

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์  
ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง

**Study of behavior affecting marketing mix factors on  
consumer purchasing of organic fertilizer in Trang province**

ปรีศนีย์ รัตนพงษ์มณี

**บทคัดย่อ**

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง (2) ปัจจัยพฤติกรรมส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง ใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ Independent t-test และ One way ANOVA และการเปรียบเทียบรายคู่ LSD ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดตรังในภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดได้แก่ กระบวนการให้บริการความคิดเห็นในระดับมาก ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พนักงานผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ มีความคิดเห็นระดับปานกลางคือ การส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุและชนิดพืชที่ปลูกแตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน พฤติกรรมด้านเศรษฐกิจและพฤติกรรมด้านการเมืองที่แตกต่างกันส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรแตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** ปุ๋ยอินทรีย์ จังหวัดตรัง ส่วนประสมทางการตลาด

**ABSTRACT**

The objective of this research was to studies marketing mix factors which effect to consumer purchasing of organic fertilizer in the Trang Province. The outputs of this study were consisted of 1)The personal factors which effect marketing mix 2) The behavior factors which effect marketing mix in the Trang Province. As the result of statistic data analysis, by considering analysis of mean and standard deviation of mix marketing factors in the overall, participant highest concerned on physical of environment, service, price and distribution channel, respectively. While, they moderately concerned on marketing promotion. For the

analysis of hypothesis test, differencing of crop duration and types, political and economic had difference effect on the mix marketing on consumer purchasing of organic fertilizer..

**Keywords :** Organic Fertilizer ,Trang Province ,Marketing Mix

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งเกษตรกรรม นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งคนไทยประกอบอาชีพเกษตรกรรมและสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมจึงจำเป็นที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของ ความเหมาะสมด้านภูมิศาสตร์ ความรู้ความสามารถของเกษตรกร

รัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายในการการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศ เป็นเรื่องที่สำคัญที่ต้องดำเนินการ เพราะเกษตรอินทรีย์เป็นทางเลือกที่มีศักยภาพในการพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่กำหนดเป้าหมายเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรมยั่งยืน 5 ล้านไร่ โดยให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเดิม ไปสู่ระบบการผลิตตามแนวทางของเกษตรกรรมยั่งยืน เช่น เกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน วนเกษตร เกษตรทฤษฎีใหม่ โดยการบูรณาการงานทุกภาคส่วน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561)

ในพื้นที่จังหวัดตรังการสนับสนุนจากภาครัฐ สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดตรังร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดตรัง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดตรัง และ สมัชชาสุขภาพ สสส. ได้ขับเคลื่อนให้มีการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมจังหวัดตรัง ได้จัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้การรับรองแบบมีส่วนร่วม PGS เกษตรอินทรีย์วิถีคนตรัง จัดตั้งกลุ่มเกษตรอินทรีย์วิถีคนตรัง PGS และกระแสรักษาสุขภาพทำให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ พืชผักปลอดภัยปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกษตรกรต้องมีการปรับตัวในการทำการเกษตรใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย ปลอดภัย โดยในกระบวนการปลูกพืชใช้สารเคมีได้ตามที่กำหนด หรือสินค้าเกษตรอินทรีย์ ไม่สามารถใช้สารเคมี ประกอบกับราคาผลผลิตที่ตกต่ำ ทำให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการบำรุงพืช และปรับปรุงดินที่มีความเสื่อมโทรม ทำให้ความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกษตรกรรายย่อย กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้ที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์

### วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่การซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง

### สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง
2. ปัจจัยพฤติกรรมส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง

### ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรที่จะศึกษา ประชากรคือผู้ประกอบการที่เคยซื้อและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ มีพื้นที่ทำการเกษตรในจังหวัดตรัง 10 อำเภอ คือ อำเภอเมืองตรัง อำเภอกันตัง อำเภอหาดสำราญ อำเภอปะเหลียน อำเภอสิเกา อำเภอรัษฎา อำเภอวังวิเศษ อำเภอนาโยง อำเภอห้วยยอด อำเภอย่านตาขาว

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยพฤติกรรม สิ่งกระตุ้นภายนอกจากผู้ซื้อ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง ด้านวัฒนธรรม รวมถึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

