

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย

Feasibility Study of Innovative Film of Microbial Extract for Dendrobium Hybrid

มูทิตา เพ็ชรรัตน์^{1*} ชาลีดา บรมพิชัยชาติกุล² และ อัจฉรา จันทร์ฉาย³

Mutita Petcharut^{1*} Chaleeda Borompichaichartkul² and Achara Chandrachai³

¹นิสิตปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
(สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

²อาจารย์ประจำ ภาควิชาเทคโนโลยีทางอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

³อาจารย์ประจำ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

^{1*}Graduate student in Master of Science of Technopreneurship and Innovation Management Program, Chulalongkorn University,
Pathumwan, Bangkok Thailand, 10330

²Lecturer in Department of Food Technology, Faculty of Science, Chulalongkorn University, Pathumwan, Bangkok Thailand. 10330

³Lecturer in Department of Commerce, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University,
Pathumwan, Bangkok Thailand, 10330

*Corresponding author, E mail: p.mutitacu@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวาย และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย ใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 97 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลจากงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2558 ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงสถิติเชิงอนุมาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพปุ๋ย ปุ๋ยที่มีงานวิจัยรับรอง และ ปุ๋ยที่เก็บได้นาน ไม่ขึ้น ไม่เสื่อมสภาพ ในระดับมาก ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับราคาถูก และราคาเหมาะสมกับคุณภาพปุ๋ย ในระดับมาก ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเดินทางไปร้านสะดวก และสถานที่จัดจำหน่ายเชื่อถือได้ ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการลดราคา ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย โดยยอมจ่ายเพิ่มในราคาไม่เกิน 10% ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานจะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาดมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กล้วยไม้ หวาย ปุ๋ย จุลินทรีย์ นวัตกรรม

Abstract

This research was aimed to study the demand of fertilizer for Dendrobium grown and the possibility to accept innovative film from microbial extract for Dendrobium. This was a quantitative research that use selective sampling consisting of 97 units at confidence interval of 95% and sampling error of $\pm 10\%$. The sampling was Dendrobium farmer. Instrument of this survey was questionnaire collected at the annual meeting of Thai Orchid Entrepreneur Cooperative in 2015, then analyze by descriptive statistics and inferential statistics. The result showed that the quality of fertilizer, research backup, and life time of fertilizer are important for most of the surveyed consumers. In terms of price, the surveyed consumers emphasized that lower price or reasonable pricing is the key factor. Convenient transportation and reliable distribution center are very important. Price discount is the most important in terms of promotion. Finally, the result shows that 74.5% of surveyed consumers were interested in innovative film from microbial extract for Dendrobium Hybrid and they are willing to pay 10% more for the new product. Therefore, the development of new innovative products must match the needs of users to increase product acceptance.

Keywords: Orchid, Dendrobium, Fertilizer, Microbial, Innovation

1. บทนำ

กล้วยไม้จัดได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย เป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยในลำดับที่ 19 ของสินค้าส่งออกหมวดการเกษตร และเป็นลำดับที่ 110 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด (เปรมชัย เกตุสำเภา และคณะ, 2558) ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก ในการผลิตและส่งออกกล้วยไม้เขตร้อน และเป็นอันดับ 2 ในตลาดกล้วยไม้โลกรองจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งผลิตและส่งออกกล้วยไม้เขตกึ่งหนาว โดยตลาดกล้วยไม้โลกส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน ด้วยเหตุนี้รัฐบาลไทยจึงมีการส่งเสริมการปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นการขยายตัวของส่งออกกล้วยไม้ให้สูงขึ้น

การปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทยเพื่อการค้าส่วนใหญ่จะเป็นการปลูกกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อผลิตดอกกล้วยไม้ โดยในปี 2557 มีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย 84.33 เหรียญสหรัฐฯ แบ่งเป็น ดอกกล้วยไม้ 60.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และต้นกล้วยไม้

