

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด จากกากลมูลสุกรของบริษัท แม่ทา วิ.พี. จำกัด ผู้ศึกษาดำเนินการรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจ วิเคราะห์สิ่งแวดล้อม ภายนอก ภายใน (SWOT Analysis) ของบริษัท แม่ทา วิ.พี. จำกัด รวมทั้งการแบ่งกลุ่มลูกค้าและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำเสนอ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ตอบแบบสัมภาษณ์ (ตารางที่ 1 – 4)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านสภาพการแข่งขันแนวโน้มและโอกาสของธุรกิจ (ตารางที่ 5 – 31)
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 32 – 40)
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 41 – 53)
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร (ตารางที่ 54 – 62)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากกากลมูลสุกรของบริษัท แม่ทา วิ.พี. จำกัด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายปุ๋ย ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน จำนวน 20 ราย

จากการเข้าสัมภาษณ์เก็บข้อมูลพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ 12 ราย และมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการร้านจำนวน 8 ราย ด้านระยะเวลาในการทำธุรกิจ พบว่ามีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1 - 10 ปี จำนวน 8 ราย ระยะเวลาดำเนินกิจการ 11 – 20 ปี จำนวน 6 ราย ส่วนระยะเวลาดำเนินกิจการ 21 – 30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 รายเท่ากัน ลักษณะของการเป็น

เจ้าของกิจการพบว่า มีลักษณะเป็นแบบเจ้าของคนเดียว 10 ราย รองลงมาเป็นสหกรณ์ จำนวน 8 รายและธุรกิจครอบครัวจำนวน 2 ราย ตามลำดับ (ตารางที่ 1 – 3)

การทำธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรครบวงจรควบคู่ไปกับการจำหน่ายปุ๋ยทั้ง 20 ราย รองลงมามีการจำหน่าย ยาฆ่าแมลงควบคู่ไปกับการจำหน่ายปุ๋ย จำนวน 13 ราย จำหน่ายอาหารสัตว์อาหารสัตว์และปุ๋ยยาฆ่าหญ้าควบคู่ไปกับการจำหน่ายปุ๋ย จำนวน 12 รายเท่ากัน (ตารางที่ 4)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านสภาพการแข่งขัน แนวโน้มและโอกาสของธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำหน่ายปุ๋ย พบว่า ทุกร้านมีร้านจำหน่ายปุ๋ยในพื้นที่ใกล้เคียง รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร โดยลักษณะที่พบมากที่สุดคือ มีร้านจำหน่ายปุ๋ยในพื้นที่ใกล้เคียง 1 - 3 ร้าน จำนวน 13 ราย มีร้านจำหน่ายปุ๋ยในพื้นที่ใกล้เคียง 4 – 6 ร้าน จำนวน 4 ราย และมีร้านจำหน่ายปุ๋ยในพื้นที่ใกล้เคียง 7 ร้านขึ้นไป จำนวน 3 ราย (ตารางที่ 5)

ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า ผลกระทบที่เกิดจากที่มีร้านขายปุ๋ยในพื้นที่ใกล้เคียง ส่วนใหญ่เป็นผลกระทบที่เกิดจากการแข่งขันด้านราคาจำนวน 10 ราย ผลกระทบด้านต้นทุนจำนวน 3 ราย ไม่มีผลกระทบจำนวน 1 รายและไม่แสดงความคิดเห็น 6 ราย (ตารางที่ 5)

ประเภทและยี่ห้อของปุ๋ยที่จำหน่ายพบว่า ปุ๋ยเคมีที่มีจำหน่ายมากที่สุดคือ ปุ๋ยยี่ห้อเรือใบ ไวคิง จำนวน 19 ราย รองลงมาเป็น ยี่ห้อกระต่ายจำนวน 18 ราย ยี่ห้อหัววัวคันไถจำนวน 9 ราย ยี่ห้อม้าบินจำนวน 2 ราย ตามลำดับ ส่วนปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดที่มีจำหน่ายมากที่สุดคือยี่ห้อบุญพืชจำนวน 7 ราย รองลงมาเป็นยี่ห้อมรกตเขียว และยี่ห้อโพธิ์กรรณา จำนวนเท่ากันคือ 4 ราย ยี่ห้อฟ้าเกษตร จำนวน 3 ราย ยี่ห้อควบบอยและยี่ห้อมงกุฎ จำนวนเท่ากันคือ 2 ราย (ตารางที่ 7)