3. ขอบเขตด้านเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2562 – ธันวาคม 2562

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค

London and Bitta (อ้างถึงใน วุฒิ สุขเจริญ, 2559 หน้า 7) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่ตัดสินใจและกิจกรรมทางด้านกายภาพของบุคคลที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการประเมิน ได้มา ใช้สินค้าและบริการ ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคตามแบบฉบับ London and Bitta จะมุ่งในเรื่องของกระบวนการเริ่มตั้งแต่กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

Kotler (อ้างใน คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558 หน้า 22) การที่จะเข้าใจเหตุที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ อาศัยการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคโดย S-R theory

Philip Kotler and Gary Armstrong (อ้างใน คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558 หน้า 23-24) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กร นักการตลาดไม่สามารถที่จะควบคุมสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคอาจส่งผลกระทบต่อความ

ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยและมีความรวดเร็วส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะโทรศัพท์มือถือถือกันมากขึ้น สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายที่มีการเพิ่มหรือการลดภาษีอากรที่จะส่งผลต่อความต้องการในสินค้า และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ จะเป็นตัวที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าบางชนิดในเทศกาลนั้นๆ เป็นต้น

## 2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler และ Payne (อ้างถึงใน ธีรธีร ธีรขวัญโรจน์, 2546 หน้า 63) ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการมีองค์ประกอบที่ประกอบด้วย 7Ps คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(สินค้าและบริการ) ปัจจัยด้านของราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านของพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

## 3. ปัจจัยส่วนบุคคล

ฉัตรยาพร เสมอใจและจิตินันท์ วารวินิช (2556, หน้า 101) ได้สรุปว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งพฤติกรรมการซื้อได้รับอิทธิพลที่มาจากปัจจัยส่วนบุคคล อายุและวงจรชีวิต ซึ่งบุคคลมีพฤติกรรมและรสนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุและช่วงวงจรของชีวิต อาชีพของบุคคลมีอิทธิพลต่อการบริโภคสภาพเศรษฐกิจของบุคคล อันประกอบด้วย รายได้ ทรัพย์สิน เงินออม ภาระหนี้สิน ทักษะคิดในการออมเงินและใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ต้องการปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือเกษตรกรที่เคยซื้อและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในพื้นที่ทางการเกษตรในจังหวัดตรัง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดตรังที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% เป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 385 คน

กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดตรัง โดยใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling )เป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่คำนึงว่าตัวอย่างแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกเลือกมากน้อยเท่าไรทำให้ไม่ทราบความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยในประชากรจะถูกเลือก การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้ไม่สามารถนำผลที่ได้อ้างอิงไปยังประชากรได้ แต่มีความสะดวกและประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่า ซึ่งใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแล้วแบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยใช้กรอบแนวคิด เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส อายุระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ ชนิดพืชที่ปลูก สถานที่ตั้งแปลง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง ประกอบด้วย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix '7Ps )

วิธีการเก็บข้อมูลในการการศึกษาพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง มีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการศึกษาครั้งนี้ จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์และแบบสอบถามโดยตรงกับเกษตรกร โดยกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเกษตรกรที่ทำเกษตรในพื้นที่จังหวัดตรังที่เคยซื้อหรือใช้ปุ๋ยอินทรีย์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสถิติสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ใช้วิธีการหาความถี่ แล้วสรุปเป็นคำร้อยละ
2. พฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง ใช้วิธีหาค่าความถี่แล้วสรุปเป็นคำร้อยละ
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง เป็นแบบมาตรฐาน ประมาณค่า เป็นการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในตรัง ตัวแปรต้นมีค่าย่อย 2 ค่า ใช้ t-test ตัวแปรต้นมีค่าย่อยมากกว่า 2 ค่า ใช้ anova ในการทดสอบความแตกต่าง และทดสอบรายคู่ภายในกลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางสถิติ โดยใช้สถิติ LSD

## ผลการวิจัย

### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 75.00 มีอายุระหว่าง 40-59 ปีคิดเป็นร้อยละ 49.00 มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 50.00 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 69.00 เป็นเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราคิดเป็นร้อยละ 46.25 และส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งแปลงในอำเภอเมือง จังหวัดตรังคิดเป็นร้อยละ 30.75

