

ปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว

กรณีศึกษาบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบางจังหวัดพะเยา

Factors in Enhancing Income of Okra Agriculturalists:

A Case Study of Baan Sriprom Tambon KunPong District, Phayao

นิพนธ์ หาญสุข* อรรถพล หล้าสมบุญ* สิทธิเดช อภัยนนท์*

ชินวัฒน์ ธีรภัทรพรชัย* ภควรรณ อินทรา*

Nipphon Hernsook* Attapon Lasomboon* Sittidad Apinon*

Chinnawat Teeraphatpornchai* Pakawan Intar*

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*

Pacific Institute of Management Science*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยา และ 3) เพื่อศึกษาการสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม หมู่ 4 อำเภอบาง จังหวัดพะเยา จำนวน 35ครัวเรือน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการถดถอยอย่างง่าย (simple regression analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ตามลำดับ สำหรับผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวมีเพศ และระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน แต่เกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวมีอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยที่สัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยาพบว่า ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียว คิดเป็นร้อยละ 82.1, 59.3, 83.6, 80 และ 45.1 ตามลำดับ เกษตรกรยังให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดในเรื่องของการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากยิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและช่วยเพิ่มรายได้ในการปลูกกระเจี๊ยบเขียวและหน่วยงานของรัฐควรจัดแปรรูปผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวเพื่อเพิ่มมูลค่าของกระเจี๊ยบเขียวเพื่อเป็นแนวทางการสร้าง

รายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอปงจังหวัดพะเยาให้เกิดความเข้มแข็งจากภายในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ และนวัตกรรมด้านเกษตรใหม่ ๆ ได้

คำสำคัญ: กระเจี๊ยบเขียว, ส่วนประสมทางการตลาด, อำเภอปง, จังหวัดพะเยา.

Abstract

The study aims to investigate 1) variable factors in enhancing income, 2) relative factors in marketing mix and 3) earning ways of Okra growers in Pong district, Phayao. The sampling groups were the 35 members of Okra planters in Ban Sriporm. Questionnaires were mainly used in collecting data. Percentage, Means, Standard Deviation, T-test, F-test and One-Way Anova are applied to analyze the data.

It is found that there is significant result showing that the relation between income earning and the studied factors is at a high rate in all aspects. The most effective factor is the product itself, followed by price, promotion, marketing place and marketing procure respectively. In terms of marketing mix classified by basic individual, it shows that there is no significant factor in genders and educational degree relating to planting Okra, but ages at 0.5 significantly. For marketing mix, product quality, price, marketing place, promotion and process are the main factors in supporting economic of the Okra growers' family at 82.1 %, 59.3, % 83.6%, 80% and 45.1% respectively.

In order to saving Okra planting cost and strengthening income, agriculturalists suggest no use of chemical fertilizer but organic fertilizer instead. Government sectors should play an important role in supporting them in valuing Okra product and the district would be a center of knowledge distribution in the future.

Keywords: Okra, Marketing Mix, Pong District, Phayao.

บทนำ

กระเจี๊ยบเขียวเป็นสินค้าเกษตรส่งออกประเภทผักที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งต่างประเทศมีการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวอย่างแพร่หลาย โดยนิยมบริโภคผักก่อนซึ่งมีคุณค่าอาหารสูงอุดมไปด้วยแร่ธาตุและวิตามิน กระเจี๊ยบเขียวยังเป็นสมุนไพรสำคัญช่วยเคลือบกระเพาะ บำรุงสมอง ป้องกันหลอดเลือดตีบตัน และรักษาโรคความดันโลหิตสูง (สุภาภรณ์ ปิติพร. 2557) ชาวญี่ปุ่นนิยมรับประทานกระเจี๊ยบเขียวเป็นอันมากด้วย