23.52 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในปี 2558 ก็มีอัตราการขยายตัวของสินค้าต้นกล้วยไม้ลดลง แต่เพิ่มขึ้นในสินค้าดอกกล้วยไม้ โดยมีเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ประมาณ 3,000 ราย แต่มีจำนวนผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทยหรือผู้ประกอบการส่งออกประมาณ 115 ราย และพันธุ์กล้วยไม้ที่ส่งออกมากที่สุดคือ สกุลหวาย พันธุ์โซเนีย (Sonia) หรือพันธุ์บอม (BOM, Bangkok Orchids Mericlone) (สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม, 2558)

ถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกกล้วยไม้อันดับ 1 ของโลก แต่ก็มีมูลค่าการส่งออกลดลงเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2554 ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัญหาเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ทำให้มีอัตราการสั่งซื้อลดลงเนื่องจากคุณภาพของผลผลิตต่ำและไม่ผ่านมาตรฐาน ทำให้มีอัตราการส่งออกน้อยกว่าอัตราการขายในประเทศ และการที่มีคู่แข่งมากขึ้น เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และได้หวัน (สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม, 2558) ดังนั้นการปรับปรุง

และควบคุมกระบวนการผลิตกล้วยไม้ในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น จะช่วยส่งเสริมให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพตรงตามความต้องการและเกณฑ์มาตรฐานมากขึ้น ทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้ และจะช่วยให้อัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาและวิจัยในเรื่องธาตุอาหารกล้วยไม้ที่เหมาะสมสำหรับกล้วยไม้สกุลหวาย เพราะเป็นสกุลที่ใหญ่ที่สุด มีการผลิตและส่งออกมากที่สุด ซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายนี้ จะสามารถนำมาใช้ทดแทนปุ๋ยเคมีได้ เพื่อใช้ในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้สกุลหวาย ซึ่งเป็นกล้วยไม้ตัดดอก โดยเป็นผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพ มีลักษณะเป็นแผ่นฟิล์ม น้ำหนักเบา และยังเป็นมิตรต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม แผ่นฟิล์มจะกักเก็บสาร 5-Aminolevulinic Acid (ALA) ไว้ ซึ่งมีคุณสมบัติเร่งการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ได้ดี แต่ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จำเป็นต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคด้วย ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยความต้องการปุ๋ยหรืออาหารกล้วยไม้ของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้สกุลหวาย เพื่อเป็นการทดสอบแนวคิดในการผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายนี้ว่าตรงกับความต้องการของเกษตรกรหรือไม่ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรมากที่สุด

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความต้องการใช้ปุ๋ยของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวาย และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย ว่ามีการยอมรับแนวคิดในการผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่นี้มากน้อยเพื่อใด และสำรวจความต้องการ รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อปุ๋ยของเกษตรกร เพื่อลดความเสี่ยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อนำข้อมูลที่วิเคราะห์ผลได้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายมากที่สุด และสามารถนำออกสู่เชิงพาณิชย์ได้อย่างเหมาะสม

3.1 ประชากรตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอก ซึ่งมีหน่วยประชากรทั้งหมด 3,000 คน (มารศรี วงศ์อนันต์ทรัพย์, 2558) ในการเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง ใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 97 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ (Yamane, 1973) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกที่เข้าร่วมประชุมในงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2558 ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย ในวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2558

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
ป๊อปของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค ในการเลือกซื้อป๊อป
การใช้ป๊อป และแนวทางในการพัฒนาป๊อปสำหรับ
กล้วยไม้สกุลหวาย

หลังจากการพัฒนาแบบสอบถาม ทำการ
ตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของ
แบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

3.3 การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลใช้วิธีการแจกชุดแบบสอบถาม
ให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างคนละ 1 ชุด และให้ประชากร
กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administered
questionnaire) โดยไม่มีการสัมภาษณ์จากฝ่ายผู้วิจัย
(Non-Interactive) โดยนำชุดแบบสอบถามไปแจกใน
งานประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2558 ของสหกรณ์
ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย อำเภอกะทู้มณฑล จังหวัด
สมุทรสาคร ในวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2558

