกรร้อยละ 54.5 เมื่อใช้ปุ๋ยชีวภาพแล้วทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง และร้อยละ 77.3 รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น

ผลการทดสอบความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ระดับการศึกษาของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนรายได้ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และประสบการณ์ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด เกษตรกร ปุ๋ยชีวภาพ

---

* ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

** นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช

Relationship between Personal Factors and Marketing-mix Decision of Bio-fertilizer Agriculturists in Nakhon Si Thammarat*

Anchalee Aupakarn**

Abstract

The present was aimed to study attitudes of bio - fertilizer agriculturists in Nakhon Si Thammarat towards marketing-mix factors, and to study if there was a relationship between individual bio-fertilizer agriculturists and marketing mix factors. The samples of 400 agriculturists were asked to answer items on the questionnaire. The data obtained were analyzed using descriptive statistics and Pearson Correlation to identify the relationship. The results showed that 61.3% of agriculturists are male , with 34.7% being above 5o years of age, 54.4% primary school graduates. The range of income of most these agriculturists were between 5,001-10,000 baht. Thirty percent said that they have been agriculturists for about 6-10 years, while 45.8% reported that they were informed about bio-fertilizer through governmental publications. The results also showed that 54.5% and 77.3% of agriculturists got reduction in cost and increase their income, respectively.

Regarding the attitudes of the bio-fertilizer agriculturists towards the marketing-mix, it was found that their purchase decision depends on the marketing-mix factors as a whole with the medium level. Likewise, when considering each factor separately, they moderately ranked every marketing factors.

There were three kinds of relationship found in this study. First, there was a relationship between level of education received and the agriculturalist individual

---

* Part of Thesis for the degree of Master of Business Administration, Graduate School, Southern College of Technology.

** Graduate students, School of Business Administration, Southern College of Technology, Nakhon Si Thammarat.

attitudes towards marketing-mix in terms of products' distributions. Also, the relationship was found between the agriculturalist income and their attitudes towards marketing-mix from product and marketing perspectives while income relates to products' distributions. Last, individual experience was also found to have a relationship with marketing-mix in terms of products' distribution and marketing.

Key words : Personal Factors; Marketing-mix factors; Agriculturists; Bio-fertilizer

บทนำ

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 780 กิโลเมตร ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักทางเกษตรกรรม โดยเฉพาะการเพาะปลูก ฉะนั้นปุ๋ยจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จำเป็นในการผลิตพืชผลทางการเกษตร ปุ๋ยที่เกษตรกรนิยมใช้ ส่วนใหญ่เป็นปุ๋ยเคมี ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยในช่วงปี 2537-2546 มีปริมาณการนำเข้าปุ๋ยเคมีรวมทั้งประเทศปีละประมาณ 3.18-3.84 ล้านตัน มูลค่า 13,049-25,747 ล้านบาท และปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมีได้เพิ่มขึ้นจาก 3.39 ล้านตัน ในปี 2537 เป็น 3.95 ล้านตัน ในปี 2546 (พรรณพิมล ฉัตราคม, 2547) เนื่องจากปุ๋ยเคมีมีธาตุอาหารที่พืชต้องการอยู่ในปริมาณสูง พืชสามารถนำไปใช้ได้ทันที อีกทั้งยังสะดวกง่ายต่อการใช้งาน และให้ผลอย่างรวดเร็ว ดังนั้นความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และจากประมาณการความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีโดยรวมนับแต่ปี 2546-2550 พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด กล่าวคือ เพิ่มขึ้นจากประมาณ 3.88-3.89 ล้านตัน ในปี 2546 เป็น 4.32-4.40ล้านตัน ในปี 2550 หรือมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยประมาณร้อยละ 2.73-3.14 (พรรณพิมล ฉัตราคม, 2547) แต่การใช้ปุ๋ยเคมีติดต่อกันเป็นระยะเวลานานจะมีผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยาและโครงสร้างของเนื้อดิน เป็นผลให้ดินขาดความอุดมสมบูรณ์และทำให้ดินแข็งตัว ขาดจุลินทรีย์และชีววัตถุอื่นๆซึ่งจะส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ทำให้ผลผลิตตกต่ำ ยิ่งไปกว่านั้นปุ๋ยเคมียังมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตทางการเกษตรสูง เกษตรกรอยู่ในฐานะที่ลำบาก ก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมากสำหรับเกษตรกรไทย

ปุ๋ยชีวภาพ เป็น “ปุ๋ยที่ประกอบด้วยจุลินทรีย์ที่มีชีวิต ที่สามารถสร้างธาตุอาหารหรือช่วยให้ธาตุอาหารเป็นประโยชน์กับพืช หรืออาจเรียกว่าปุ๋ยจุลินทรีย์” (กรมวิชาการเกษตร, 2548) การใช้ปุ๋ยชีวภาพในการปลูกพืชทดแทนการใช้ปุ๋ย เคมีและปุ๋ยวิทยาศาสตร์ หรือใช้เป็นปุ๋ยเสริมปุ๋ยผสม ทำให้ลดการนำเข้าปุ๋ยเคมีจากต่างประเทศ และช่วยลดต้นทุนในการใช้ปุ๋ยของเกษตรกร อีกทั้งยังช่วยให้ผลผลิตสูงขึ้นตลอดจนช่วยรักษาระบบนิเวศอีกด้วย ปุ๋ยชีวภาพจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยแก้ปัญหาในการผลิต และลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกร ดังนั้นจึงควรแนะนำและส่งเสริมให้เกษตรกรมีความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยที่ถูกต้องเหมาะสมกับชนิดของดินและพืช สนับสนุนให้เกษตรกรผลิตปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยชีวภาพ จากวัสดุเหลือใช้ในไร่นาให้มากขึ้น หรือส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยแบบผสมผสาน คือ ใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยชีวภาพในอัตราที่เหมาะสมในการผลิตพืชแต่ละชนิด ซึ่งการใช้ปุ๋ยแบบผสมผสานจะช่วยลดการใช้ปุ๋ยเคมีได้ส่วนหนึ่ง และยังเป็นการช่วยเพิ่มอินทรีย์วัตถุในดิน ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติมากยิ่งขึ้นด้วย

ปุ๋ยชีวภาพกำลังทวีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพาะปลูก เนื่องจากกระแสความห่วงใยในสิ่งแวดล้อมโลกที่รณรงค์ให้ลดการใช้สารเคมีในระบบเกษตรธรรมชาติ ซึ่งนับว่าประจวบ

เหมาะกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จึงมีผู้นิยมหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพกันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค รัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญในการทำการเกษตรโดยเฉพาะในเรื่องการเพิ่มผลผลิต และการรักษาสิ่งแวดล้อม จึงได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีปัญหาและอุปสรรคต่อนโยบายเกษตรอินทรีย์ พบว่าปัญหาและอุปสรรคมีความหลากหลายและแตกต่างในแต่ละหน่วยงาน ทำให้กระบวนการดำเนินงานนโยบายเกษตรอินทรีย์ไม่ประสบผล สำเร็จตามเป้าหมาย โดยเฉพาะระดับผู้ปฏิบัติงานขาดความเข้าใจความชำนาญ ทักษะเรื่องของการเรียนรู้ถ่ายทอดด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้แก่เกษตรกรได้รับทราบ (ณฐพร ชลายนนาวิน, 2545)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้น พบว่า การนำปุ๋ยชีวภาพมาใช้ในการเพาะปลูกยังไม่เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง อาจเนื่องมาจากยังไม่ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับปุ๋ยชีวภาพอย่างเพียงพอ รวมทั้งปัญหาในการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ของรัฐ ที่มาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ทำให้ไม่มีการผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2551) นอกจากนี้ ปัญหา อุปสรรคที่เกิดจากการไม่มีบทบัญญัติควบคุมปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยอินทรีย์ที่ชัดเจน เป็นเหตุให้มีปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยอินทรีย์ที่ไม่ได้คุณภาพออกสู่ท้องตลาดเหล่านี้ ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชน กิจการขนาดเล็ก และกิจการขนาดกลาง ที่ผลิตและจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพเป็นอาชีพมีรายได้น้อย และปุ๋ยชีวภาพเหลือล้นตลาดเป็นจำนวนมาก