เชื่อว่าพืชชนิดนี้กินแล้วดีต่อสุขภาพ ในแต่ละปีมีการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผักสดและแช่แข็ง ไปต่างประเทศคิดเป็นมูลค่าหลายร้อยล้านบาท โดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญมีการนำเข้ากระเจี๊ยบเขียวจากประเทศไทยถึงประมาณร้อยละ 95 ของการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ ประเทศในยุโรปและฮ่องกง แหล่งปลูกกระเจี๊ยบเขียวที่สำคัญในประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดในเขตภาคใต้ เช่น นราธิวาส สตูล จังหวัดในเขตภาคกลาง เช่น สุพรรณบุรี อ่างทอง ปราจีนบุรี นครปฐม เป็นต้น จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น นครราชสีมา สกลนคร และจังหวัดในเขตภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และลำปาง เป็นต้น ซึ่งมีพื้นที่ปลูกรวมทั้งหมดในปี 2559 ประมาณ 170,103 ไร่ มีผลผลิตรวม 236,968 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) ด้านการบริโภคภายในประเทศจะอยู่ในรูปของการบริโภคผักสดบริโภคทั่วไปตามครัวเรือน ผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดในประเทศนั้นได้จากเกษตรกรที่ปลูกเพื่อส่งขายตลาดภายในประเทศโดยตรง ใช้พันธุ์ในประเทศ และได้จากเกษตรกรที่ปลูกเพื่อส่งออกที่ตกเกรดไม่ได้มาตรฐานที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศได้

ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันการดำเนินงานภาคการเกษตร การปลูกกระเจี๊ยบเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรที่ทำให้เกิดเป็นอาชีพหลักในภาคการเกษตร และพบว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น มากกว่าการทำนาปี ทำนาปรัง หรือการปลูกมันสำปะหลัง แต่เกษตรกรที่ปลูกกระเจี๊ยบเขียว มีต้นทุนการผลิตสูง เช่นเมล็ดพันธุ์, ปุ๋ยเคมี ที่มีราคาสูง และยังมีโรคและแมลงศัตรูพืชของกระเจี๊ยบเขียว ได้แก่ เพลี้ยจักจั่นฝ้าย แมลงหวี่ขาว และแมลงประเภทปากกัตรวมถึงกลุ่มไวรัส ทำให้เกิดปัญหาต่อเกษตรกรเป็นจำนวนมาก จึงต้องให้หน่วยงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวในการสร้างรายได้จากการปลูกกระเจี๊ยบเขียวของเกษตรกร ต้องมีแนวทางในการจัดการอบรมให้ความรู้ตั้งแต่การปลูกไปจนถึงแนะนำทางด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการผลิตกระเจี๊ยบเขียวที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในการส่งออก และยังคงส่งเสริมด้านการเกษตรอย่างครบวงจร ได้ตั้งเป้าหมายกระดบรายได้ของเกษตรกรอย่างยั่งยืน เพื่อสนองทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ได้มีแนวคิดในการปรับปรุงพันธุ์กระเจี๊ยบเขียว เพื่อให้ได้ผลผลิตและเมล็ดพันธุ์ที่ดี ต้นไม้สูงมากทำให้เก็บเกี่ยวสะดวก มีความต้านทานโรคและแมลงได้ดี (ข่าวสำนักงานรัฐมนตรี 98/2559) เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อกระเจี๊ยบเขียวพันธุ์ใหม่ “กระเจี๊ยบเขียวธราธิป” (เทคโนโลยีชาวบ้าน, 2562) ดังนั้นการปลูกกระเจี๊ยบเขียวจึงเป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่งของเกษตรกร ในการสร้างรายได้จากรายปี มาเป็นรายวัน สามารถทดแทนการปลูกมันสำปะหลังและข้าวโพดในพื้นที่ของจังหวัดพะเยาได้อีกด้วย

จังหวัดพะเยามีพื้นที่ปลูกกระเจี๊ยบเขียว ประมาณ 133 ไร่ มีผลผลิตรวม 163 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) ซึ่งมีพื้นที่ปลูกในอำเภอเมืองพะเยา อำเภอดอกคำใต้ อำเภอจุน อำเภอภูซาง อำเภอเชียงคำ อำเภอเชียงม่วน อำเภอแม่ใจ อำเภอภูกามยาว และอำเภอปงด้วย มีการปลูกกระเจี๊ยบเขียวเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ มีการแนะนำส่งเสริมการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ต่างประเทศต้องการ ทั้งจากหน่วยงานราชการและเอกชนที่รับซื้อเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีการศึกษาอย่างชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบการสร้างรายได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอปง จังหวัดพะเยา ว่า เกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวมีสภาพทางเศรษฐกิจอย่างไร มี

