

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร
ในเขตตำบลค่านาดี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

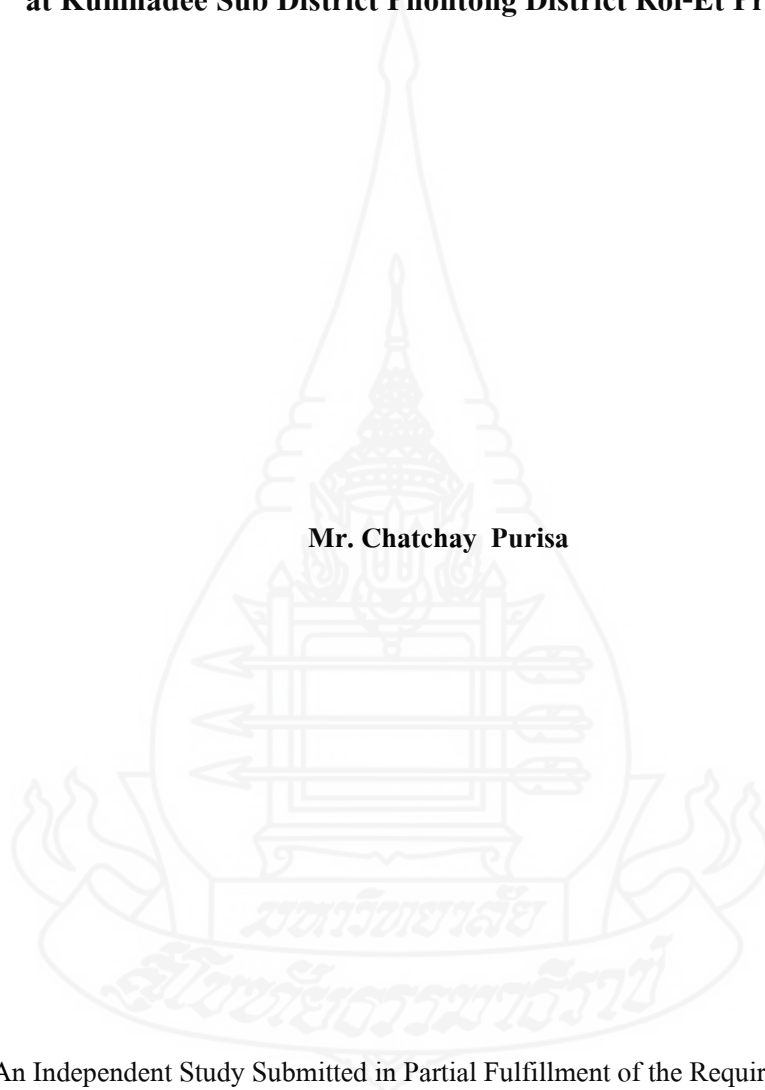


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2560

**Marketing Mix Factors that Farmer Selecting Using Organic Fertilizer Products
at Kumnadee Sub District Phontong District Roi-Et Province**

Mr. Chatchay Purisa



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2017

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ต
สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง
จังหวัดร้อยเอ็ด

ชื่อและนามสกุล นายชาติชาย นุริสา

แขนงวิชา บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2558

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

นิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ)

ดร. กิ่งพร ทองใบ

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ)

ศิริราม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นราธิป ศิริราม)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของ
เกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้ศึกษา นายชาติชาย ปุริสา รหัสนักศึกษา 2553000288 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด และ (3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ เกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 2,409 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 343 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ การศึกษา และขนาดพื้นที่ทำกิน ของเกษตรกรที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป เกษตรกร

Independent Study title: Marketing Mix Factors that Farmer Selecting Using Organic Fertilizer Products at Kumnadee Sub District Phontong District Roi-Et Province

Author: Mr. Chatchay Purisa; **ID:** 2553000288;

Degree: Master of Business Administration;

Independent Study advisors: Nipan Henchockchaichana, Associate Professor;

Academic year: 2017

Abstract

The objective of the study was to (1) marketing mix factors that the farmer selecting using organic fertilizer products at Kumnadee sub deistic Phontong district Roi-Et province (2) personal factors had correlated with marketing mix factors that the farmer selecting using organic fertilizer products at Kumnadee sub district Phontong District Roi-Et province. and (3) economic, social, learning and accepting new thing factors had correlated with marketing mix factors that the farmer selecting using organic fertilizer products at Kumnadee sub district Phontong District Roi-Et province.

This study was a survey research. The total population was 2,409 people used organic fertilizer products at Kumnadee sub district Phontong district Roi-Et province. The sample was 343 people by Purposive Sampling, the tools used was a questionnaire, analyzed using by percentage, mean, standard deviation And Chi-Square test.

The results showed that (1) the opinions of Product, price, place and promotion factors that the farmer selecting using organic fertilizer products had a high level. (2) the farmers that different of personal factors; sex, age, education level and size of working space had correlated with marketing mix that farmer selecting using organic fertilizer products at Kumnadee sub district Phontong District Roi-Et province. (3) economic, social, learning and accepting new thing factors had correlated with marketing mix factors that farmer selecting using organic fertilizer products at Kumnadee sub district Phontong District Roi-Et province at 0.05 statistically significance.

Key words: Marketing Mix Factors, Organic Fertilizer Products, Farmer

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ นิพนธ์ เห็น โชคชัยชนะ รวมทั้งคณาจารย์แขนงวิชา บริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้กรุณาถ่ายทอดวิชาความรู้ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับแนวทางในการศึกษาตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอให้การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ได้นำข้อมูลไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

ชาติชาย ปุริสา

สิงหาคม 2558

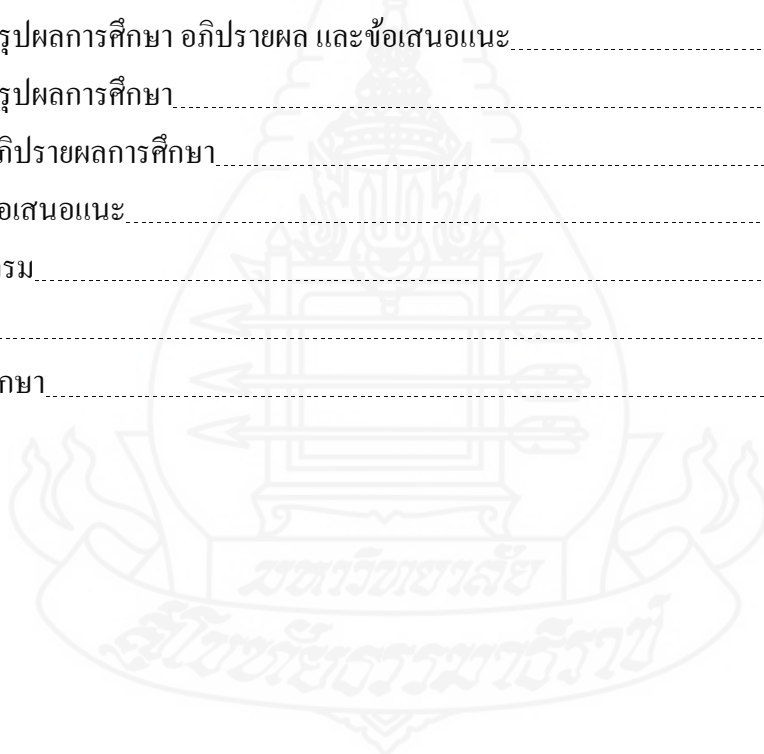


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	2
กรอบแนวคิดการศึกษา	3
สมมติฐานการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	6
ปฏิกิริยาความสำเร็จรูป	10
บริบทตำบลก้านาด อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด	12
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	19
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
การวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล.....	25
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้นวัตกรรม สำเร็จรูปของเกษตรกร.....	27
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ต่อการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกร.....	29
ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	29
ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	43
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	44
สรุปผลการศึกษา.....	44
อภิปรายผลการศึกษา.....	47
ข้อเสนอแนะ.....	48
บรรณานุกรม.....	50
ภาคผนวก.....	53
ประวัติผู้ศึกษา.....	59



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล..... 25
ตารางที่ 4.2	แสดง ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขต ตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 27
ตารางที่ 4.3	แสดงรายละเอียด ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 27
ตารางที่ 4.4	แสดง ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ทั้ง 3 ด้านต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 29
ตารางที่ 4.5	แสดงรายละเอียด ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยอื่นๆ ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 30
ตารางที่ 4.6	การทดสอบสมมติฐานด้านเพศที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 32
ตารางที่ 4.7	การทดสอบสมมติฐานด้านอายุที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 34
ตารางที่ 4.8	การทดสอบสมมติฐานด้านระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 35
ตารางที่ 4.9	การทดสอบสมมติฐานด้านขนาดพื้นที่ทำกิน ที่มีความสัมพันธ์ กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... 37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานด้านเศรษฐกิจ ที่มีความสัมพันธ์ กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด.....	38
ตารางที่ 4.11 การทดสอบสมมติฐานด้านสังคม ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสม ทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด.....	40
ตารางที่ 4.12 การทดสอบสมมติฐานด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่มีความสัมพันธ์ กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด.....	42