เมื่อเปรียบเทียบกับร้านใกล้เคียงพบว่าจำนวนยี่ห้อและประเภทของปุ๋ยที่จำหน่ายมีเท่าๆ กัน ทั้งหมด 16 ราย มีน้อยกว่าจำนวน 3 ราย และมีมากกว่าจำนวน 1 ราย (ตารางที่ 8)

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนยี่ห้อที่จำหน่ายในร้านที่สัมภาษณ์ กับร้านใกล้เคียงพบว่า มีจำนวนยี่ห้อของปุ๋ยที่จำหน่าย 2 - 3 ยี่ห้อทั้งหมด 12 ราย และมีจำนวนยี่ห้อของปุ๋ยที่จำหน่ายจำนวน 4 - 5 ยี่ห้อจำนวน 8 ราย (ตารางที่ 9)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าร้านของตนมีจุดเด่นเมื่อเทียบกับร้านอื่นๆ อันดับแรกคือ มีที่จอดรถสะดวกจำนวน 13 ราย รองลงมาใกล้ตลาดจำนวน 10 ราย ให้เครดิตลูกค้าจำนวน 8 ราย ใกล้ถนนใหญ่จำนวน 7 ราย มีจุดเด่นที่อยู่ใกล้ธนาคาร และมีจำนวนพนักงานเพียงพอ จำนวน 3 ราย เท่ากัน ส่วนที่มีจุดเด่นที่พนักงานเป็นกันเอง มีปริมาณสินค้าเพียงพอกับความต้องการรวมถึงอยู่ใกล้

จุดจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรและจุดเด่นที่เจ้าของร้านมีการแนะนำ ความรู้ แก่เกษตรกร มีจำนวน 2 รายเท่ากัน (ตารางที่ 10)

ยอดขายปุ๋ยแต่ละประเภทในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาของร้านขายปุ๋ย ที่สัมพันธ์ มียอดขายลดลง เนื่องจากภาวะอากาศแห้งแล้งจำนวน 15 ราย และยอดขายทรงตัวจำนวน 5 ราย (ตารางที่ 11)

นอกจากนี้ยังพบว่ายอดขายปุ๋ยอินทรีย์ในรอบปีที่ผ่านมา มียอดขาย 31 – 60 ตัน/ปี จำนวน 10 ราย รองลงมามียอดขาย 101 ตัน/ปีขึ้นไป จำนวน 6 ราย และ ยอดขาย 61 – 100 ตัน/ปี จำนวน 3 ราย และมียอดขายไม่เกิน 30 ตัน/ปี จำนวน 1 ราย ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ส่วนยอดขายปุ๋ยเคมีในรอบปีที่ผ่านมาพบว่ามียอดขาย 101- 200 ตัน/ปี จำนวน 12 ราย มียอดขาย 401 ตัน/ปี ขึ้นไปจำนวน 5 ราย มียอดขาย 201 – 300ตัน/ปีและจำนวน 301 – 400 ตัน/ปี จำนวน 2 รายเท่ากัน และมียอดขายปุ๋ยเคมีไม่เกิน 100 ตัน/ปี จำนวน 1 ราย (ตารางที่ 13)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีสัดส่วนการจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ต่อปุ๋ยเคมี 15 : 85 มีจำนวน 8 ราย รองลงมามีสัดส่วน 20 : 80 จำนวน 6 ราย สัดส่วน 30 : 70 มีจำนวน 5 รายและสัดส่วน 10 : 90 มีจำนวน 1 ราย (ตารางที่ 14)

ผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย เห็นว่า ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ราย (ตารางที่ 15)

ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย เห็นว่ากลุ่มเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ส่วนมากเป็นชาวสวนผลไม้ มีจำนวน 5 ราย ที่เห็นว่าการกลุ่มเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ส่วนมากคือชาวสวนผัก และมีจำนวน 1 ราย ที่เห็นว่าการกลุ่มเกษตรกรที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ส่วนมากเป็นชาวนาจำนวน 1 ราย (ตารางที่ 16)

ผู้ประกอบการทั้งหมด (20 ราย) เห็นว่าในรอบปีที่ผ่านมา มีปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดยี่ห้อใหม่ๆ เพิ่มขึ้นมาก (ตารางที่ 17)

ผู้ประกอบการทั้งหมด (20 ราย) ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจาก บริษัทผู้ผลิตมาเพื่อจำหน่าย (ตารางที่ 18)