การตลาดอย่างไร รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในกลุ่มตลอดจนมีปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดอย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นในการพัฒนาและต่อยอดผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าและช่องทางทางการตลาดต่อไป

คำถามการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว กรณีศึกษาบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบึง จังหวัดจังหวัดพะเยาเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

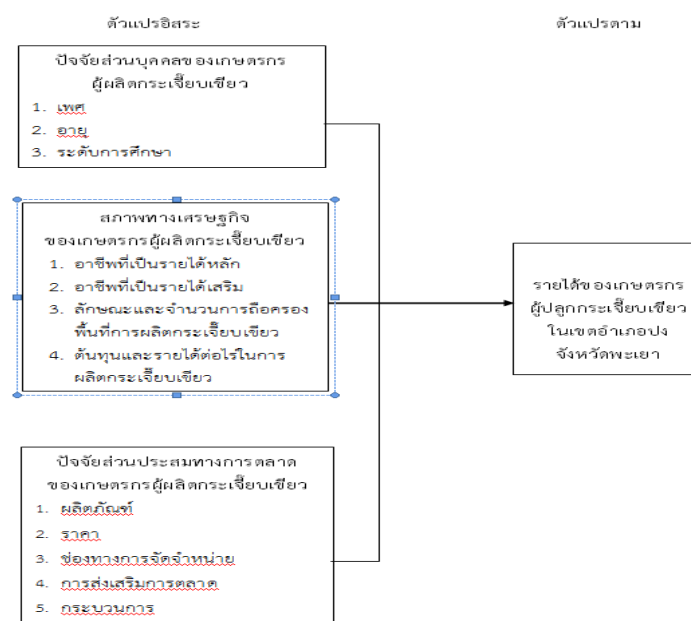
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบึง จังหวัดพะเยาเป็นอย่างไร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบึง จังหวัดพะเยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบึงจังหวัดพะเยา

สมมติฐานการวิจัย

1. เกษตรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ในเขตอำเภอบึง จังหวัดพะเยาที่มีเพศ อายุ ระดับการ ศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับสภาพเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควร อำเภอบึง จังหวัดพะเยา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีของโคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen and Uphoff. 1980 อ้างอิงในภูสิทธิ์ ชันติกุล และคณะ. 2554) และแนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (1997) มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแผนภาพต่อไปนี้



ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจียบเขียวประกอบด้วย อาชีพที่เป็นรายได้หลักอาชีพที่เป็นรายได้เสริมลักษณะและจำนวนการถือครองพื้นที่การผลิตกระเจียบเขียวต้นทุนและรายได้ต่อการผลิตกระเจียบเขียว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกกระเจียบเขียวในพื้นที่หมู่ 4 บ้านศรีพรหม ตำบลควน อำเภอปง จังหวัดพะเยา จำนวน 35 ครัวเรือน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 5 เดือน ตั้งแต่ เดือน มีนาคม ถึงเดือนกรกฎาคม 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นแบบสอบถามปลายปิด ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจียบเขียวกรณีศึกษาบ้านศรีพรหมตำบลควนอำเภอปงจังหวัดจังหวัดพะเยา □

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่ด้วยตนเองทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลวิเคราะห์ ☐ คำนวณด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ☐ ซึ่งสถิติที่ใช้ ☐ ในการวิเคราะห์ ☐ ข้อมูล ประกอบด้วย