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงลักษณะการจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อกันในรูปตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม.....	3
ภาพที่ 2.1 ประกอบส่วนประสมทางการตลาด.....	7
ภาพที่ 2.2 กระบวนการทำเม็ดปุ๋ย.....	11
ภาพที่ 2.3 พี่ชเรษฐกิจในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด.....	13



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (พ.ศ.2556) ระบุว่า ประเทศไทยมีพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 149.2 ล้านไร่ จากเนื้อที่ทั้งหมด 321.0 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 46 ของพื้นที่ทั้งหมด แบ่งเป็นที่นา 70.0 ล้านไร่ ที่พืชไร่ 31.2 ล้านไร่ ที่ไม้ผลยืนต้น 34.9 ล้านไร่ ที่สวนผักและผลไม้ 1.4 ล้านไร่ และที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตรอื่นๆ 11.8 ล้านไร่ ประเทศไทยจึงเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งประชาชนมากกว่าครึ่งมีอาชีพหรือดำรงอยู่ได้โดยมีความเกี่ยวพันกับการทำการเกษตร โดยมีศักยภาพและความได้เปรียบทั้งทางด้านพื้นที่และฐานการผลิตการเกษตรที่หลากหลาย

ในอดีตเกษตรกรไทยทำการผลิตแบบดั้งเดิม ตามวิถีชีวิตชุมชนที่อาศัยภูมิปัญญาชาวบ้าน และเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิศาสตร์ภูมิสังคม ต่อมากระแสการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) ได้ส่งผลต่อรูปแบบการผลิตทางการเกษตรไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย เมื่อประมาณปี 2503 ทำให้เกษตรกรไทยเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการเกษตรกรรมของประเทศไทย จากรูปแบบการเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมที่เป็นวิถีชีวิต มีการพึ่งพาธรรมชาติ และเป็นการทำเกษตรแบบผสมผสาน กลายเป็นการทำเกษตรในรูปแบบเกษตรเชิงเดี่ยวที่พึ่งปัจจัยภายนอก เช่น ปุ๋ยเคมี สารเคมีควบคุมและกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น หรือกลายเป็นเกษตรเคมีที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรให้สูงขึ้น โดยมุ่งหวังการสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นหลัก

ตำบลคำนาดีมีพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 97.95 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 61,222 ไร่ โดยจัดเป็นที่ดินรกรงเพื่อการเกษตร (ทำนา,ทำไร่) 30,145 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 49.2 ของพื้นที่ทั้งหมด ประชากรส่วนใหญ่จึงมีอาชีพเกษตรกรรมรายได้หลักของประชากรในตำบลก็ได้มาจากการทำการเกษตรแต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำการเกษตรในรูปแบบเกษตรเชิงเดี่ยวที่พึ่งปัจจัยภายนอก เช่น ปุ๋ยเคมี สารเคมีควบคุมและกำจัดศัตรูพืช เพื่อเร่งและเพิ่มผลผลิตให้เร็วขึ้นมากขึ้นทันความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรม แต่เกษตรกรยังคงยากจน ซึ่งเป็นผลกระทบจากการทำเกษตรเชิงเดี่ยวหรือเกษตรเคมีได้ทำลายสภาพแวดล้อมทางการเกษตร โดยเฉพาะความอุดมสมบูรณ์ของดิน ซึ่งทำให้ผลผลิตในช่วงต่อมลดลงเป็นลำดับ และต้องเพิ่มปริมาณการใช้ปัจจัยการผลิตมากขึ้น เพื่อรักษาปริมาณ

ผลผลิตให้ได้มากเท่าเดิม อันเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เกษตรกรต้องประสบปัญหาภาวะหนี้สิน และปัญหาสารพิษตกค้างจากสารเคมีที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิต ซึ่งมีผลต่อสุขภาพของเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

จากผลกระทบที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ประกอบกับทิศทางการพัฒนาทั้งของโลกและในประเทศไทยที่มีทิศทางขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกระแสความห่วงใยในเรื่องสุขภาพ การบริโภคอาหารปลอดภัย การมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนมากขึ้น เกษตรอินทรีย์จึงถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มีศักยภาพเพื่อการพัฒนาการเกษตรของไทยอย่างยั่งยืน ที่ทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองและพึ่งพากันและกันได้ จนก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีความมั่นคงและความปลอดภัยในสุขภาพ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีความสอดคล้องกับการขยายตัวของกระแสความต้องการผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์ในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ ในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อนำไปสู่ การแก้ไขปัญหาความยากจนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

จึงทำให้ผู้จัดทำสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้อินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

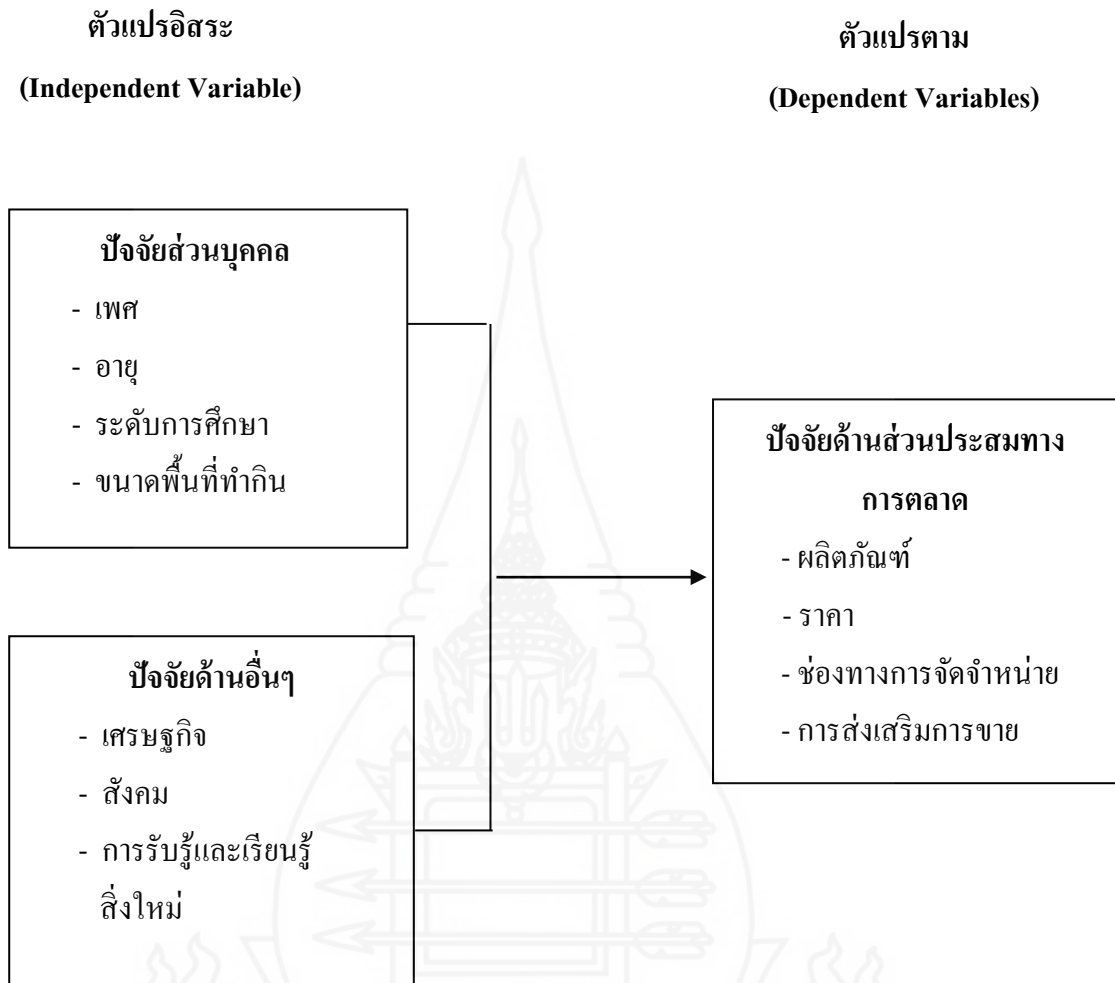
2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้อินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้อินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ของเกษตรกรที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้อินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

3. กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1.1 แสดงลักษณะการจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อกันในรูปตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม

4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำนาคี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

4.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำนาคี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

5. ขอบเขตของการศึกษา

4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกอินทรียสำเร็จรูปในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

4.1.2 ขนาดตัวอย่าง ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประชากร ในการศึกษาค้างนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกอินทรียสำเร็จรูปในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling)

โดยที่ตำบลคานาคีจะแบ่งเขตปกครองทั้งหมดออกเป็น 10 เขตดังนี้ หมู่ 1 คานาคี, หมู่ 2 หนองขอนแก่น, หมู่ 3 ราษฎร์ดำเนิน , หมู่ 4 ดงมัน, หมู่ 6 ชุมแสงชัย , หมู่ 7 บัว, หมู่ 8 ปากช่อง, หมู่ 9 ลาดค้อ, หมู่ 10 บึงงาม, หมู่ 11 สุขสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจะใช้สุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง โดยเลือกเกษตรกรผู้ปลูกอินทรียสำเร็จรูปของแต่ละเขตปกครองซึ่งมีทั้งหมด 10 เขต สุ่มเขตละ 34 ตัวอย่าง 7 เขต และ 35 ตัวอย่าง 3 เขต รวมเป็น 343 ตัวอย่าง