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา เลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของผู้ประกอบการ พบว่าส่วนใหญ่ จะพิจารณาด้านราคา มีจำนวน 16 ราย รองลงมาพิจารณาด้านคุณภาพสินค้า มีจำนวน 10 ราย พิจารณาด้านด้านวัตถุดิบการผลิต มีจำนวน 5 ราย พิจารณาด้านพนักงานขาย มีจำนวน 4 ราย พิจารณาด้านความต้องการของลูกค้ามีจำนวน 2 ราย พิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาดมีจำนวน 1 ราย (ตารางที่ 19)

เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนระหว่างปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดกับปุ๋ยเคมี พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย เห็นว่าปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ให้ผลตอบแทนมากกว่าปุ๋ยเคมีและผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย เห็นว่าปุ๋ยเคมีให้ผลตอบแทนมากกว่า (ตารางที่ 20)

ผู้ประกอบการจำนวน 19 ราย เห็นว่าเกษตรกรซื้อปุ๋ยเคมีมากกว่าปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย เห็นว่าเกษตรกรซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดมากกว่าปุ๋ยเคมี (ตารางที่ 21)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีกลยุทธ์ในการขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด โดยการให้เครดิตลูกค้าประจำมากที่สุด มีจำนวน 11 ราย รองลงมาคือกลยุทธ์ด้านราคาจำนวน 9 ราย มีเงินปันผลให้ลูกค้าสมาชิก มีจำนวน 8 ราย ให้ความรู้กับเกษตรกร ในเรื่องผลดีของการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ มีจำนวน 7 ราย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีจำนวน 5 ราย การร่วมกิจกรรมกับชุมชน มีจำนวน 3 ราย ให้ความรู้กับเกษตรกรเรื่องผลดีของปุ๋ยอินทรีย์และการให้คำแนะนำในการทำการเกษตรที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ มีจำนวน 2 ราย เท่ากัน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลดินในระยะยาวและการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร้านแก่สมาชิก มีจำนวน 1 ราย เท่ากัน (ตารางที่ 22)

ผู้ประกอบการต้องการให้ผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ดำเนินการทางการตลาด ในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ จำนวน 20 ราย รองลงมาต้องการให้มีของแถม/ของรางวัลจำนวน 14 ราย ต้องการให้มีการแจกคู่มือจับรางวัลประจำปี และมีการอบรมเกษตรกรในการใช้ปุ๋ย มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 11 ราย ต้องการให้มีการลดราคา จำนวน 7 ราย ต้องการให้มีการสะสมคะแนนแลกของรางวัล จำนวน 2 ราย (ตารางที่ 23)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มที่จะมีร้านจำหน่ายปุ๋ยเพิ่มขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับร้านของผู้ประกอบการ ในอีก 2 ปีข้างหน้า ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย เห็นว่าไม่มีแนวโน้มที่ร้านจำหน่ายปุ๋ยจะมีเพิ่มขึ้น ซึ่งเท่ากับผู้ประกอบการอีก 10 ราย ที่เห็นว่าแนวโน้มที่จะมีร้านจำหน่ายปุ๋ยเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการที่เห็นว่ามีแนวโน้มที่จะมีร้านขายปุ๋ยจะเพิ่มขึ้น เห็นว่าจะส่งผลกระทบการแข่งขันด้านราคา จำนวน 4 ราย ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 6 ราย (ตารางที่ 24)

ในกรณีที่ร้านของผู้ประกอบการ ไม่มีปุ๋ยยี่ห้อที่ลูกค้าต้องการส่วนใหญ่จะแก้ปัญหาด้วยการ แนะนำยี่ห้ออื่นพร้อมให้ข้อมูลแก่ลูกค้าจำนวน 10 ราย รองลงมาอธิบายเปรียบเทียบคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์แต่ละยี่ห้อให้ลูกค้าทราบจำนวน 6 ราย และแจ้งลูกค้าว่าไม่มีแต่อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ จำนวน 4 ราย (ตารางที่ 25)

ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย เห็นว่าเกษตรกรร้องเรียนในเรื่องใช้แล้วได้ผลช้ากว่าปุ๋ยเคมี ส่วนที่เหลือไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ จำนวน 17 ราย (ตารางที่ 26)