1. วิเคราะห์ ☐ ข้อมูลพื้นฐานที่ประกอบด้วย เพศ อายุ โดยใช่ ☐ สถิติ ค ☐ ความถี่ และค ☐ การ ☐ ย่อยละ
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว กรณีศึกษาบ้านศรีพรม ตำบลควรร อำเภอบึง จังหวัดพะเยา ☐ โดยใช่ ☐ สถิติ ค ☐ เฉลี่ย และค ☐ เบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์ศึกษาวิเคราะห์สมมติฐาน โดยใช้สถิติ T-test และ F-test หรือ One-way Anova

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรม ตำบลควรร อำเภอบึง จังหวัดพะเยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.60$) รองลงมา คือ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.24$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.06$) ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.01$) ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.32$)

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ ส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวต่อจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวที่มีเพศต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significance Difference) ผลการทดสอบปรากฏว่าการเปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD จำแนกตามอายุ พบว่าอายุระหว่าง 25 - 35 ปี และอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจที่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุระหว่าง 25 - 35 ปี และอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีการตัดสินใจที่อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษาต่างกัน ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวกับสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียว โดยใช้สถิติ Simple Regression Analysis เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยอย่างง่าย (Beta) ที่นำเข้าสู่สมการ พบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก ($\beta = 0.909$; $\alpha < 0.05$)

ด้านราคามีแนวโน้มสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก($\beta = 0.778 : \alpha < 0.05$)

ด้านการจัดจำหน่ายมีแนวโน้มสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในระดับบวก ($\beta = 0.917 : \alpha < 0.05$)

ด้านการส่งเสริมการตลาดมีแนวโน้มสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงบวกสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียว 0.05 ($\beta = 0.898 : \alpha < 0.05$)

อภิปรายผล

การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในเขตอำเภอบึง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุดไปจนถึงมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านสามารถอภิปรายรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควง อำเภอบึง จังหวัดพะเยาพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อกระเจี๊ยบเขียวมีคุณสมบัติประโยชน์ต่อผู้บริโภค กระเจี๊ยบเขียวเป็นผักที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค กระเจี๊ยบเขียวมีความ สด ใหม่ ในทุก ๆ วันสอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี จินศร. (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของภรณ์ แยมพันธ์. (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูปตราดอยคำ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ด้านราคา การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควง อำเภอบึง จังหวัดพะเยา พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีราคาให้เลือกหลายยี่ห้อ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน รวมถึงมีใบเสร็จรับเงินแสดงราคาสินค้ารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับ งานวิจัยของวงศ์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวเรื่องราคาว่า ราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ ในรูปตัวเงิน ราคา เป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value) กับ ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ (Price) หากเห็นว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาก็จะซื้อผลิตภัณฑ์ราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทและมีอรรถประโยชน์อย่างยิ่งต่อการรับรู้ของลูกค้าในเรื่องคุณค่าและคุณภาพของบริการที่นำเสนอ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวบ้านศรีพรหม ตำบลควง อำเภอบึง จังหวัดพะเยาพบว่า อยู่ในระดับมาก มาเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการจัดจำหน่าย การคมนาคมสะดวก การจัดจำหน่ายกระเจี๊ยบเขียวผักสดตลาดภายในชุมชนเพื่อผู้บริโภค และ

การจัดจำหน่ายกระเจียวเขียวแปรรูป สอดคล้องกับพัชรินทร์ สุภาพันธุ์ รัชสรณ์ คงจรรจนันต์ จำเนียร บุญมาก ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์ และพัชรี อินธนู (2560) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ การจำหน่าย (ตลาดสินค้าเกษตรทั่วไปเกิดการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับความสดใหม่ ความสม่ำเสมอของสินค้า ราคา มีความเหมาะสมต่อปริมาณซื้อ ความดึงดูดของบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ต้องมีการแจ้งรายละเอียดของสินค้าและตรารับรองอย่างครบถ้วน

ด้านการส่งเสริมการตลาด การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจียวบ้านศรีพรม ตำบลควน อำเภอบง จังหวัดพะเยาพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐมีการเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมสนับสนุนแหล่งสืบค้นข้อมูล เช่น Webpage Facebook และหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยมีการส่งเสริมให้ความรู้ด้านการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของวารุณี จินศร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ที่ว่าการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารทางตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย โดยส่วนประกอบของการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดการขายที่รวดเร็ว การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการสื่อสารลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบไปด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น คุปองส่วนลด การแจกการแถม เป็นต้น การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relation) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าที่ขอบหลักเสี่ยงพนักงานขายและโฆษณา