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้างนี้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกปลูกอินทรียสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคมและการรับรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

4.3 ขอบเขตทางด้านเวลา

ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาค้างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกปลูกอินทรียสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ระยะเวลาทำการศึกษาค้างตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2558 ถึง 31 สิงหาคม 2558

4.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

4.4.1 ตัวแปรอิสระ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ทำกิน
- 2) ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่

4.4.2 ตัวแปรตาม คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5.2 ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป หมายถึง การนำเอาปุ๋ยอินทรีย์เข้ามาผ่านกระบวนการอัดเม็ดแล้วทำการหีบห่อพร้อมใช้งาน

5.3 การเลือกใช้ปุ๋ย หมายถึง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปแทนปุ๋ยเคมีของเกษตรกร

5.4 เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

5.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร รายได้หลักของครอบครัว รายได้ต่อปี เงินออมต่อปี เงินกู้เพื่อทำการเกษตร เป็นต้น

5.6 ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง สังคมของเกษตรกร ได้แก่ การอาศัยในหมู่บ้าน สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้านสมาชิกสถาบันการเงิน ตัวแทนชุมชน ผู้นำชุมชน

5.7 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป

5.8 ราคา หมายถึง มูลค่าปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ที่กำหนดโดยร้านค้าปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป

5.9 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การกระจายปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปให้แก่เกษตรกร

5.10 การส่งเสริมการขาย หมายถึง การจัดจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในราคาพิเศษ การให้คู่มือเชิงโชค ของแถม ให้กับเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

6.2 ผลวิจัยสามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับภาครัฐและภาคเอกชนในการเข้าไปสนับสนุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรมากขึ้น

6.3 เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจที่จะเปิดร้านขายปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด และสามารถนำมากำหนดแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

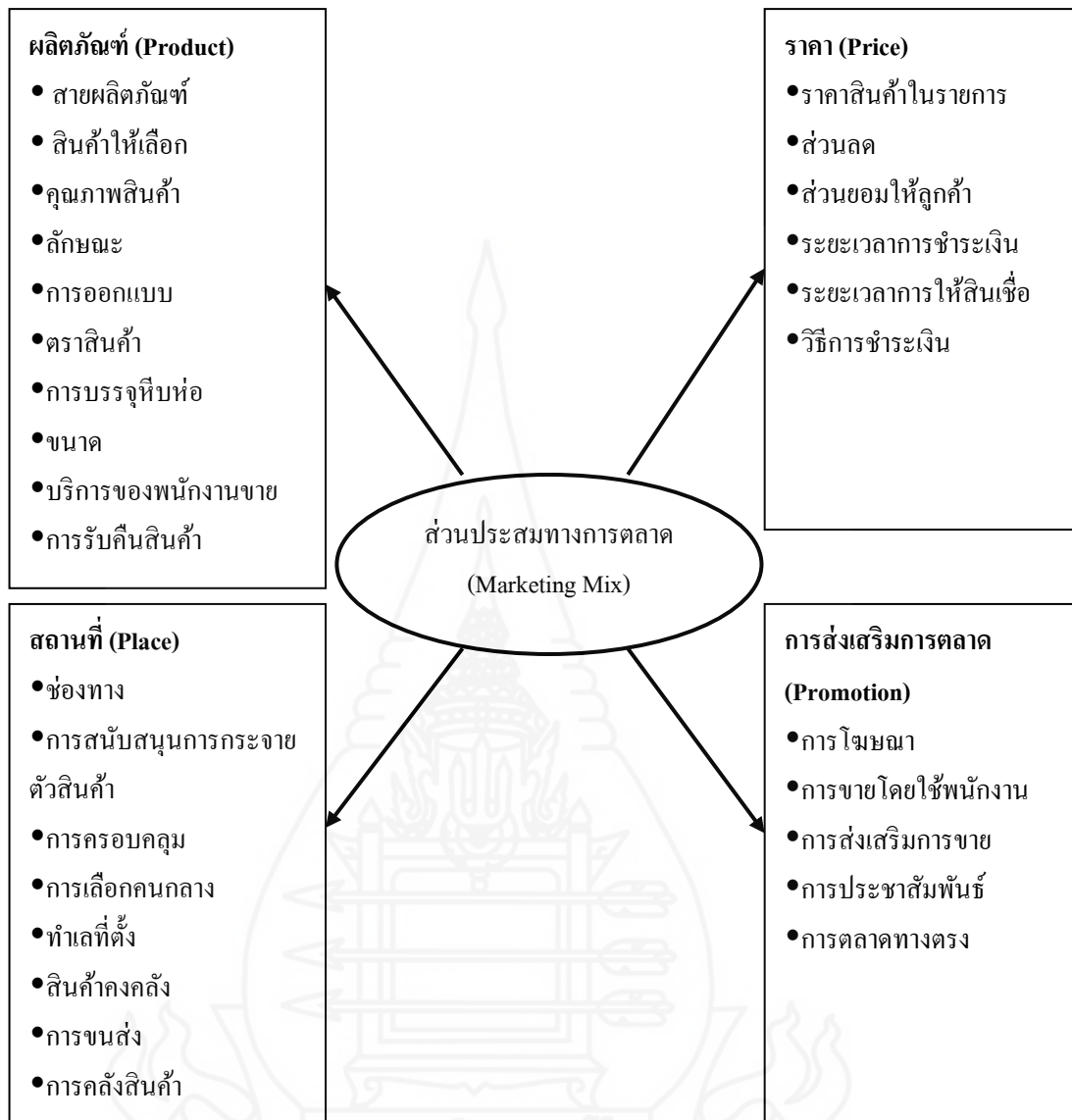
การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้นิวยอร์กสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอ โพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญในการศึกษาดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. นิวยอร์กสำเร็จรูป
3. บริบทตำบลค่านาคี อำเภอ โพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546, น. 53)





ภาพที่ 2.1 ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, น. 53.)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองว่าคุ้มค่าถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบ ในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง (เสรี วงษ์มณฑา 2542, น.11) ซึ่งประกอบด้วย 4Ps ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด (Etzel, Walker and Stanton, 2001: G-9) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างทางการแข่งขัน

1.1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

1.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

1.1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายการผลิต

1.2 ราคา (Price) หมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นทุนของลูกค้า ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

1.2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

1.2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

1.2.3 การแข่งขัน

1.2.4 ปัจจัยอื่นๆ

1.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หรือ (Marketing channel)

หมายถึงกลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจ หรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางทางตรงจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อม จากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

1.3.2 การกระจายสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution) หรือ Marketing logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร หรือหมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค หรือใช้ทางอุตสาหกรรม เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราของสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling) เครื่องมือติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication "IMC") โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

1.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งาน โฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

1.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือมีปฏิกิริยาต่อความคิด หรือเป็นการเสนอขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

1.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด (Belch ; & belch.2001: GL11) เป็นเครื่องกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

1.4.4 การใช้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations (PR)) หมายถึง (1) การให้ข่าว เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการตราสินค้า โดยผ่านสื่อกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

1.4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองทันที ทั้งนี้ ต้องอาศัยฐานข้อมูลของลูกค้าและการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า (สราภรณ์ ทักภิมย์ 2548, น. 21-23)

2. ปฎิบัติสำเร็จรูป

ปฎิบัติสำเร็จรูป หมายถึง การนำเอาปฎิบัติที่ผ่านกระบวนการหมักบ่มแล้ว เข้ามาสู่กระบวนการอัดเม็ด แล้วทำการบรรจุหีบห่อพร้อมใช้งาน โดยมีกระบวนการตั้งต้นที่เหมือนและแตกต่างกัน แล้วแต่สูตรของผู้ผลิตปุ๋ยแต่ละยี่ห้อ แต่ละผลิตภัณฑ์ แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้จัดทำจะนำเสนอวิธีและกระบวนการทำข้างต้นดังนี้

2.1 การทำปฎิบัติสำเร็จรูป

2.1.1 ส่วนผสมของปฎิบัติอัดเม็ด

- | | | |
|------------|----------------|------------|
| -มูลวัว | -มูลไก่ | -แกลบดิบ |
| -รำละเอียด | -น้ำจุลินทรีย์ | -กากน้ำตาล |
| -น้ำ | | |