### 2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมด้านเศรษฐกิจ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เนื่องจากลดต้นทุนการผลิตจำนวน คิดเป็นร้อยละ 43.75 พฤติกรรมด้านเทคโนโลยี ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเทคโนโลยีการตรวจสอบคุณภาพดินมีส่วนช่วยในการทำการเกษตรเพาะปลูกพืชจำนวน คิดเป็นร้อยละ 55.00 พฤติกรรมทางด้านการเมือง ผู้ที่ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่านโยบายรัฐบาลเรื่องเกษตรอินทรีย์ช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 37.50 และพฤติกรรมด้านวัฒนธรรม ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนการปลูกพืช หรือบำรุงพืชโดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์เทศบาลกินเจ คิดเป็นร้อยละ 46.50

### 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดตรังในภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดได้แก่ กระบวนการให้บริการโดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา มีความคิดเห็นในระดับมาก ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พนักงานผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 4.13 4.08 3.68 และ 3.56 ตามลำดับ มีความคิดเห็นระดับปานกลางคือ การส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

4. การทดสอบความแตกต่างระหว่าง ตัวแปรต้นมีค่าย่อย 2 ค่า ใช้ t-test ตัวแปรต้นมีค่าย่อยมากกว่า 2 ค่า ใช้ anova และทดสอบรายคู่ภายในกลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางสถิติ โดยใช้สถิติ LSD

1. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมนั้น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านชนิดพืชที่ปลูกกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยส่วนบุคคลด้านชนิดพืชที่ปลูกที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านการเมืองกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมด้านการเมืองที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดตรัง ผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ชนิดพืชที่ปลูก ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศ

ชาย มีสถานสมรส อายุระหว่าง 40-59 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ปลูกยางพารา และมีสถานที่ตั้งแปลงในอำเภอเมือง เนื่องจากเกษตรกรเป็นผู้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย การทำเกษตรกรรมเป็นการใช้แรงงานในภาคการเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่ผู้นำครอบครัวเป็นแรงงานสำคัญในภาคการเกษตรและเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ แรงงานในภาคการเกษตรเกษตรส่วนใหญ่เป็นที่มีอายุวัยกลางคนขึ้นไปและมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน 5 ด้าน ได้แก่ เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และสถานที่ตั้งแปลง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ อายุ และ ชนิดพืชที่ปลูก ทั้งนี้อาจเพราะอายุที่แตกต่างกันส่งผลในการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรเพราะผู้ที่มีอายุมาก อาจมีประสบการณ์ในการทำเกษตรมากกว่า และผู้ที่มีอายุน้อยมีระดับการศึกษาที่สูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก ซึ่งส่งผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ที่แตกต่างกัน และพืชแต่ละชนิดมีความต้องการในการปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน ความต้องการธาตุอาหารของพืช ปริมาณปุ๋ยที่พืชต้องการ เกษตรกรต้องใส่ปุ๋ยตามความต้องการของพืชแต่ละชนิดที่ที่มีความต้องการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ให้ตรงกับความต้องการของพืชแต่ละชนิดและสภาพพื้นที่นั้นๆ

สอดคล้องกับ พฤกษ์ ชวพันธ์ (2551) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 50,000 บาท และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร โดย อายุ สถานภาพ ครอบครัว พื้นที่ รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดตรังในภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดได้แก่ กระบวนการให้บริการ รองลงมา มีความคิดเห็นในระดับมาก ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พนักงานผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ มีความคิดเห็นระดับปานกลางคือ การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับในภาพรวมต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่มีระดับความคิดเห็นมาก เกษตรกรมีความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์โดยให้ความสำคัญในหลายปัจจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต้องการบริการความรวดเร็วในการจัดส่ง มีการจัดที่ถูกต้อง มีการรับชำระเงินที่ถูกต้องและการให้บริการหลังการขาย เพื่อปรึกษาปัญหาในการใช้และวิธีการใช้ อันเนื่องมาจากเกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ทำให้ต้องการความรู้จากผู้ที่เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาในการใช้หรือเรื่องอื่นๆ และปัจจัยการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องมาจากปุ๋ยอินทรีย์เป็นปุ๋ยที่มีราคาไม่สูงเกษตรกรและการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ยังสามารถทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมีได้ ผู้ที่จำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องกระบวนการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีบริการหลังการขาย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในตัวบรรจุภัณฑ์แข็งแรง สร้างความน่าเชื่อถือ ด้าน