การศึกษาในครั้งนี้ได้ค้นพบข้อมูลประเด็นส่วนบุคคล และประเด็นความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่จะให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนการผลิต การโฆษณาหรือส่งเสริมการขาย อันจะก่อประโยชน์ให้กับเกษตรกร อุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่าย และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องยาวนานสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ คือเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช และสำรวจกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ จำนวน 400 ราย จาก 4 อำเภอ คือ อำเภอทุ่งสง อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอฉวาง และอำเภอชะอวด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เลือกกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ จากประชากรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ใน 4 อำเภอ คือ อำเภอทุ่งสง อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอฉวาง และอำเภอชะอวด โดยอ้างอิงวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้หลักเหตุผลและวิจารณญาณของผู้วิจัยเองตัดสินเลือกกลุ่มตัวอย่างที่น่าจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรมาวิจัย โดยได้เลือกให้สอดคล้องเหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้ประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน ด้วยความเชื่อมั่น 95% (α = .05) ซึ่งเทียบจากตารางขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของยามาเน่ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538 : อ้างอิงจาก Yamane, 1967)

2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่มีขั้นตอนการสร้างตามหลักวิชาและอ้างอิงจากส่วนหนึ่งจากงานวิจัย (ทิพย์กมล อัครบุญสวัสดิ์, 2546) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try - out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (จำนวน 400 คน ในข้อ 1.) จำนวน 65 ราย เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α - Coefficientt) ของครอนบัค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.940

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ จำนวน 400 ราย จากนั้นก็จะตรวจสอบแบบสอบถาม และประมวลผลข้อมูลในลำดับต่อไป

4. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าทางสถิติและทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และหาค่าสถิติความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเชิงกลุ่มเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.7 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.4 โดยมีรายได้ต่อเดือน เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 และประสบการณ์ทำการเกษตร 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.4

2. ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยชีวภาพพบว่า เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.8 รับทราบจากเอกสารวิชาการของทางราชการ

3. ข้อมูลด้านต้นทุนการผลิต พบว่า เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.5

หลังจากการใช้ปุ๋ยชีวภาพแล้ว ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง และร้อยละ 77.3 มีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้น

4. ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

4.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ใช้สอยตรงตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราลี ฉัตรอัจฉริยะกุล (2552)

4.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาที่อยู่ในระดับเหมาะสม และยอมรับได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกีรติ ขจรฤทธิ์ (2547)

4.3 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง และการจัดวางปุ๋ยชีวภาพเป็นระเบียบหาได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตชยา มาตัะ (2548)

4.4 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และได้คุยกับเพื่อนเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับข้อความที่กล่าวไว้ในหนังสือของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ว่า การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

5.1 เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆด้าน กล่าวคือ ไม่ว่าเกษตรกรจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ก็ไม่ได้คำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด ในการนำมาช่วยตัดสินใจใช้ปุ๋ยชีวภาพเลย ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อความที่กล่าวไว้ในหนังสือของ ปรมะ สตะเวทิน (2540) ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน ซึ่งผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย

5.2 อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆด้าน กล่าวคือ ไม่ว่าเกษตรกรจะมีอายุเท่าไร ก็ไม่ได้คำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาดในการนำมาช่วยตัดสินใจใช้ปุ๋ยชีวภาพเลย ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler, Philip. (2000) ที่กล่าวว่า อายุและลำดับขั้นในวงจรชีวิตคนเราจะพิจารณาซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันไปตลอดช่วงชีวิต

5.3 ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2548) งานวิจัยของ สุนทร ฉลาดกิจศิริกุล (2544) และงานวิจัยของ กมลวรรณ ทองอร่าม (2552) แต่จะมีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ว่าสถานที่ที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทางไปซื้อหรือจะหาซื้อปุ๋ยชีวภาพได้จากไหน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์กมล อัครบุญสวัสดิ์ (2546)

5.4 รายได้ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ ทองอร่าม (2552) และงานวิจัยของ สุนทร ฉลาดกิจศิริกุล (2544)และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2548)

5.5 ประสบการณ์ทำการเกษตรไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา แต่จะมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นทั้งด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรไม่ได้คำนึงถึงราคาของปุ๋ยชีวภาพ แต่จะคำนึงว่าจะซื้อปุ๋ยชีวภาพได้จากที่ไหน หรือสถานที่ที่จำหน่ายปุ๋ยชีวภาพอยู่ที่ไหนบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์กมล อัครบุญสวัสดิ์ (2546) และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler, Philip. (2000) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากบุคลิกส่วนบุคคลอีกด้วย เช่น ลำดับขั้นวงจรชีวิตและอายุของผู้ซื้อ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกและความคิดเกี่ยวกับตัวเอง และอาชีพการงานของบุคคลหนึ่งๆ จะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของเขาหรือเธอเช่นเดียวกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามแยกแยะกลุ่มอาชีพ ที่มีความสนใจ มีประสบการณ์ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่สนองความต้องการของกลุ่มอาชีพนั้น

ตารางสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
เพศ	×	×	×	×
อายุ	×	×	×	×
ระดับการศึกษา	×	×	✓	×
รายได้	✓	×	✓	✓
ประสบการณ์	×	×	✓	✓

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่อกัน
× หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

6. ข้อมูลข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปุ๋ยชีวภาพ มีดังนี้

6.1 ต้องการให้พัฒนาคุณภาพของปุ๋ยชีวภาพ คิดเป็นร้อยละ 69.0 และไม่ต้องการ ร้อยละ 31.0

6.2 ต้องการพัฒนาเรื่องการให้การรับรองคุณภาพของปุ๋ยชีวภาพ คิดเป็นร้อยละ 64.0 และไม่ต้องการ ร้อยละ 36.0

6.3 ต้องการให้ฝึกอบรมการทำปุ๋ยชีวภาพ คิดเป็นร้อยละ 73.0 และไม่ต้องการ ร้อยละ 27.0

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. คะแนนเฉลี่ยของการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับปานกลาง แสดงว่าเกษตรกรยังไม่มั่นใจในการใช้ปุ๋ยชีวภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของปุ๋ยชีวภาพ วิธีการใช้ การซื้อหามาใช้ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานราชการและภาคเอกชนน่าจะมีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมั่นใจขึ้น เช่น หน่วยงานราชการหรือบริษัทผู้ผลิตปุ๋ยชีวภาพมีการส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรได้ทำแปลงพืชไร่ตัวอย่างเพื่อสาธิตให้เห็นว่าปุ๋ยชีวภาพมีคุณภาพทัดเทียมกับปุ๋ยเคมี และดีกว่าอย่างไร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เกษตรกรทราบอย่างสม่ำเสมอทางสื่อต่างๆ การจัดอบรมให้ความรู้ในการใช้ปุ๋ยชีวภาพ การศึกษาดูงานในพื้นที่ที่ประสบผลสำเร็จ จะช่วยจูงใจให้เกษตรกรหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพมากขึ้น รวมทั้งมาตรการส่งเสริมการผลิตปุ๋ยชีวภาพที่ได้คุณภาพและมีมาตรฐานเป็นยอมรับโดยทั่วกันด้วย

2. การขาดแคลนปุ๋ยชีวภาพในบางพื้นที่ส่งผลให้เกษตรกรเลือกใช้ปุ๋ยเคมีซึ่งหาซื้อได้ง่ายกว่า รัฐจึงควรมีการสนับสนุน เรื่องสถานที่จัดจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพให้เกษตรกรมีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อหามาใช้ หรือสามารถติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพได้อย่างสะดวก ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่วิธีการผลิตปุ๋ยชีวภาพเพื่อใช้เองได้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ ทองอร่าม. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายกับปัจจัยทางการตลาดในตลาดนัดเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบุรี.* วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

กรมวิชาการเกษตร. (2548). *ยุทธศาสตร์ปุ๋ยชีวภาพ.* ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2552, จาก http://school.obec.go.th/nongjabtao/New_Web/chee_va_parp.htm

กฤตชยา มาต๊ะ. (2548). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในงานแสดงสินค้า จังหวัดเชียงราย.*การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

กีรติ ขจรฤทธิ์. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเคมีภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ณฐพร ชลายนนาวิน. (2545). *ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินนโยบายเกษตรของรัฐบาลภายใต้การนำ ของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร.* วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทิพย์กมล อัครบุญสวัสดิ์. (2546). *ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และด้านการตลาดที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ปุ๋ยชีวภาพทดแทน ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา.* วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด สำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์.* ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

พรรณพิมล ฉัตราคม. (2547). *ความต้องการใช้ปุ๋ยในการเกษตรของประเทศไทย.* ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2552 จาก http://www.oae.go.th

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). *สถิติวิทยาทางการวิจัย.* กรุงเทพฯ: สุวีริยา สาสน์จัดพิมพ์.

วราลี ฉัตรอัจฉริยะกุล. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิฑูรย์ ปัญญากุล. (2551). *ภาพรวมเกษตรอินทรีย์ไทย 2550.* ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2552 จาก http://www.greennet.or.th

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา.* บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนทร ฉลาดกิจศิริกุล. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดปุ๋ยเคมีในเขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2548). *ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของเขตจตุจักร.* กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management.* New Jersey : Prentice-Hall International.