2.1.2 วิธีการทำปุ๋ยอินทรีย์

เตรียมพื้นที่เรียบอยู่ในที่ร่ม แล้วนำมูลไก่ตาคแห้ง มูลวัวตาคแห้ง แกลบดิบ ซึ่งเป็นสารอาหาร ทำให้ได้ซิลิกาและดินร่วนซุย นำมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน แล้วนำน้ำจุลินทรีย์ กับกากน้ำตาล โมลาสมาผสมน้ำให้เข้ากัน แล้วนำมาราดบนกองปุ๋ยที่ผสมเอาไว้เพื่อเป็นหัวเชื้อให้ มูลต่างๆ ย่อยง่าย และช่วยดับกลิ่นมูล ทำให้ไม่มีกลิ่นเหม็น อย่าใส่มากเพราะจะทำให้ปุ๋ยและ คลุกเคล้าให้เข้ากันตรวจสอบความชื้นให้ได้ประมาณ 50 % วิธีตรวจสอบง่ายๆ คือ ใช้มือกำปุ๋ยที่ คลุกผสม ได้ที่แล้ว กำแล้วน้ำต้องไม่ไหลออกจากอุ้งมือ เมื่อแบมือออกปุ๋ยจะเป็นก้อนเล็กน้อย ละเอียดลงบนกองปุ๋ย ทำการผสมให้เข้ากันแล้วเกลี่ยให้กองปุ๋ยสูง 1 เมตร คลุมด้วยกระสอบป่าน แล้วหมักทิ้งไว้ 7 วัน การหมักปุ๋ยทำให้เกิดอุณหภูมิสูง ต้องกลับปุ๋ยวันละ 2 ครั้ง เพื่อลดอุณหภูมิ โดยการใส่ปรอทเป็นตัววัด ทำการวัดที่กองปุ๋ย โดยไม่ให้อุณหภูมิเกิน 70 องศา ถ้าหากอุณหภูมิเกิน 70 องศา จะทำให้จุลินทรีย์ในปุ๋ยตาย แล้วปุ๋ยก็จะใช้ไม่ได้ ทำการกลับปุ๋ยตลอด 7 วัน ความร้อนจะ ค่อยๆ ลดลง แล้วจึงนำไปใช้ได้

2.1.3 กระบวนการอัดเม็ด

นำปุ๋ยที่หมักบ่มได้ที่แล้วมาบดให้ละเอียด ทำการใส่ปุ๋ยผสมกับดินลงใน กะบะตัวเครื่อง บดในระหว่างเครื่องหมุนไปเรื่อยๆ ให้เติมน้ำลงไปด้วย เพื่อไม่ให้ปุ๋ยร่วนเกินไป ก้อนปุ๋ยจะแตกง่าย แต่ระวังอย่าให้มากเกินไป เพราะจะทำให้ปุ๋ยและจนไม่เป็นก้อน ใช้คราดเกลี่ย กองปุ๋ยให้แตก ตากไว้จนแห้ง แล้วนำมากรอกใส่ถุงเพื่อบรรจุหีบห่อพร้อมใช้งาน



ภาพที่ 2.2 กระบวนการทำเม็ดปุ๋ย

3. บริบทตำบลค่านาดี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ที่ตั้ง

ตั้งอยู่หมู่ที่ 10 ตำบลค่านาดี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ห่างจากอำเภอโพนทอง ทางทิศเหนือ ประมาณ 13 กิโลเมตร

เนื้อที่

มีพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 97.95 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 61,222 ไร่

ภูมิประเทศ

เป็นพื้นที่สูงและที่ลุ่ม ป่าไม้ซึ่งเป็นแนวเขตป่าสงวน ดินเป็นดินร่วนปนทราย มีลำห้วยธรรมชาติหลายสายคือ ลำห้วยปอพาน, ลำห้วยนาคำ, ลำห้วยศาลา, ลำห้วยลาดค้อ, ลำห้วยคูณชาด มีฝายกั้นน้ำคือ ฝายกั้นน้ำโสกหมู, ฝายกั้นน้ำแก้งม่วง, ฝายกั้นน้ำหินงิ้ว

อาณาเขต

ทิศเหนือ จรด ตำบลสามขา อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ทิศตะวันออก จรด ตำบลหนองใหญ่ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ทิศใต้ จรด ตำบลโพธิ์ทอง, ตำบลนาอุดม, ตำบลแวง อ.โพนทอง จ.ร้อยเอ็ด

ทิศตะวันตก จรด ตำบลคำพอง อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด

พื้นที่และการใช้ประโยชน์

การถือครองที่ดินมีเอกสาร สปก. นส.3 สค.1 ที่ดินใช้ประโยชน์ 61,222 ไร่ ดังนี้

- ที่ดินครองเพื่อการเกษตร (ทำนา, ทำไร่)	30,145 ไร่
- ป่าไม้	28,160 ไร่
- ที่อยู่อาศัย	1,530 ไร่
- สถานที่ราชการ	300 ไร่
- สาธารณประโยชน์	256 ไร่
- ที่ว่างเปล่า	831 ไร่

ภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศ มี 3 ฤดูกาล ดังนี้

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ เดือนมีนาคม – มิถุนายน (4 เดือน)

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (4 เดือน)

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (4 เดือน)

ประชากร

ประชากรทั้งสิ้น 9,006 คน

ชาย 4,416 คน

หญิง 4,590 คน

ความหนาแน่นเฉลี่ยต่อพื้นที่ 91.94 คนต่อตารางกิโลเมตร จำนวน 2,409 ครัวเรือน

อาชีพ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา และบางส่วนประกอบอาชีพทำไร่ เช่น ข้าว อ้อย มันสำปะหลังยางพารา ยูคาลิปตัส พื้นที่เกษตรกรรมมีทั้งสิ้น 30,145 ไร่



ภาพที่ 2.3 พืชเศรษฐกิจในเขตตำบลก้านาด อำเภอนาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

หน่วยธุรกิจในเขต อบต.

- | | |
|---------------------|---------|
| - ธนาคาร | - แห่ง |
| - โรงแรม | - แห่ง |
| - ปั้มน้ำมันและก๊าซ | 11 แห่ง |
| - โรงงานอุตสาหกรรม | - แห่ง |
| - โรงเรียนขนาดเล็ก | 29 แห่ง |

การศึกษา

ชื่อสถานศึกษา	จำนวนนักเรียน			จำนวนอาจารย์/ครู		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
โรงเรียนประถมศึกษา 6 แห่ง ดังนี้						
1. โรงเรียนบ้านคำมาติ	183	144	327	8	8	16
2. โรงเรียนบ้านหนองซอนแก่น	114	90	204	12	5	17
3. โรงเรียนบ้านชุมแสงชัย	45	28	73	4	2	6
4. โรงเรียนบ้านบัว	76	120	196	6	4	10
5. โรงเรียนบ้านปากช่อง	44	74	118	5	5	10
6. โรงเรียนบ้านราษฎร์ดำเนิน	59	57	124	4	4	8
โรงเรียนมัธยมศึกษา 2 แห่ง ดังนี้						
1. โรงเรียนบ้านหนองซอนแก่น(ขยายโอกาส)	55	41	96	-	-	-
2. โรงเรียนคำมาติวิทยาคม	185	199	384	9	17	26
ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน 1 แห่ง ดังนี้						
ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนระดับตำบล	68	56	124	-	1	1

ชื่อสถานศึกษา	จำนวนนักเรียน			จำนวนอาจารย์/ครู		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 8 แห่ง ดังนี้						
1. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านคำมาติ	14	36	50	-	2	2
2. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านหนองซอนแก่น	29	37	66	-	3	3
3. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านปากช่อง	12	23	35	-	2	2
4. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบัว	11	19	30	-	2	2
5. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านราษฎร์ดำเนิน	12	18	30	-	3	3
6. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านคำบัวโน	13	22	35	-	2	2
7. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านคงมัน	18	17	35	-	2	2
8. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านชุมแสงชัย	9	21	30	-	2	2

หมายเหตุ: ลำดับที่ 1,4,5,6,8 องค์การบริหารส่วนตำบลคำมาติจัดตั้งขึ้นเอง โดยใช้เงินบ
ของตนเองที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน / ห้องสมุดประชาชน 13 แห่ง

ที่มา : <http://www.kumnadee.go.th>

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ทรายหือสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และคุณภาพการใช้งาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ใกล้บ้านของเกษตรกร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น ปัญหาในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุดคือ ปริมาณปุ๋ยไม่ตรงตามที่ระบุ ปัญหาด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ไกลบ้านของเกษตรกรปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่ารายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ไม่มีกรให้ของสมนาคุณ

ตอนสิ้นปี ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ คือ อยากให้รัฐบาล

ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้มากขึ้น ควรให้คำแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์แก่เกษตรกร