ผลิตภัณฑ์คุณภาพของปุ๋ย ขนาดและเครื่องหมายในการรับรองคุณภาพ มีการแสดงราคาที่ชัดเจน มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา สุวรรณจำรูญ เรื่องทัศนคติของเกษตรกรต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราต่อส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในภาพรวมอยู่ในระดับดี และมีทัศนคติในส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาในรายด้าน ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับดี และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มารีน่า มาหมีน เรื่องพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรชาวสวนยางในจังหวัดชุมพร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ปลูกยางพาราในจังหวัดชุมพรจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ราคา และลำดับสุดท้ายที่เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในจังหวัดชุมพรให้ความสำคัญคือ การส่งเสริมการตลาด

3. การศึกษาพฤติกรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

เศรษฐกิจ การเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เนื่องจากลดต้นทุนการผลิตจำนวน รองลงมาเป็นปรับปรุงบำรุงดิน ลำดับถัดมาผลผลิตเพิ่มขึ้น ลำดับถัดมาพืชโตเร็วสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น และ ราคาผลผลิตเพิ่มสูงขึ้น ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความจำเป็นและความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

เทคโนโลยี พฤติกรรมด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเทคโนโลยีการตรวจสอบคุณภาพดินมีส่วนช่วยในการทำการเกษตรเพาะปลูกพืช รองลงมาเป็นเทคโนโลยีการพยากรณ์สภาพอากาศ ลำดับถัดมาเป็นเทคโนโลยีการตรวจสอบความเหมาะสมของดินในการปลูกพืช และ เทคโนโลยีการตรวจสอบความเหมาะสมการปลูกพืชตามภูมิประเทศตามลำดับ ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่เป็นรุ่นเก่า ค่อนข้างมีอายุ มีการเพาะปลูกพืชในรูปแบบเก่าๆ ไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพาะปลูกพืช เทคโนโลยีบางอย่างมีราคาสูงและใช้งานยาก ก่อให้เกิดความยุ่งยากในการใช้งาน เกษตรกรเข้าไม่ถึงเทคโนโลยีเหล่านี้ และในพื้นที่จังหวัดตรังเป็นการทำเกษตรในรูปแบบของครัวเรือน ไม่ใช่เกษตรอุตสาหกรรม ทำให้ในเรื่องเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการซื้อหรือใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร

การเมือง พฤติกรรมด้านการเมืองกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมด้านการเมืองที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่านโยบายรัฐบาลเรื่องเกษตรอินทรีย์ช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์ รองลงมาเป็นนโยบายส่งเสริมเกษตรกรทฤษฎีใหม่ ลำดับถัดมานโยบายเกษตรปลอดภัย/เกษตรปลอดภัยจำนวน 94 คน ลำดับถัดมา



นโยบายการพัฒนาสินค้าเกษตรสู่มาตรฐาน ลำดับถัดมานโยบายการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ 882  
อำเภอ และนโยบาย GI สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามลำดับ เนื่องจากการเข้าถึงนโยบายของรัฐส่งผลต่อ  
การซื้อและใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร นโยบายของหน่วยงานของรัฐที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การใช้และซื้อปุ๋ย  
อินทรีย์ของเกษตรกรแตกต่างกัน เนื่องจากเกษตรกรต้องปรับเปลี่ยนการปลูกพืช การดูแล การใส่ปุ๋ย ให้  
เข้าหลักเกณฑ์ในการเข้าร่วมโครงการต่างๆ และการประสัมพันธ์ให้เกษตรกรตระหนักและการรับรู้ของ  
เกษตรกร ถึงความสำคัญของการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของมีแตกต่างของแต่ละโครงการ