ผลกระทบที่เกิดจากสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน ผู้ประกอบการเห็นว่า ลูกค้าน่าจะตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ย เท่าที่จำเป็นต่อการเพาะปลูก จำนวน 8 ราย รองลงมาลูกค้าน่าจะตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยที่ให้ผลเร็ว และเลือกซื้อปุ๋ยจากร้านที่ให้เครดิตนานมี จำนวน 6 รายเท่ากัน ลูกค้าน่าจะตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีมากกว่าปุ๋ยอินทรีย์ จำนวน 5 ราย ลูกค้าน่าจะตัดสินใจซื้อปุ๋ยจากร้านที่ให้ราคาถูก จำนวน 4 ราย (ตารางที่ 27)

ผลกระทบที่เกิดจากสถานการณ์ทางการเมือง ผู้ประกอบการทั้งหมด จำนวน 20 ราย เห็นว่า ไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ (ตารางที่ 28)

ผลกระทบที่เกิดจากโครงการประกันราคาพืชผล/โครงการแทรกแซงราคาสินค้าเกษตรของรัฐบาล ผู้ประกอบการเห็นว่าเกษตรกรซื้อปุ๋ยเพิ่มขึ้นจำนวน 15 ราย รองลงมาคือเกษตรกรมีความมั่นใจที่จะลงทุนซื้อปุ๋ยจำนวน 3 ราย และที่คิดว่าไม่มีผลกระทบ จำนวน 2 ราย (ตารางที่ 29)

ผลจากกระแสการทำเกษตรแบบยั่งยืน/เกษตรทางเลือก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นจำนวน 11 ราย รองลงมาเห็นว่ามีผลเล็กน้อยจำนวน 6 ราย ไม่มีผลจำนวน 2 ราย และเกษตรกรมีความเข้าใจการเกษตรแบบยั่งยืน จำนวน 1 ราย (ตารางที่ 30)

ผลจากกระแสการบริโภคพืชผักปลอดสารพิษ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด เล็กน้อยจำนวน 14 ราย รองลงมาคือไม่มีผลจำนวน 6 ราย (ตารางที่ 31)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 83.25 มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี ร้อยละ 46 รองลงมาช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.25 และอายุ 51 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 15.25 จบการศึกษาระดับ ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา มีวุฒิมัธยมศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายคิดเป็นร้อยละ 17.75 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 16.00 และระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาเป็นคู่สมรสหัวหน้าครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 13.50 และบุตรธิดา คิดเป็นร้อยละ 11.25 เกษตรกรส่วนใหญ่ทำสวนคิดเป็นร้อยละ 79.75 รองลงมาทำไร่คิดเป็นร้อยละ 69.50 และทำนาคิดเป็นร้อยละ 54.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมามีขนาด 10 – 20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 34.75 ขนาด 21 – 30 ไร่คิดเป็นร้อยละ 9.50 และขนาด 31 ไร่ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ดินเองคิดเป็นร้อยละ 71.75 และเป็นการเช่า คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีระยะเวลาทำอาชีพเพาะปลูกอยู่ในช่วง 5 – 10 ปีคิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา 15 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 26.25 ระยะเวลา 10 – 15 ปีคิดเป็นร้อยละ 22.25 และน้อยกว่า 5 ปีคิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ เกษตรกรมีรายได้ได้ต่ำกว่า 50,000 บาท

ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมามีรายได้ 50,000 – 100,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 28.25 รายได้ 100,001 – 150,000 บาทคิด เป็นร้อยละ 18.50 รายได้ 150,001 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 32 – 40)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

การเลือกใช้ปุ๋ยของเกษตรกรพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เลือกใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี ร้อยละ 58.75 รองลงมาใช้แต่ปุ๋ยอินทรีย์อย่างเดียว ร้อยละ 21.25 และใช้ปุ๋ยเคมีอย่างเดียว ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 41)

เมื่อจำแนกการใช้ปุ๋ยตามอาชีพของเกษตรกรพบว่าปุ๋ยอินทรีย์ใช้มากในเกษตรกรที่ทำสวน ร้อยละ 72.83 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำนา ร้อยละ 20.65 และเกษตรกรที่ทำไร่ ร้อยละ 6.52 ตามลำดับ ปุ๋ยเคมีใช้มากในเกษตรกรที่ทำไร่ ร้อยละ 48.37 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำนา ร้อยละ 33.49 และเกษตรกรที่ทำสวน ร้อยละ 18.14 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่ใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี ร่วมกันใช้มากในเกษตรกรที่ทำสวน ร้อยละ 42.01 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำไร่ ร้อยละ 33.14 และเกษตรกรที่ทำนา ร้อยละ 24.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 42)