ด้านกระบวนการ การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจียวบ้านศรีพรม ตำบลควน อำเภอบง จังหวัดพะเยาพบว่าอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญต่อ หน่วยงานภาครัฐมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจียวเขียว มีพื้นที่เพียงพอต่อการปลูกกระเจียวเขียว และมีการรักษาสีแวดล้อมในระบบนิเวศให้คงอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของชญาดา สมศักดิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ายี่ห้ออิกเกีย ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นในเรื่องกระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องมาก (เห็นด้วยมาก) ดังแนวคิดของ (Kotle., 1997) ที่ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Market mix) ที่ว่ากระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอกับลูกค้า เพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

สำหรับการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจียวต่อปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีการตัดสินใจแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้าน

ช่องทางการจำหน่ายแตกต่างกัน สอดคล้องกับกมลพร พุ่มอยู่ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างเทสโก้ โลตัส สาขาพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอายุ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน โดยพบว่า อายุ 25-35 ปี กับ อายุ 36-45 ปี กับ 45 ปีขึ้นไปด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังที่ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้า และบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อตอบสนองและจูงใจให้ลูกค้ากลุ่มอาชีพรับเหมานี้เป็นลูกค้าประจำของร้าน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวกับสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวพบว่าตัวแปรด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียว ในระดับมาก ผลลัพธ์จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดกับ กลุ่มเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากยิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและช่วยเพิ่มรายได้ในการปลูกกระเจี๊ยบเขียว เพราะทำให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคได้ผลผลิตที่มีคุณภาพโดยรวมถึงผลดีต่อเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในด้านสุขภาพ

2. หน่วยงานของรัฐ ควรส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวเพื่อเพิ่มมูลค่าและได้ผลตอบแทนมากขึ้นโดยการจัดตั้งกลุ่มแปรรูปในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของเกษตรกรที่ส่งผลต่อการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในพื้นที่อำเภอปง จังหวัดพะเยา

2. ควรศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกระเจี๊ยบเขียวในพื้นที่อำเภอปง จังหวัดพะเยา โดยวิธีเชิงคุณภาพ

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). โครงการเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อยกรมส่งเสริมการเกษตร.

กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

- กมลพร พุ่มอยู่. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างเทสโก้ โลตัส สาขา พิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก**. ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น. D:\งานสถาบัน\งาน บทคัดย่อ\กรมวิชาการเกษตร. 2545.ผลงานวิชาการประจำปี2543. [http://www.doa.go.th/home/publication/pub/scientific_1-4/scientific_1\sugarcane,\[16 พฤศจิกายน2545\]](http://www.doa.go.th/home/publication/pub/scientific_1-4/scientific_1\sugarcane,[16 พฤศจิกายน2545])
- ฉัตยาพรเสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วีพริ้นท์.
- ชญาดา สมศักดิ์. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าห่ออึกเกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ รัชสสรณ์ คงจนจารุอนันต์ จาเนียร บุญมาก ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์ และพัชรี อินธนู. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด เชียงใหม่. **วารสารปาริชาติ**. มหาวิทยาลัยทักษิณ ฉบับพิเศษ, หน้าที่ 38.
- ภรณ์ แยมพันธ์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูปตราดอยคำ**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ภูสิทธิ์ ชันติกุล และคณะ. (2554)รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เขตดุสิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ เน็ตเวิร์ค.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.(2560). **กระเจียบเขียว: เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ปลูก ปี 2554–2559**. สืบค้นจาก http://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดข่าว/ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร_ผัก/27335/TH-TH
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลยุทธ์การตลาด** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning implementation and control**. (9th ed). New Jersey: Asimmon&Schuster