พฤษัช ชวพันธ์ (2551) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า 1.ลักษณะทั่วไปของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านท่าแหนใต้ หมู่ 7 มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 50,000 บาทต่อปี และส่วนใหญ่ไม่เห็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร 2.กระบวนการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เริ่มจากเกษตรกรได้เห็นความสำคัญของอินทรีย์เพราะต้องการแก้ไขปัญหาดินเสื่อมสภาพ เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์จากประสบการณ์ของคนที่รู้จัก ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เกษตรกรให้ความสำคัญในด้านการปรับปรุงบำรุงดินมาเป็นอันดับแรก เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ปรึกษาสมาชิกในครอบครัวก่อนการซื้อ ภายหลังจากใช้ปุ๋ยอินทรีย์เกิดการอยากกลับมาซื้ออีก และอยากบอกต่อ 3. ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านกระบวนการผลิต ด้านบริหารจัดการ ด้านสายสัมพันธ์ และด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยของเกษตรกร ทั้ง 7 ด้าน พบว่าอายุ สถานภาพ ในครอบครัว พื้นที่หมู่บ้าน รายได้ และความเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ซึ่งเกษตรกรที่อาศัยในพื้นที่บ้านท่าแหนใต้ หมู่ 7 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในภาพรวมสูงที่สุด จากการสอบถามได้ข้อมูลพบว่า หมู่ 7 เป็นพื้นที่ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับทำการเกษตร โดยเฉพาะการทำนา ถือว่าเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญในตำบลแม่ทะ และเป็นพื้นที่ที่มีการจัดการชลประทานอย่างเป็นระบบ เกษตรกรจึงสามารถทำการเกษตรได้มากกว่า 1 ครั้ง ต่อปี ส่งผลให้วัสดุที่เหลือใช้ทางการเกษตรมีจำนวนมากเกษตรกรสามารถจะขายวัสดุเหลือใช้ต่าง ๆ เหล่านี้ให้กับกลุ่มทางการเกษตรเพื่อเป็นการเสริมรายได้ เกษตรกรที่มีรายได้ มากกว่า 150,000 บาทต่อปี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในภาพรวมสูงที่สุดโดยเฉพาะภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่เกษตรกรเมื่อมีอำนาจการซื้อเพิ่มมากขึ้น ก็จะเริ่มมองคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หลากหลายขึ้น นอกเหนือจากด้านราคา

มารีนา มาหมื่น (2557) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายอินทรีย์ของชาวสวนยางพารา ในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี การศึกษา ระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และมีพื้นที่ในการปลูกยางพารา ไม่เกิน 20 ไร่ มีพฤติกรรมการซื้อขายอินทรีย์ คือซื้อปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพมาใช้ในสวนยางพาราของตนเองจากร้านขายปุ๋ย/ตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยที่อยู่ใกล้สวนยางพาราซื้อปุ๋ย อินทรีย์ปีละ 2 ครั้ง ประมาณ 1-2 ตันต่อครั้งๆ ละประมาณ 10,001 – 20,000 บาท โดยช่วงเวลาที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ มากที่สุด คือช่วงเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม และตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้วยตนเองเป็นหลัก ส่วนสาเหตุที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ก็คือ ปรับปรุงโครงสร้างดิน ช่วยไม่ให้ดินเสีย และช่วยเพิ่มผลผลิตได้ดี (2) ส่วนประสมการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์ตามความคิดเห็น ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร พบว่า ชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพรให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาคือ บัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบัจจัยด้านราคา ลำดับสุดท้ายคือ บัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมซื้อขายอินทรีย์ของชาวสวน ยางพาราในจังหวัดชุมพรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อนุช นามภิญโญ (2557) ได้ศึกษาถึงบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ความคิดเห็น ด้านอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดีที่สุด โดยสรุปจาก ตารางที่มีความคิดเห็น ด้าน “ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อม” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย มาก ($x = 4.22, SD = 0.89$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากรองลงมาตามด้วย ด้าน “ราคาสินค้ามีราคายุติธรรม”มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($x = 4.11, SD = 0.89$) รองลงมาตาม ด้วย ด้าน “ช่องทางการจัดจำหน่าย การติดต่อสั่งซื้อสินค้าทำง่าย และสะดวก” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($x = 4.03, SD = 0.86$) รองลงมา ด้าน “การส่งเสริมการขาย มีเอกสารประกอบการใช้งาน” มีความ คิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($x = 3.98, SD = 0.94$) 2) บัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับบัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ เพศ อายุ รายได้และลักษณะที่อยู่อาศัย ลำดับสุดท้าย คือ อาชีพ ส่วนระดับ การศึกษานั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บุญถม กุมพล (2549) ได้ทำการศึกษาบัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร ในการ ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ บ้านดงยาง ตำบลสีแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า เกษตรกรเห็นว่า บัจจัยโดยรวม บัจจัยด้านชีวภาพ ด้านสังคม และด้านการส่งเสริมและสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์อยู่ ในระดับมาก และเห็นว่าบัจจัยด้านกายภาพและด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุและระดับการศึกษาที่

แตกต่างกัน เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัย 5 ด้าน ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้
ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน แต่เกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปี เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสื่อสาร
มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าเกษตรกรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population)

ประชากร คือ เกษตรกรในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 2,409 ครัวเรือน [ที่มา:<https://www.kumnadee.go.th>]

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ขนาด และการสุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในเขตตำบลคำนาดี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ข้อมูล ณ มิถุนายน 2558 จำนวน 2,409 ครัวเรือน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 343 คน ดังนี้

สูตรของ Taro Yamane

วิธีคิดคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ของทาโรยามาเน่

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{2,409}{1 + (2,409 * (0.05)^2)} \\ &= 343 \text{ คน}\end{aligned}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 2,409 คริวเรือน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะใช้ค่า 0.05

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลคานาดิ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีทั้งหมด 10 เขตการปกครองดังนี้ หมู่ 1 คานาดิ, หมู่ 2 หนองขอนแก่น, หมู่ 3 ราษฎร์ดำเนิน, หมู่ 4 ดงมัน, หมู่ 6 ชุมแสงชัย, หมู่ 7 บัว, หมู่ 8 ปากช่อง, หมู่ 9 ลาดค้อ, หมู่ 10 บึงงาม, หมู่ 11 สุขสมบูรณ์ ผู้วิจัยจะใช้สุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงโดยเลือกเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของแต่ละเขตปกครองซึ่งมีทั้งหมด 10 เขต สุ่มเขตละ 34 ตัวอย่าง 7 เขต และ 35 ตัวอย่าง 3 เขต รวมเป็น 343 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 การสร้างเครื่องมือ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close - ended Question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และขนาดพื้นที่ทำกิน

ข้อที่ 1 เพศ ระดับการวัดข้อมูลประเภทแบบแบ่งกลุ่ม (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 ขนาดพื้นที่ทำกิน ระดับการวัดข้อมูลประเภทแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ของเกษตรกรต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ในลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าคำตอบ (Rating Scale) แบบปลายปิด (Close - ended Question) จำนวน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) จำนวน ข้อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

ระดับ	5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ	4	หมายถึง	มาก
ระดับ	3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ	2	หมายถึง	น้อย
ระดับ	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน จะพิจารณาข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เมื่อได้อันตรภาคชั้นแล้ว จึงนำมาแบ่งกลุ่มคะแนนเฉลี่ยในแต่ละชั้นมีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open - ended Question) เปิดให้เกษตรกร แสดงความข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปเพิ่มเติมตาม ความต้องการของเกษตรกร

2.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.2.1 ความถูกต้องทางด้านเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามนี้ได้นำเสนอ ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถามให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ต่อไป หลังจากนั้นได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้อง พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าความสอดคล้องด้านเนื้อหาสูงกว่า 0.50 ซึ่งเป็น ค่าที่ยอมรับได้ จึงได้นำไปทดลองใช้ต่อไป

2.2.1 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทาน และนำมาปรับปรุง แก้ไขให้สมบูรณ์ แล้วนำแบบสอบถามไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try-Out) กับประชากรมี ลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริงและนำกลับมาหาความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม โดยนำผลของข้อมูลที่ได้เฉพาะที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่ามาคำนวณ หาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรของ Cronbrach ซึ่งเรียกว่า “สหสัมประสิทธิ์แอลฟา” (A-Coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น ได้ 0.870 ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงได้นำ แบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง และ ใช้แหล่งข้อมูลในการศึกษา ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 343 คน โดยนำไปสอบถามเกษตรกรในเขตตำบลก้านาด อำเภอน้ำโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้วยตัวผู้ศึกษาเองและผู้ที่ได้รับมอบหมายแทน โดยการใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษา จัดทำขึ้น โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในวันที่ 1 เมษายน 2558 – 31 สิงหาคม 2558 และดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่กำหนดและทำการรวบรวม แบบสอบถามที่ได้ดำเนินการแล้วให้แก่ผู้ศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาและนำข้อมูลที่ได้รับเข้าระบบการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 นำผลการวิเคราะห์ที่ประมวลได้จากโปรแกรมทางสถิติ ไปดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษาต่อไป

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสาร แจกและงานวิจัยทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีสถิติที่ใช้วิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่และร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพ้นทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ (Chi – Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ผู้ศึกษาได้ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ประมวลผล ผู้ศึกษากำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การนำเสนอผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษา ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางพร้อมทั้งเขียนบรรยายผลการศึกษา ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และขนาดพื้นที่ทำกิน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ได้แก่ ผลกระทบ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ของเกษตรกรต่อการเลือกใช้ปุ๋ยของเกษตรกร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยสรุปผลข้อมูลตั้งตารางที่จะแสดงดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลโดยจำแนกเป็น เพศ อายุ การศึกษา และ ขนาดพื้นที่ทำกิน รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

			n =343
	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	191	55.7
	หญิง	152	44.3
	รวม	343	100.0
2. อายุ	1.ต่ำกว่า 30 ปี	8	2.3
	2.อายุระหว่าง 30-40 ปี	136	39.7
	3.อายุระหว่าง 41-50 ปี	118	34.4
	4.อายุระหว่าง 51-60 ปี	73	21.3
	5.อายุ 61 ปีขึ้นไป	8	2.3
	รวม	343	100
3. การศึกษา	1.ประถมศึกษาปีที่ 4	48	14.0
	2.ประถมศึกษาปีที่ 6	106	30.6
	3.มัธยมศึกษาตอนต้น	42	12.2
	4.มัธยมศึกษาตอนปลาย	105	30.9
	5.ปริญญาตรี	36	10.5
	6.สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.7
	รวม	100	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. ขนาดพื้นที่ทำกิน		
1. ต่ำกว่า 10 ไร่	61	17.8
2. 10-20 ไร่	126	36.7
3. 21-30 ไร่	95	27.7
4. มากกว่า 30 ไร่ขึ้นไป	61	17.8
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 343 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ อยู่ระหว่าง 30-40 ปี มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 และ น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 30 ปี และ อายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

การศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 มากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 และน้อยที่สุดคือผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ขนาดพื้นที่ทำกิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่ทำกิน 10-20 ไร่ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือขนาดพื้นที่ทำกิน 21-30 ไร่จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 และน้อยที่สุดคือผู้ที่มีขนาดพื้นที่ทำกินต่ำกว่า 10 ไร่ และมากกว่า 30 ไร่ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 61 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ สำเร็จรูปของเกษตรกร

ตารางที่ 4.2 แสดง ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขต
ตำบลคานาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	0.83	มาก
2. ด้านราคา	4.40	0.67	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.39	0.67	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.84	0.89	มาก
โดยรวม	4.15	0.77	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้
ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขต ตำบลคานาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ย 4.15 ($\bar{X} = 4.15$) โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40
($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.39 ($\bar{X} = 4.39$) และด้านผลิตภัณฑ์
มีค่าเฉลี่ย 3.96 ($\bar{X} = 3.96$) ต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.84 ($\bar{X} = 3.84$)

ตารางที่ 4.3 แสดงรายละเอียด ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป
ในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	4.21	0.83	มากที่สุด
1.2 ความหลากหลายของขนาดสินค้า	3.81	0.77	มาก
1.3 สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	4.17	0.83	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1.4 เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	4.07	0.80	มาก
1.5 หีบห่อที่สวยงาม	3.56	0.93	มาก
โดยรวม	3.96	0.83	มาก
2. ด้านราคา			
2.1 การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	4.29	0.71	มากที่สุด
2.2 ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	4.38	0.64	มากที่สุด
2.3 ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	4.31	0.72	มากที่สุด
2.4 ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.60	0.61	มากที่สุด
โดยรวม	4.40	0.67	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	4.30	0.53	มากที่สุด
3.2 การให้บริการขายตั้งชื่อทางโทรศัพท์ได้	4.07	0.85	มาก
3.3 สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	4.58	0.58	มากที่สุด
3.4 การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	4.60	0.65	มากที่สุด
3.5 ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	4.42	0.74	มากที่สุด
โดยรวม	4.39	0.67	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการขาย			
4.1 การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่นคูปองชิงรางวัล	3.70	0.84	มาก
4.2 การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	3.75	0.87	มาก
4.3 การมีของสมนาคุณสิ้นปี	3.84	0.89	มาก
4.4 การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	4.06	0.78	มาก
โดยรวม	3.84	0.89	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลก้านาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด แยกตามรายด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือสถานที่ผลิตที่ได้รับรางวัลรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.17$) และ เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

2. ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ ราคาที่สามารถต่อรองกันได้ ($\bar{X} = 4.38$) และการตีป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก ($\bar{X} = 4.58$) และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ การมีของสมนาคุณสิ้นปี ($\bar{X} = 3.84$) และการจัดโปรโมชันสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า ($\bar{X} = 3.75$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่

ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ตารางที่ 4.4 แสดง ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ทั้ง 3 ด้านต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลคานาดิ อำเภอนาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยด้านอื่นๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านเศรษฐกิจ	4.08	0.77	มาก
2. ด้านสังคม	3.64	0.88	มาก
3. การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่	3.54	0.99	มาก
โดยรวม	3.75	0.88	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า ปัจจัยด้านอื่นๆที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขต ตำบลคานาคี อำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือด้านสังคมมี 3.64 ($\bar{X} = 3.64$) และด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.54 ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียด ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยด้านอื่นๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านเศรษฐกิจ			
1.1. การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น	4.17	0.70	มาก
1.2. การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้มีผลกำไรเพิ่มขึ้น	4.16	0.69	มาก
1.3. การซื้อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปดีกว่าทำใช้เอง	3.73	0.84	มาก
1.4. การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ประหยัดขึ้น	4.11	0.80	มาก
1.5. การเป็นเจ้าของที่ดินเองทำให้มีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าการเช่าที่ทำกิน	4.22	0.83	มากที่สุด
โดยรวม	4.08	0.77	มาก
2. ด้านสังคม			
2.1. ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพราะเพื่อนบ้านใช้แล้วทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น	3.79	0.85	มาก
2.2. การใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปเพิ่มความยุ่งยากให้ท่านมากขึ้น	3.36	0.92	ปานกลาง
2.3. โครงการส่งเสริมเกษตรปลอดสารพิษเป็นแรงกระตุ้นให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น	3.78	0.80	มาก
2.4. ผู้นำชุมชนมีส่วนกระตุ้นให้ชุมชนหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น	3.62	0.94	มาก
โดยรวม	3.64	0.88	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านอื่นๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
3. การรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่			
3.1. การรณรงค์และการประชาสัมพันธ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง	3.67	0.92	มาก
3.2. การมีแหล่งเรียนรู้และแปลงสาธิตในชุมชน	3.71	0.93	มาก
3.3. การมีวิทยากรหรือผู้รู้คอยให้คำปรึกษาต่อเนื่อง	3.56	1.05	มาก
3.4. การจัดการศึกษาฐานเกษตรกรตัวอย่างนอกสถานที่	3.45	1.03	มาก
3.5. การแจกเอกสารแผ่นพับความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์	3.28	0.98	ปานกลาง
3.6. การส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรปลอดสารพิษจากภาครัฐ	3.58	1.02	มาก
โดยรวม	3.54	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในเขต ตำบลคำนาคี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด แยกตามรายด้านดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของที่ดินเองทำให้มีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าการเช่าที่ทำกิน ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา คือ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.17$) และ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้มีผลกำไรเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.16$) ตามลำดับ

2. ด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพราะเพื่อนบ้านใช้แล้วทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาคือ โครงการส่งเสริมเกษตรกรปลอดสารพิษเป็นแรงกระตุ้นให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น ($\bar{X} = 3.78$) และ ผู้นำชุมชนมีส่วนกระตุ้นให้ชุมชนหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

3. ด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีแหล่งเรียนรู้และแปลงสาธิตในชุมชน ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมา คือ การรณรงค์และการประชาสัมพันธ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.67$) และการส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรปลอดสารพิษจากภาครัฐ ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวนทั้ง 2 ข้อ สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.6 – 4.7

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 4.6 การทดสอบสมมติฐานด้านเพศที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	เพศ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	2.77	3	0.43
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	12.11	3	0.01*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	5.54	3	0.14
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	10.55	3	0.01*
หีบห่อที่สวยงาม	8.09	4	0.09
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	6.66	3	0.08
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	4.49	3	0.21
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	16.58	3	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	6.55	2	0.04*

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปัญญาอินทรีย์สำเร็จรูป	เพศ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	8.12	2	0.02*
การให้บริการขายส่งชื่อทางโทรศัพท์ได้	7.18	3	0.07
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	3.83	2	0.15
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	12.37	3	0.01*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	8.41	3	0.04*
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่นคูปอง ชิงรางวัล	7.96	3	0.05*
การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	5.30	3	0.15
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	11.07	3	0.01*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปัญญาอินทรีย์สำเร็จรูป	2.81	3	0.42

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปัญญาอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 การทดสอบสมมติฐานด้านอายุที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลกำนาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	อายุ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	81.08	12	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	10.21	12	0.60
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	16.38	12	0.18
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	40.70	12	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	38.85	16	0.00*
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	46.77	12	0.00*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	28.51	12	0.01*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	43.26	12	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	53.08	8	0.00*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	31.69	8	0.00*
การให้บริการขายส่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	35.70	12	0.00*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	17.84	8	0.02*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	18.19	12	0.11
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	23.05	12	0.03*