เมื่อจำแนกการใช้ปุ๋ยตามขนาดพื้นที่เพาะปลูกพบว่า เกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูกที่น้อยกว่า 10 ไร่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการเพาะปลูก คิดเป็น ร้อยละ 61.18 รองลงมาคือเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 10 – 20 ไร่ ร้อยละ 32.94 และเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 21 – 30 ไร่ ร้อยละ 5.88 ตามลำดับ ปุ๋ยเคมีใช้มากในเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 10 – 20 ไร่ ร้อยละ 31.25 เกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 21 – 30 ไร่ ร้อยละ 16.25 เกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไป ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่ใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมีร่วมกันใช้มากในเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 10 – 20 ไร่ ร้อยละ 36.59 รองลงมาคือเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 21 – 30 ไร่ ร้อยละ 8.51 เกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ ร้อยละ 5.62 และเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูก 31 ไร่ขึ้นไป ร้อยละ 1.28 ตามลำดับ (ตารางที่ 43)

เมื่อจำแนกการใช้ปุ๋ยตามการถือครองที่ดิน พบว่าปุ๋ยอินทรีย์ใช้มากในเกษตรกรที่เป็นเจ้าของที่ดิน ร้อยละ 70.59 รองลงมาคือเกษตรกรที่เช่าที่ดิน ร้อยละ 29.41 ปุ๋ยเคมีใช้มากในเกษตรกรที่เป็นเจ้าของที่ดิน ร้อยละ 56.25 รองลงมาคือเกษตรกรที่เช่าที่ดิน ร้อยละ 43.75 ส่วนกลุ่มที่ใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมีร่วมกันใช้มากในเกษตรกรที่เป็นเจ้าของที่ดิน ร้อยละ 77.45 รองลงมาคือเกษตรกรที่เช่าที่ดิน ร้อยละ 22.55 ตามลำดับ (ตารางที่ 44)

เมื่อจำแนกการใช้ปุ๋ยตามระยะเวลาที่ ประกอบอาชีพการพบว่าปุ๋ยอินทรีย์ใช้มากใน เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ร้อยละ 34.12 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำการ เพาะปลูกพืชเป็นเวลา 11 - 15 ปี ร้อยละ 24.70 เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 5 - 10 ปี ร้อยละ 21.18 และเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 20.00 ปุ๋ยเคมีใช้มากใน เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.75 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำการ เพาะปลูกพืชเป็นเวลา 5 - 10 ปี ร้อยละ 33.75 เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 11 - 15 ปี ร้อยละ 12.50 และเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.00 ส่วนกลุ่มที่ ใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมีร่วมกันใช้มากในเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 5 - 10 ปี ร้อยละ 31.91 รองลงมาคือเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ร้อยละ 28.94 เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชเป็นเวลา 11 - 15 ปี ร้อยละ 25.53 และเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูก พืชน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 3.62 (ตารางที่ 45)

เมื่อจำแนกการใช้ปุ๋ยตามรายได้ของเกษตรกรพบว่าปุ๋ยอินทรีย์ใช้มากในเกษตรกรที่มี รายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท/ปี ร้อยละ 38.82 รองลงมาคือ เกษตรกรที่มีรายได้ 50,000 - 100,000 บาท/ปี ร้อยละ 32.94 เกษตรกรที่มีรายได้ 100,001 - 150,000 บาท/ปี ร้อยละ 24.71 ปุ๋ยเคมีใช้มาก ในเกษตรกรที่มีรายได้จากต่ำกว่า 50,000 บาท/ปี ร้อยละ 41.25 รองลงมาคือเกษตรกรที่มีรายได้ 50,000 - 100,000 บาท/ปี ร้อยละ 27.50 เกษตรกรที่มีรายได้ 150,001 - 200,000 บาท/ปี ร้อยละ 21.25 ส่วนกลุ่มที่ใช้ทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมีร่วมกันใช้มากในเกษตรกรที่มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท/ปี ร้อยละ 30.64 รองลงมาคือเกษตรกรที่มีรายได้ 50,000 - 100,000 บาท/ปี ร้อยละ 26.81 เกษตรกรที่มีรายได้ 100,001 - 150,000 บาท/ปี ร้อยละ 20.43 เกษตรกรที่มีรายได้จากการเกษตร 150,001 - 200,000 บาท/ปี ร้อยละ 17.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 46)