วัฒนธรรม การเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านวัฒนธรรมกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรม  
ด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ผู้ที่ตอบ  
แบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนการปลูกพืชหรือบำรุงพืชโดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์เทศบาลกินเจ รองลงมาเป็น  
เทศบาลตรุษจีนจำนวน 159 คน ลำดับถัดมาเป็นเทศบาลปีใหม่ ลำดับถัดมาเป็นเทศบาลสาร์ทเดือนสิบ  
และเทศบาลสงกรานต์ตามลำดับ เนื่องจาก เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามปลูกยางพารา  
ช่วงเวลาในเทศบาลและวัฒนธรรมต่างๆของจังหวัดตรังจึงไม่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร นาชัยโชค (2553) เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจใช้ปุ๋ยอินทรีย์ใน  
นาข้าวของเกษตรกร ตำบลลุดหว้า อำเภอ กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ในการ  
ตัดสินใจใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลลุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ปัจจัยด้าน  
กายภาพ ด้านชีวภาพ ด้านเศรษฐกิจและสังคม เกษตรกรมีความคิดเห็นในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในระดับ  
มาก

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมที่เป็นสิ่งเร้าของเกษตรกรต่อการซื้อ  
ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ซึ่งสามารถทำให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนที่ต้องการในการผลิต  
ปุ๋ยอินทรีย์ นำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรม วางแผนในด้านต่างๆของตนเองและองค์กร  
ด้านการเกษตร ในการจัดจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเกษตรกรประกอบอาชีพทางด้าน  
การเกษตร

ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ และข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่ได้จากการวิจัย ดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีสถานภาพสมรส อายุ 40-59 ปี  
ระดับการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ควรทำการตลาดที่เหมาะสมกับปัจจัยดังกล่าว โดย  
ใช้การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ เช่น ผ่าน วิทยุ ไลน์ หรือป้าย  
โฆษณาในร้านน้ำชาและร้านกาแฟ ร้านขายของชำในหมู่บ้าน หรือการออกร้านในตลาดชุมชน เป็นต้น
2. เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ปุ๋ยควรมีการตั้ง  
ราคาที่ไม่สูง เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ทั้งคุณภาพและราคา

3. เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามปลูกยางพารา ในการจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ผู้จำหน่ายควรจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ที่มีสูตรที่มีสารที่ใช้บำรุงต้นยางพาราหรือใช้ในสวนยางพาราได้ มีสูตรปุ๋ยที่เหมาะสมกับพืชแต่ละชนิด

### ปัจจัยพฤติกรรม

1. ด้านเศรษฐกิจสาเหตุที่เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์เนื่องต้องการลดต้นทุนการผลิตในการทำการเกษตรกร ผู้ประกอบการควรมีการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม โดยการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ และบอกวิธีการใช้ปุ๋ยที่ทำให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับพืชและช่วงเวลา

2. ด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบการการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดตรังควรศึกษาชุดดิน ความเหมาะสมในการปลูกพืช ในจังหวัดตรัง การปรับสูตรปุ๋ยอินทรีย์ให้เหมาะสม เนื่องจากปุ๋ยอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นปุ๋ยที่มีธาตุรอง มีธาตุอาหารหลักในปริมาณที่น้อย ปรับให้เหมาะสมกับพื้นที่เพื่อเป็นตัวเลือกให้เกษตรกรในการพิจารณาในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์

3. การเมือง นโยบายรัฐเรื่องเกษตรอินทรีย์ช่วยกระตุ้นในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ผู้ประกอบการควรมีการติดตามข่าวสาร นโยบายรัฐบาล นโยบายของจังหวัดในเรื่อง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์หรือเกษตรอินทรีย์ เพื่อนำมาใช้ในด้านตลาดให้เหมาะสมกับช่วงเวลา และเป็นการกระตุ้นยอดขายปุ๋ยอินทรีย์ของผู้ประกอบการ