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	อายุ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่น	67.47	12	0.00*
คู่มือซึ่งรางวัล			
การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	39.84	12	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	40.64	12	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	79.41	12	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 การทดสอบสมมติฐานด้านระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาดิ อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ระดับการศึกษา		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	51.09	15	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	33.19	15	0.00*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	16.63	15	0.34
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	56.26	15	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	70.04	20	0.00*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ระดับการศึกษา		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	30.22	15	0.01*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	53.38	15	0.00*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	46.87	15	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	23.11	10	0.01*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	35.19	10	0.00*
การให้บริการขายส่งช่องทางโทรศัพท์ได้	69.48	15	0.00*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	32.21	10	0.00*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	41.06	15	0.00*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	42.63	15	0.00*
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่น	64.17	15	0.00*
คู่มือซึ่งรางวัล			
การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	58.48	15	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	43.24	15	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	75.04	15	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 การทดสอบสมมติฐานด้านขนาดพื้นที่ทำกิน ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ระดับการศึกษา		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	26.48	9	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	30.22	9	0.00*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	57.63	9	0.00*
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	70.37	9	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	54.26	12	0.00*
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	32.23	9	0.00*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	67.14	9	0.00*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	43.46	9	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	21.88	6	0.01*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	13.38	6	0.04*
การให้บริการขายส่งช่องทางโทรศัพท์ได้	20.44	9	0.02*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	12.56	6	0.05*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	24.79	9	0.00*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	54.09	9	0.00*
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่น	38.11	9	0.00*
คู่มือซึ่งรางวัล			
การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	42.84	9	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	42.98	9	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	47.05	9	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านขนาดพื้นที่ทำกิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานด้านเศรษฐกิจ ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคำานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	เศรษฐกิจ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	179.058	33	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	109.504	33	0.00*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	149.283	33	0.00*
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	107.883	33	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	155.843	44	0.00*
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	71.449	33	0.00*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	65.678	33	0.00*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	88.566	33	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	112.828	22	0.00*

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	เศรษฐกิจ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	85.237	22	0.00*
การให้บริการขายส่งช่องทางโทรศัพท์ได้	102.715	33	0.00*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	129.565	22	0.00*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	106.359	33	0.00*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	97.940	33	0.00*
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่นคุ้มครอง ชิงรางวัล	90.702	33	0.00*
การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	162.470	33	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	131.660	33	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	217.403	33	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 การทดสอบสมมติฐานด้านสังคม ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง
จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	สังคม		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	244.827	33	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	117.588	33	0.00*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	140.617	33	0.00*
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	183.340	33	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	150.728	44	0.00*
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	112.712	33	0.00*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	57.343	33	0.01*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	56.785	33	0.01*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	103.016	22	0.00*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	55.920	22	0.00*
การให้บริการขายส่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	90.234	33	0.00*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	67.664	22	0.00*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	98.386	33	0.00*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	74.923	33	0.00*

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	สังคม		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรมโชน์คูปอง ชิงรางวัล	76.933	33	0.00*
การการจัดโปรมโชน์สะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	108.128	33	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	126.017	33	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	191.474	33	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 การทดสอบสมมติฐานด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่มีความสัมพันธ์กับส่วน
 ประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร
 ในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

n = 343

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์			
ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	304.637	60	0.00*
ความหลากหลายของขนาดสินค้า	197.640	60	0.00*
สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ	174.916	60	0.00*
เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย	180.690	60	0.00*
หีบห่อที่สวยงาม	359.913	80	0.00*
ด้านราคา			
การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน	181.135	60	0.00*
ราคาที่สามารถต่อรองกันได้	111.650	60	0.00*
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	158.372	60	0.00*
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	159.780	40	0.00*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน	138.111	40	0.00*
การให้บริการขายส่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	156.110	60	0.00*
สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก	109.586	40	0.00*
การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร	137.737	60	0.00*
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย	123.519	60	0.00*

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่		
	Chi-Square	df	Sig.
n = 343			
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรมอชั่นคูปอง	229.291	60	0.00*
ชิงรางวัล			
การการจัดโปรมอชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้า	187.801	60	0.00*
การมีของสมนาคุณสิ้นปี	264.872	60	0.00*
การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	361.387	60	0.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

1. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนส่งเสริมมากกว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน
2. ควรจัดศูนย์ให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่านี้
3. ควรมีการให้ทดลองใช้ก่อน เพราะถ้าคนรอบข้างใช้ปุ๋ยอินทรีย์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งได้ผล จะช่วยกระตุ้นให้ซื้อยี่ห้ออื่นมากขึ้น
4. ควรมีการทดสอบปุ๋ยจริงปุ๋ยปลอมให้ชาวบ้านดูเพื่อลดปัญหาปุ๋ยปลอม
5. ควรมีเจ้าหน้าที่เข้าไปแนะนำหรือสาธิตเรื่องการใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่นมาใช้ทำปุ๋ยอินทรีย์
6. ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมการปลูกพืชเกษตรปลอดสาร
7. รัฐบาลควรจัดหาตลาดรองรับพืชเกษตรอินทรีย์เพื่อความอยู่รอดของเกษตรกร

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ของเกษตรกรที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ประชากร คือ เกษตรกรในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ใช้นวัตกรรมสำเร็จรูปในเขตตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 343 คน ดังนั้นจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือน 1 เมษายน พ.ศ. 2558 – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2558

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสาร คู่มือ และผลงานวิจัยทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติ ด้วยการนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ ไคสแควร์ (chi-square) ทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

1.3 ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลกานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด” สรุปได้ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรในเขตตำบลกานาดิ อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่ทำกิน 10-20 ไร่

1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญตามลำดับ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทรายรับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) และลำดับสุดท้าย คือ หีบห่อที่สวยงาม มีความคิดเห็นระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.6) และลำดับสุดท้าย คือ การติดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.6) และลำดับสุดท้าย คือ การให้บริการขายส่งช่องทางโทรศัพท์ได้ มีความคิดเห็นระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.06) และลำดับสุดท้าย คือ การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่นคูปองชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.7)

1.3.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ตามลำดับ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การเป็นเจ้าของที่ดินเองทำให้มีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าการเช่าที่ทำกิน มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) และลำดับสุดท้าย คือ การซื้อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปดีกว่าทำใช้เอง (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ด้านสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพราะเพื่อนบ้านใช้แล้วทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น มีความคิดเห็นระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และลำดับสุดท้าย คือ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปเพิ่มความยุ่งยากให้ท่านมากขึ้น มีความคิดเห็นระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ด้านการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีแหล่งเรียนรู้และแปลงสาธิตในชุมชนมีความคิดเห็นระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และลำดับสุดท้าย คือ การแจกเอกสารแผ่นพับความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์ มีความคิดเห็นระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28)

1.3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาด อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาด อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3.5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ดังนี้ รัฐบาลควรให้การสนับสนุนส่งเสริมมากกว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ควรจัดศูนย์ให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่านี้ ควรมีการให้ทดลองใช้ก่อน เพราะถ้าคนรอบข้างใช้ปุ๋ยอินทรีย์หือไคยี่หือหนึ่งได้ผล จะช่วยกระตุ้นให้ซื้อหืออื่นนั้นมากขึ้น ควรมีการทดสอบปุ๋ยจริงปุ๋ยปลอมให้ชาวบ้านดูเพื่อลดปัญหาปุ๋ยปลอม ควรมีเจ้าหน้าที่เข้าไปแนะนำหรือสาธิตเรื่องการใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่นมาใช้ทำปุ๋ยอินทรีย์ ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมการปลูกพืชเกษตรปลอดสาร และรัฐบาลควรจัดหาตลาดรองรับพืชเกษตรอินทรีย์เพื่อความอยู่รอดของเกษตรกร

2. อภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลคานาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผลตามผลการศึกษาโดยแยกพิจารณาเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่ทำกิน 10-20 ไร่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มารินา มาหมื่น (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา และมีพื้นที่ในการปลูกยางพารา ไม่เกิน 20 ไร่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลศึกษาของ สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการเป็นเจ้าของที่ดินเองทำให้มีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าการเช่าที่ทำกิน ปัจจัยด้านสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพราะเพื่อนบ้านใช้แล้วทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น

มีความคิดเห็นระดับมาก ปัจจัยด้านการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีแหล่งเรียนรู้และแปลงสาธิตในชุมชนมีความคิดเห็นระดับมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่อการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และขนาดพื้นที่ทำกิน ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ต่อการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางสาวอนุช นามภิญโญ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำยอินทรีย์ ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ เพศ อายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่กับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูป ของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ต่อการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

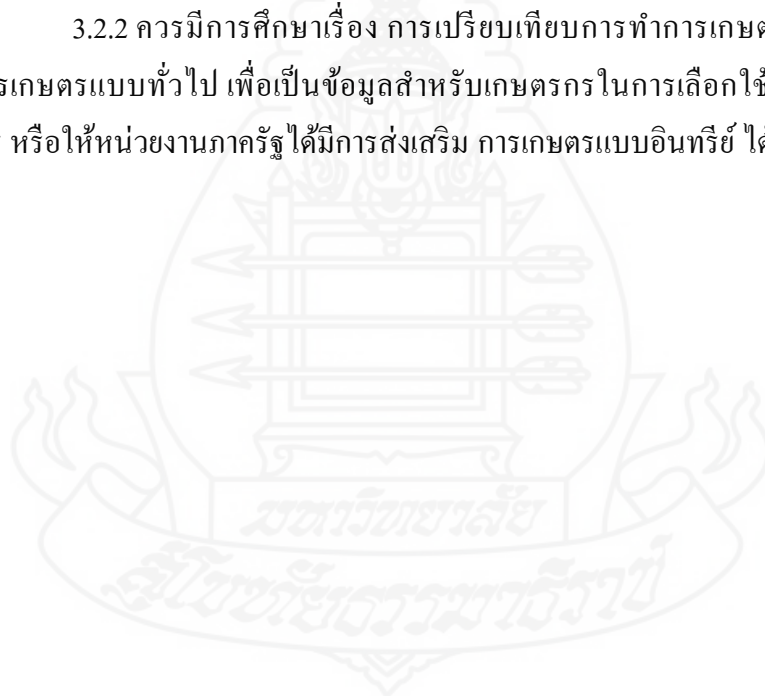
3.1.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูป ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และพื้นที่ทำกิน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้น้ำยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร จึงควรนำปัจจัยเหล่านี้ไปเป็นข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรผู้ใช้น้ำยอินทรีย์มากที่สุด จำนวนแรงงานในครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์การเกษตรว่ามีความสัมพันธ์อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้น้ำยอินทรีย์ของเกษตรกรหรือไม่