เกษตรกรที่เลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์เนื่องจากไม่ทำลายดินคิดเป็น ร้อยละ 42.00 รองลงมาคือไม่ ทำลายสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 32.00 ราคาถูก ร้อยละ 30.25 มีสารอาหารพืชมาก ร้อยละ 19.75 หา ซื้อได้ง่าย ร้อยละ 10.75 และผลตนเองได้ ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ เกษตรแบบยั่งยืน (ตารางที่ 47)

แหล่งซื้อปุ๋ยของเกษตรกรพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากร้านที่เกษตรกรสะดวก ในการซื้อ ร้อยละ 50.75 รองลงมาซื้อจากร้านค้าในหมู่บ้าน ร้อยละ 16.00 ซื้อจากร้านขายปุ๋ย ร้อยละ 12.50 ซื้อจากสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 12.25 ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ร้อยละ 6.50 และ ซื้อจาก ธ.ก.ส. ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 48)

ปริมาณในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ต่อครั้งพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ 1-5 กระสอบ ต่อครั้ง ร้อยละ 30.50 รองลงมาซื้อ 6-10 กระสอบต่อครั้ง ร้อยละ 24.25 ซื้อ 11-15 กระสอบต่อครั้ง ร้อยละ 15.75 และมากกว่า 15 กระสอบต่อครั้ง ร้อยละ 9.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 49)

ความถี่ในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในรอบปีที่ผ่านมา พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อปุ๋ย 1-2 ครั้ง ร้อยละ 40.25 รองลงมาซื้อ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 28.75 ซื้อ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 8.75 และซื้อ มากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 50)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ยต่อปี อยู่ในช่วง 2,000-5,000 บาท ร้อยละ 33.25 ช่วง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 20.75 ต่ำกว่า 2,000 บาท ร้อยละ 17.75 และมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 8.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 51)

การรับฟังข้อมูลเกี่ยวกับปุ๋ยก่อนตัดสินใจซื้อ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะรับฟังข้อมูลจากเพื่อนเกษตรกร ร้อยละ 37.00 รองลงมาเป็นเจ้าของพื้นที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 22.25 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 10.50 ผู้นำชุมชน ร้อยละ 4.50 พนักงานขาย ร้อยละ 3.25 และหลาย ๆ คน รวมกัน ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 52)

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยในครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่เป็นตัวเกษตรกรเอง ร้อยละ 63.25 รองลงมาเป็นพ่อแม่ ร้อยละ 11.00 ญาติ ร้อยละ 3.25 ผู้นำหมู่บ้านและสามี ร้อยละ 1.00 และบุตร/ธิดา ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 53)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกร

เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย ในระดับมากทุกปัจจัย ค่าเฉลี่ย 3.89, 3.89, 3.82, 3.54 ตามลำดับ (ตารางที่ 54)

เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน รับรองจากกรมวิชาการเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.98 มีวิธีใช้ง่าย/ฉลากอธิบายวิธีให้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.96 ระบุส่วนผสมชัดเจนที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.93 ยี่ห้อเป็นที่รู้จัก/มีชื่อเสียงมานาน ค่าเฉลี่ย 3.80 บริษัทผู้ผลิตมีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ย 3.77 มีสูตรปุ๋ยให้เลือกหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 3.76 มีขนาดให้เลือกหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีการรับประกันสินค้า เช่น ยินดีรับคืนสินค้าเมื่อลูกค้าไม่พอใจ ค่าเฉลี่ย 3.69 (ตารางที่ 55)

เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย พบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ มีราคาให้เลือกหลากหลายตามคุณภาพและปริมาณของสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.02 ราคาถูก ค่าเฉลี่ย 3.98 มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.97 มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 มีการขายปุ๋ยแบบให้เครดิต ค่าเฉลี่ย 3.87 มีส่วนลดเมื่อสมัครเป็นสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.85 สามารถต่อรองราคาได้ ค่าเฉลี่ย 3.82 และระยะเวลาการให้เครดิต ค่าเฉลี่ย 3.74 (ตารางที่ 56)

เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย พบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากทุกปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ หาซื้อได้ง่าย ใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.16 การเดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.98 สถานที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.89 มีพนักงานช่วยยกสินค้าขึ้นรถให้ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.85 มีบริการส่งสินค้าให้ถึงบ้าน ค่าเฉลี่ย 3.81 ช่วงเวลาเปิดให้บริการของร้านขายปุ๋ย เช่น เปิดวันเสาร์-วันอาทิตย์หรือวันหยุดอื่น ค่าเฉลี่ย 3.78 และชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ ของตัวแทนจำหน่ายปุ๋ย ค่าเฉลี่ย 3.77 (ตารางที่ 57)

เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย พบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเรียงตามลำดับ คือ พนักงานขายพูดจาสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.86 มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมของพนักงานขายในร้าน ค่าเฉลี่ย 3.76 มีเอกสารประชาสัมพันธ์แจกให้ความรู้ลูกค้าเมื่อมีข้อมูลทางวิชาการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.64 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สถานีวิทยุ โปสเตอร์ สิ่งพิมพ์ ฯลฯ ค่าเฉลี่ย 3.63 มีจำนวนพนักงานขายเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าเข้าร้าน ค่าเฉลี่ย 3.60 มีกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของบริษัทที่จัดให้ชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.46 และ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีของแถม ค่าเฉลี่ย 3.37 มีคู่มือ ชิงโชค ค่าเฉลี่ย 3.32 และสะสมแต้มแลกของรางวัลปลายปี ค่าเฉลี่ย 3.25 (ตารางที่ 58)

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเกษตรกรที่ใช้ ปุ๋ยอินทรีย์ อย่างเดียวให้ความสำคัญเรื่องได้มาตรฐานรับรองจากกรมวิชาการเกษตรสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือระบุส่วนผสมชัดเจนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีวิธีใช้ง่าย/ฉลาดอธิบายวิธีใช้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ยี่ห้อเป็นที่รู้จัก/มีชื่อเสียงมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) บริษัทผู้ผลิตมีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีสูตรปุ๋ยให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการรับประกันสินค้า เช่น ยินดีรับคืนสินค้าเมื่อลูกค้าไม่พอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.95)) มีขนาดให้เลือก

หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ มีวิธีใช้ง่าย/ฉลาดอธิบายวิธีใช้ชัดเจน เกษตรกรที่ใช้ ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวให้ความสำคัญเรื่องระบุส่วนผสมชัดเจนที่ดูสูงสุด (4.18) มีวิธีใช้ง่าย/ฉลาดอธิบายวิธีใช้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ยี่ห้อเป็นที่รู้จัก/มีชื่อเสียงมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ได้มาตรฐานรับรองจากกรมวิชาการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีสูตรปุ๋ยให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) บริษัทผู้ผลิตมีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีขนาดให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการรับประกันสินค้า เช่น ยินดีรับคืนสินค้าเมื่อลูกค้าไม่พอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยทั้ง 2 ประเภทร่วมกันให้ความสำคัญเรื่องได้มาตรฐานรับรองจากกรมวิชาการเกษตรสูงสุด (3.94) (ตารางที่ 59)

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่าเกษตรกรที่ใช้ ปุ๋ยอินทรีย์อย่างเดียวก่อนให้ความสำคัญเรื่องมีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมากสูงสุด (4.80) และเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวก่อนให้ความสำคัญเรื่องมีการขายปุ๋ยแบบให้เครดิตสูงสุด (3.88) และเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยทั้ง 2 ประเภทร่วมกันให้ความสำคัญเรื่องมีป้ายแสดงราคาชัดเจนสูงสุด (4.04) (ตารางที่ 60)

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย พบว่าเกษตรกรที่ใช้ ปุ๋ยอินทรีย์อย่างเดียวก่อนเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวก่อนและเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยทั้ง 2 ประเภทร่วมกันให้ความสำคัญเรื่องหาซื้อได้ง่าย, ใกล้บ้าน ในระดับสูงสุด เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยดังนี้ (4.29, 4.09, 4.14) ตามลำดับ (ตารางที่ 61)

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเกษตรกรที่ใช้ ปุ๋ยอินทรีย์อย่างเดียวก่อนเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวก่อนและเกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยทั้ง 2 ประเภทร่วมกันให้ความสำคัญเรื่องพนักงานขายพูดจาสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีกับลูกค้าสูงสุด เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยดังนี้ (3.95, 3.85, 3.82) ตามลำดับ (ตารางที่ 62)