4. วัฒนธรรม ผู้ประกอบการควรวางแผนการจำหน่ายให้เหมาะสมและกระตุ้นยอดขายให้เหมาะสมกับช่วงเวลา ในประเด็นต่าง ๆ ของจังหวัดที่ก่อให้เกิดความต้องการในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. จากผลการศึกษาเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการที่สุด ผู้ที่ต้องการผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อจำหน่ายหรือเป็นคนกลางที่รับปุ๋ยอินทรีย์มาจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นเกษตรกร จะต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยผู้ประกอบการผลิตปุ๋ยอินทรีย์อบรมพนักงานจะต้องมีการจัดส่งปุ๋ยอินทรีย์ที่ถูกต้อง แม่นยำและมีความซื่อสัตย์ สุจริต และพนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรผู้มาซื้อปุ๋ยอินทรีย์ได้

2. ด้านผลิตภัณฑ์ของปุ๋ยอินทรีย์ ผลการศึกษาเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ มาตรฐานการรับรองคุณภาพปุ๋ยอินทรีย์ของผู้ประกอบการ เนื่องจากเกษตรกรต้องการความมั่นใจในคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยอินทรีย์ต้องมีหลากหลายขนาดให้เลือกซื้อ เพราะความต้องการของพืชและจำนวนขนาดพื้นที่ของเกษตร การใช้ปุ๋ยประโยชน์จากปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน เกษตรกรบางรายใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการลดต้นทุนการผลิต จะใช้ปุ๋ยอินทรีย์เป็นจำนวนมาก ขนาดใหญ่คุ้มค่าในการขนส่ง เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงดิน ก็จะใช้น้อยลงมา โดยจะใช้ในช่วงก่อนปลูกพืช

3. ด้านราคา ผลการศึกษาเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความสำคัญกับการที่ผู้ประกอบการมีการแสดงราคาปุ๋ยอินทรีย์ที่ชัดเจน มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ที่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน การที่ผู้ผลิตแสดงราคาที่ชัดเจน ทำเกษตรกร

สามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ แสดงถึงความจริงใจของผู้ประกอบการที่ผลิตปุ๋ยอินทรีย์

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาผู้ประกอบการมีศูนย์จำหน่ายหรือขายปุ๋ยอินทรีย์ ตัวแทนการจำหน่ายที่เกษตรกรสามารถเดินทางสะดวก หาง่าย เป็นที่รู้จัก มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย การจัดบูธ ออกร้าน จำหน่ายในร้านจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรในชุมชน และมีการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรทราบถึงตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ในพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่ หรือพื้นที่ที่เกษตรกรตั้งแปลง มีสินค้าจำหน่ายในทุกอำเภอของจังหวัดตรัง

5. การส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเกษตรกรต้องการเมื่อซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในปริมาณมากแล้วมีราคาที่ถูกลงและ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ให้กับเกษตรกร

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากผลการศึกษา เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง ผู้ประกอบการที่ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ควรทำบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง ทนทาน เกษตรกรต้องมีการขนส่งเข้าไปใช้แปลงเกษตรกร การเดินทางเข้าไปสู่แปลง อาจเป็นอุปสรรคทำบรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรงฉีกขาด ยกลำบากต่อเกษตรกรในการขนส่งปุ๋ยอินทรีย์เข้าไปยังแปลงปลูกพืช

7. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการที่จำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ ต้องการอบรมพนักงานให้มีความสุภาพและมีทัศนคติที่ดี ให้คำแนะนำในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์แก่เกษตรกรหรือผู้ซื้อชัดเจน ถูกต้อง มีความรู้และความชำนาญ และมีผู้ที่ให้คำแนะนำในการใช้และปลูกพืช มีบริการหลังการขาย

### เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). การพัฒนาเกษตรอินทรีย์. ค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.moac.go.th/news-preview-401391791603>

คำนาย อธิปรีชาสกุล. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โพกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง

ฉัตยาพร เสมอใจและฐิตินันท์ วารินทร์. (2556). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น

ธวัชธร ธีรขวัญโรจน์. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น

ปัทมา สุวรรณจรรย์. (2555). ทัศนคติของเกษตรกรต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์กรณีศึกษา เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา อำเภอควนกาหลง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ.

พฤษัช ชวพันธ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- มารีน่า มาห์มีน. (2557). พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จี.พี.ไซเบอร์พรินท์
- สุนทร นาชัยโชติ. (2553). การศึกษาการตัดสินใจใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในนาข้าวของเกษตรกร ตำบลกุดหว้า อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ค้นคว้าอิสระหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.