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ประกอบด้วย
การแจกแจงความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ข้อมูลใน
รูปแบบอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และการหา
ค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเชิง
อนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ความ
ความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อป๊อปของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย ซึ่งเกณฑ์
การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญ
อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำคัญ
อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำคัญ
อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความสำคัญ
อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำคัญ
อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ
ชาย มีอายุเฉลี่ย 50.49 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา
หรือต่ำกว่า มีประสบการณ์การปลูกกล้วยไม้เฉลี่ย
20.38 ปี มีพื้นที่เพาะปลูกกล้วยไม้เฉลี่ย 15.22 ไร่ ใช้
เงินทุนของตนเอง มีรายได้เฉลี่ย 55127.27 บาทต่อเดือน
กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้หรือได้รับการอบรมเรื่องการ
ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายจากเพื่อนเกษตรกรมากที่สุด
และกลุ่มตัวอย่างทำการปลูกกล้วยไม้เพื่อส่งออกนอกร้อย
กว่าการขายในประเทศ

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อป๊อปของกลุ่ม ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88.78 มีการตัดสินใจซื้อ
ป๊อปด้วยตนเอง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาก
ที่สุดคือ เพื่อนเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99 เลือกใช้
ป๊อปเคมี เพราะให้ผลผลิตดี เหตุผลรองลงมา คือ มีธาตุ
อาหารสูง และใช้งานง่าย ตามลำดับ และเลือกใช้ป๊อป
เกล็ดมากที่สุด โดยให้เหตุผลว่าป๊อปเกล็ดนั้นมีธาตุ
อาหารสูง ละลายน้ำดี และใช้งานง่าย ตามลำดับ

ในกรณีผลผลิตดอกกล้วยไม้ล้มตลาด หรือ
ราคาดอกกล้วยไม้ในตลาดลดลงกลุ่มตัวอย่างส่วนมาก
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม คือ ยังเลือกซื้อป๊อป
แบบเดิม ราคาเท่าเดิม และปริมาณเท่าเดิม ส่วนในกลุ่ม
ที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปซื้อป๊อป
ในปริมาณที่ลดลง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะศึกษาหา
ความรู้เรื่องการเลือกซื้อป๊อปกล้วยไม้ด้วยตัวเองมากที่สุด
บุคคลที่ให้ความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อป๊อป

กล้วยไม้มากที่สุดคือเพื่อนเกษตรกร และช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อกล้วยไม้มากที่สุดมาจากการประชุมหรือสัมมนา

4.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องความสำคัญของการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยการให้คะแนนความสำคัญของการตลาดในภาพรวม

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านราคา	3.71	0.80	มาก
ด้านคุณภาพ	3.23	0.52	ปานกลาง
ด้านสถานที่	3.15	0.71	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.79	0.68	ปานกลาง
โดยรวม	3.22	0.50	ปานกลาง

เมื่อพิจารณารายด้าน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านราคาในระดับมาก และให้ความสำคัญกับด้านคุณภาพ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขายในระดับปานกลาง และจากผลการสำรวจสามารถสรุประดับความสำคัญภายในแต่ละด้านได้ ดังนี้

- ☐ ด้านคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญคุณภาพปุ๋ย ปุ๋ยที่มีงานวิจัยรับรอง และ ปุ๋ยที่เก็บได้นาน ไม่ขึ้น ไม่เสื่อมสภาพ ในระดับมาก
- ☐ ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับราคาถูก และราคาเหมาะสมกับคุณภาพปุ๋ยในระดับมาก
- ☐ ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเดินทางไปร้านสะดวก และสถานที่จัดจำหน่ายเชื่อถือได้ ในระดับมาก

- ☐ ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการลดราคา ในระดับมาก

ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องความสำคัญของการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องราคาผลผลิต ดอกกล้วยไม้ในตลาด และเรื่องปริมาณผลผลิตที่ตลาดต้องการ ในระดับมากเช่นกัน