3.1.2 ด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ต่อส่วน ประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก ดังนั้นสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับภาครัฐ เพื่อเร่งผลักดันให้เกษตรกรลดการใช้ ปุ๋ยเคมีและหัน มาใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากขึ้น เนื่องจากการใช้ปุ๋ยเคมีนอกจากจะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมแล้วยังมี ต้นทุนทางการเกษตรที่สูงด้วย นอกจากนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางแก่ผู้สนใจที่จะเปิดร้านขายปุ๋ยอินทรีย์ สำเร็จรูปในเขตตำบลก้านาคี อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด และสามารถนำมากำหนดแผนการตลาด ได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรได้

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ สำเร็จรูปของเกษตรกรในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อจะได้เปรียบเทียบและสรุปผลเป็นภาพรวมได้มากขึ้น

3.2.2 ควรมีการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการทำการเกษตรแบบอินทรีย์และ การทำการเกษตรแบบทั่วไป เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเกษตรกรในการเลือกใช้นโยบาย ในการทำ การเกษตร หรือให้หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริม การเกษตรแบบอินทรีย์ ได้มากขึ้น



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- ธนินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). “การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS” กรุงเทพฯ: อินเตอร์พรินทร์.
- _____. (2552). “การวิจัยและวิเคราะห์ทางสถิติ” กรุงเทพฯ: เอส อาร์ พรินติ้ง (แมสโปรดักส์).
- บุญถม กุมพล. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ บ้านดงยาง ตำบลศรีแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- พฤกษ์ ชวพันธ์. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง*. (รายงานการศึกษาภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ลำปาง.
- มารีนา มานีน. (2557). “พฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร” บทความวิจัย วารสารการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มิถุนายน มหาบัณฑิตหลักสูตรการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2555). “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์*. หน่วยที่ 2 หน้า 2-9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วนิดา สุจริตธุระการ และจิตผกา ชนปัญญาธิวงษ์. (2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการผลิตและใช้ปุ๋ย อินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ภาควิชาพัฒนาการเกษตร คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.
- สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา*. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- สุดาพร กุณชาติ. (2549). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- เสาวลักษณ์ ชาญเชื้อว. (2553). *โครงการผลงานวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อนุช นามภิญโญ. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานการวิจัยสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร
ในเขตตำบลค่านาดิ อำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรในเขตตำบลค่านาดิ อำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อใช้ประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(MBA) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ต่อการเลือกใช้ปุ๋ย

อินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเก็บเป็นความลับและทำการวิเคราะห์เป็นภาพรวม โดยไม่กระทบหรือก่อให้เกิดความเสียหายใดๆ ต่อท่านทั้งทางตรงและทางอ้อม

ขอขอบคุณในความร่วมมือของทุก ๆ ท่านไว้ ณ โอกาสนี้ อันจะส่งผลให้การศึกษาวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นายชาติชาย ปุริสา

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี 30-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

ประถมศึกษาปีที่ 4 ประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. ขนาดพื้นที่ทำกิน

ต่ำกว่า 10 ไร่ 10-20 ไร่ 21-30 ไร่ มากกว่า 30 ไร่ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยหมายเลข 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1.ตรารับรองคุณภาพของสินค้าจากหน่วยงานที่ รับผิดชอบ					
1.2.ความหลากหลายของขนาดสินค้า					
1.3.สถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ					
1.4.เทคโนโลยีผลิตสินค้าที่ทันสมัย					
1.5.หีบห่อที่สวยงาม					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.ด้านราคา					
2.1.การคิดป้ายแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน					
2.2.ราคาที่สามารถต่อรองกันได้					
2.3.ระยะเวลาการให้สินเชื่อ					
2.4.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ					
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1.การมีผลิตภัณฑ์วางขายหน้าร้าน					
3.2.การให้บริการขายส่งซื้อทางโทรศัพท์ได้					
3.3.สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ซึ่งการเดินทางไปมาสะดวก					
3.4.การบริการจัดส่งสินค้าถึงมือเกษตรกร					
3.5.ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย					
4.ด้านการส่งเสริมการขาย					
4.1.การจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยใช้ โปรโมชั่นคูปองชิงรางวัล					
4.2.การการจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อ สินค้า					
4.3.การมีของสมนาคุณสิ้นปี					
4.4.การอบรมสาธิตให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ สำเร็จรูป					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์

สำเร็จรูปของเกษตรกร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยหมายเลข 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยอื่นๆ ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. ด้านเศรษฐกิจ					
5.1.การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น					
5.2.การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้มีผลกำไรเพิ่มขึ้น					
5.3.การซื้อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปดีกว่าทำใช้เอง					
5.4.การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทำให้ประหยัดขึ้น					
5.5.การเป็นเจ้าของที่ดินเองทำให้มีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าการเช่าที่ทำกิน					
6.ด้านสังคม					
6.1.ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพราะเพื่อนบ้านใช้แล้วทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น					
6.2.การใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปเพิ่มความยุ่งยากให้ท่านมากขึ้น					
6.3.โครงการส่งเสริมเกษตรกรปลอดสารพิษเป็นแรงกระตุ้นให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น					
6.4.ผู้นำชุมชนมีส่วนกระตุ้นให้ชุมชนหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปมากขึ้น					
7. การรับรู้และการยอมรับสิ่งใหม่					
7.1.การรณรงค์และการประชาสัมพันธ์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง					
7.2.การมีแหล่งเรียนรู้และแปลงสาธิตในชุมชน					

ปัจจัยอื่นๆ ต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7.3.การมีวิทยากรหรือผู้รู้คอยให้คำปรึกษา ต่อเนื่อง					
7.4.การจัดการศึกษาดูงานเกษตรกรตัวอย่างนอก สถานที่					
7.5.การแจกเอกสารแผ่นพับความรู้เกี่ยวกับเกษตร อินทรีย์					
7.6.การส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรปลอดสารพิษ จากภาครัฐ					

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

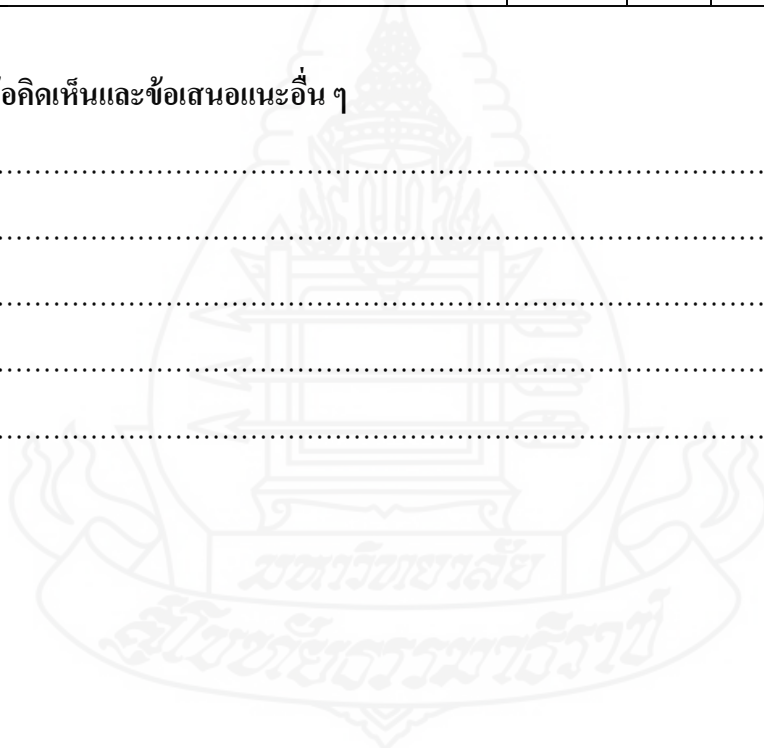
.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายชาติชาย ปุริสา
วัน เดือน ปีเกิด	24 มกราคม 2530
สถานที่เกิด	บ้านชุมแสงชัย หมู่ 6 ตำบลค่านาคี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
สถานที่ทำงาน	บริษัท โอคูมา เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด
ตำแหน่ง	บริการติดตั้งและซ่อมแซมเครื่องจักร (CNC) ทั่วไป