4.4 ปัญหา อุปสรรค ในการเลือกซื้อปุ๋ย การใช้ปุ๋ย ความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ และแนวทางในการพัฒนาปุ๋ยสำหรับกล้วยไม้สกุลหวาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะพบปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการซื้อปุ๋ยสำหรับกล้วยไม้ โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาเรื่องปุ๋ยมีราคาแพง รองลงมาคือ ปัญหาการโฆษณาเกินจริง แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่พบปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ย เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่พบปัญหาในการใช้ปุ๋ยส่วนมากจะพบปัญหาเรื่องธาตุอาหารในปุ๋ยต่ำ และจะพบปัญหาในช่วงเจริญเติบโตของลำต้นมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนมากต้องการใช้ปุ๋ยในทุกช่วงการเจริญเติบโต

สำหรับการทดสอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 74.5% มีความสนใจจะซื้อใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย โดยราคาที่ขอมายเพิ่มเพื่อซื้อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายอยู่ที่ไม่เกิน 10%

จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างนั้น โดยส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องคุณภาพต้องดีอย่างเสมอต้นเสมอปลาย และราคาถูก เพราะส่วนใหญ่มักจะเคยใช้ผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพแล้วมักไม่ไ้ผล และเน้นเรื่องการนำไปให้ทดลองใช้จริงก่อนจัดจำหน่าย

4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และพื้นที่เพาะปลูกไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย
2. ผู้มีอิทธิพล ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว หน่วยงานภาครัฐ ผู้รับซื้อ และผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย เฉพาะในด้านบุคคลที่ให้ความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อปุ๋ยเท่านั้น
3. ปัจจัยทางตลาดด้านราคา และด้านสถานที่จัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่เกษตรกรที่มีความสนใจซื้อและไม่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย ให้ความสำคัญแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การทดสอบ ส่วนประสมทางการตลาดกับความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย

ปัจจัยทาง การตลาด	จำนวน	t	Sig.
คุณภาพ			
สนใจ	73	-.96	.34
ไม่สนใจ	13		
ราคา			
สนใจ	73	-2.43	.02
ไม่สนใจ	13		
สถานที่			
สนใจ	73	-2.43	.02
ไม่สนใจ	13		

ปัจจัยทาง การตลาด	จำนวน	t	Sig.
การส่งเสริม			
การตลาด			
สนใจ	73	-.18	.86
ไม่สนใจ	13		

5. การอภิปรายผล

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกน้อยกว่าการขายในประเทศ สอดคล้องกับรายงานสถานการณ์กล้วยไม้ปี 2558 ของสำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม (2558) เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการตัดสินใจซื้อปุ๋ยด้วยตนเอง และเพื่อนเกษตรกรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และเป็นบุคคลที่ให้ความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อปุ๋ยด้วย สอดคล้องกับ วราลี นัตถ์อจนิยะกุล (2552) และ อาภาพร กรคนวม (2554) เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมักจะได้รับความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อปุ๋ยกล้วยไม้จากงานประชุมหรืองานสัมมนา เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ปุ๋ยเคมี เพราะให้ผลผลิตดี สอดคล้องกับ ชนภัทร พันธุ์เขตรกิจ (2556) เลือกใช้ปุ๋ยเกล็ด เพราะมีธาตุอาหารสูง และไม่ว่าสถานการณ์ตลาดกล้วยไม้จะเปลี่ยนแปลงอย่างไร เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะมีการเลือกซื้อปุ๋ยเหมือนเดิม เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมักจะพบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อปุ๋ย คือปัญหาปุ๋ยมีราคาแพง แต่ไม่พบปัญหาเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ย มีส่วนน้อยที่พบปัญหาในการใช้ปุ๋ย ซึ่งเป็นปัญหาเรื่องธาตุอาหารที่มีอยู่ในปุ๋ยต่ำ โดยปัจจัยส่วนบุคคลนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวาย

ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวายในภาพรวม นั้น พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา เป็นปัจจัยที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่ถ้าพิจารณาในแต่ละด้าน จะพบว่ามีเรื่องที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามความสำคัญมากได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องคุณภาพปุ๋ย
2. ด้านราคา เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพปุ๋ย
3. ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องปุ๋ยที่เก็บได้นาน ไม่ขึ้น ไม่เสื่อมสภาพ
4. ด้านสถานที่ เรื่องสถานที่จัดจำหน่ายเชื่อถือได้
5. ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องปุ๋ยที่มีงานวิจัยรับรอง
6. สถานที่ เรื่องการเดินทางไปที่ร้านสะดวก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคา
8. ราคา เรื่องราคาถูก

โดยเกษตรกรกลุ่มที่สนใจซื้อและไม่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านราคาเรื่องราคาถูก และด้านสถานที่จัดจำหน่ายเรื่องมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และบุคคลที่ให้ความรู้และคำแนะนำเรื่องการเลือกซื้อปุ๋ยเป็นผู้มีอิทธิพลที่มีความสัมพันธ์กับความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น มีเกษตรกรที่ให้ความสนใจนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายอยู่เป็นจำนวนมาก โดยราคาที่ขอมจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้

หวายนี้อยู่ที่ไม่เกิน 10% ถ้าสามารถนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้ในราคาที่เกษตรกรรับได้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นี้ก็น่าจะเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย

6. บทสรุป

แนวคิดในการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ฟิล์มจากสารสกัดจุลินทรีย์สำหรับกล้วยไม้หวายในเชิงพาณิชย์มีความเป็นไปได้ โดยควรจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าปุ๋ยทางการค้าไม่เกิน 10% จะต้องควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดี และแสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ชัดเจน และควรมีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้กลุ่มลูกค้าได้ทดลองใช้ เพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้า

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยที่ช่วยประสานงานเรื่องการเข้าไปเก็บข้อมูลในงานประชุมประจำปีของสหกรณ์

8. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา รุ่งรักษานนท์. (2555). กล้วยไม้: เทคโนโลยีและการประยุกต์ใช้งาน. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ธนภัทร พันธุ์เขตรกิจ. (2556). พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอโพธาราม จังหวัดกำแพงเพชร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การศึกษาค้นหาด้วยตนเอง), มหาวิทยาลัยนเรศวร. ทว
- ประสงค์ คันทิชัย และ กาญจนา ทรัพย์นุ้ย. (2553). การเชื่อมโยงความรู้ในโซ่อุปทานการผลิต

- กล้วยไม้ในจังหวัดนครปฐม. วิทยาศาสตร์
กำแพงแสน, 8(3), 40-49.
- เปรมชัย เกตุสำเภา และคณะ. (2558). สถิติการเกษตร
ของประเทศไทย ปี 2557. from สำนักงาน
เศรษฐกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์
- มณฑนา หิมมิหระ. (2556). การวิเคราะห์ผลตอบแทน
ทางการเงินจากการผลิตกล้วยไม้สกุลหวาย
ของเกษตรกรในอำเภอบางเลน จังหวัด
นครปฐม. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรลี ฉัตรอังฤษกุล. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรใน
จังหวัดนครปฐม. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรสา ดิสถาพร. (2551). การพัฒนาประเทศไทยเป็น
ศูนย์กลางการผลิต และการตลาดกล้วยไม้
เมืองร้อนของโลก. สำนักส่งเสริมและจัดการ
สินค้าเกษตร, กรมส่งเสริมการเกษตร.
- อาภาพร กรดนม. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ
ปุ๋ยเคมีในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี.
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย,
5(1), 13-19.
- อนุพร อยู่สุข. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรอำเภอ
บางระกำ จังหวัดพิษณุโลก. (บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต การศึกษาค้นหาด้วยตนเอง),
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มารศรี วงศ์อนันทรัพย์. (2558). รายงานสถานการณ์
กล้วยไม้. สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้า
เกษตร Retrieved from

[http://www.agriman.doe.go.th/home/news/
year%202015/023_orchid.pdf](http://www.agriman.doe.go.th/home/news/year%202015/023_orchid.pdf).

สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและ
อุตสาหกรรม. (2558). สินค้ากล้วยไม้
Retrieved from
[http://www.ditp.go.th/contents_attach/92375
/92375.pdf](http://www.ditp.go.th/contents_attach/92375/92375.pdf).