

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร่าลาคูนเพื่อนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน ได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ โดยการค้นคว้าเอกสาร ทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสี่ส่วนการตลาด

ทฤษฎีสี่ส่วนการตลาดของ Philip Kotler (อ้างในอดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542: 312) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ส่วนประสมใดมากกว่ากัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด และสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นอาจเป็นในรูปของสินค้าที่มีตัวตน บริการ หรือความคิด ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ซึ่งอาจอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) คือสินค้าที่บวกความพึงพอใจและผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น โดยหมายรวมถึงคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการหลังการขาย และบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสินค้า เครื่องหมายการค้า

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้า ต้องการสินค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าว่าต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ เช่นการลดราคาเพื่อสู้กับคู่แข่ง หรือการตั้งราคาสูงเพื่อแสดงภาพพจน์สินค้า

3. การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การทำให้สินค้าออกไปสู่ตลาด หรือถึงมือผู้บริโภค ตามที่ผู้บริโภคต้องการ การจัดจำหน่ายมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 2 ส่วนคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel) โดยเน้นวิธีขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายผ่านคนกลาง เช่นพ่อค้าส่ง (Middleman) พ่อค้าปลีก (Retailer) ตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) อีกกิจกรรมหนึ่งคือ การจ่ายแจกตัวสินค้า (Physical Distribution) และการเก็บสินค้า (Storage) การ

ขนส่ง (Transportation) และการเลือกใช้สื่อการขนส่งที่เหมาะสม โดยเป็นสื่อที่ดีที่สุดค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด ถึงลูกค้าตามกำหนดเวลา

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ให้แน่ใจว่าตลาด และผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ

4.1 การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุดแต่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด

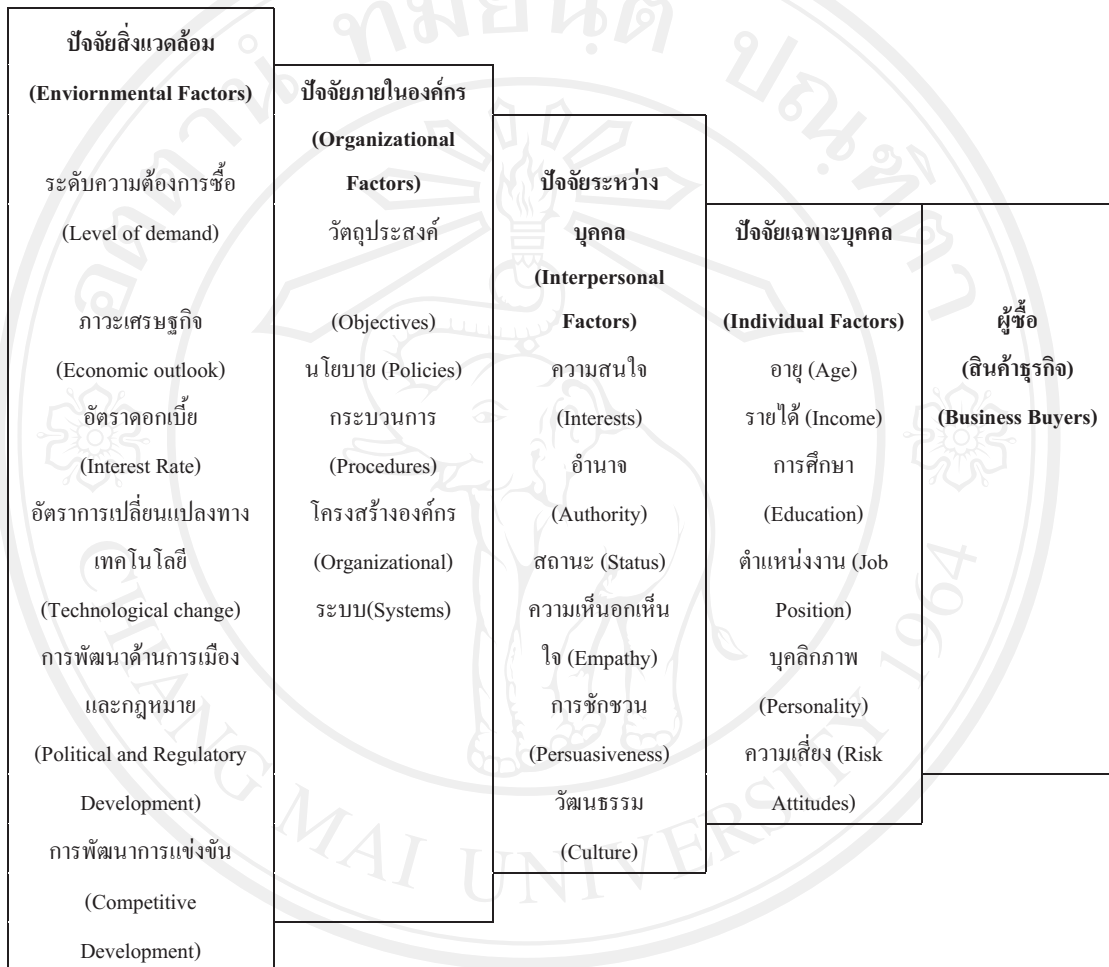
4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมที่ต้องการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า อาจอยู่ในรูปการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่างและการชิงโชค เป็นต้น

4.4 การเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นกิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคม เพื่อเสริมภาพพจน์ หรือชดเชย เบี่ยงเบนความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจของ Phillip Kotler (อ้างใน
ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2551:287-312) มีอยู่ 4 ประการคือ



ที่มา : ธนวรรณ "ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อขององค์กรธุรกิจ"

ภาพที่ 1 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อขององค์กรธุรกิจ

1. ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ระดับความต้องการใช้บริการของลูกค้า สิ่งแวดล้อมสังคม และทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และข้อห้ามต่างๆ ตลอดจนการแข่งขันในทางธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมนี้เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้หรือควบคุมได้ยาก

2. ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational Factors) ได้แก่ วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการทำงาน โครงสร้างและระบบต่าง ๆ ปัจจัยภายในเหล่านี้มีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์กร

3. ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่ต่างมีสถานะ มีอำนาจ มีความเห็นอกเห็นใจ และมีลักษณะการชักชวนที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการมีหน้าที่ทำความเข้าใจกับปัจจัยระหว่างบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้งฝ่ายผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา ตำแหน่งงาน และบุคลิกภาพ ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ซึ่งจะให้การยอมรับและความพึงพอใจในการให้บริการ

ปัจจัยด้านอื่นๆ

1. ด้านกฎหมาย ผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรต้องผ่านการตรวจรับรองมาตรฐานฟาร์มสุกรโดยสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดทุก 2 ปี โดยที่ฟาร์มสุกรจะผ่านการตรวจรับรองได้นั้นส่วนหนึ่งคือเรื่องความสะอาด และต้องมีบ่อบำบัดน้ำเสีย (กรมปศุสัตว์, 2552: ออนไลน์) สำหรับฟาร์มสุกรขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ต้องผ่านมาตรฐานควบคุมน้ำเสียของกรมควบคุมมลพิษด้วย (กรมควบคุมมลพิษ, 2552: ออนไลน์)

2. ด้านสิ่งแวดล้อม การเลี้ยงสุกรอย่างหนาแน่นในโรงเรือน ด้วยข้อจำกัดในพื้นที่และเป็นการประหยัดในด้านการจัดการต่างๆ ขณะเดียวกันกับก่อให้เกิดปัญหาภาวะต่างๆ เช่น น้ำเสีย กลิ่นเหม็น เสียงรบกวน และการเป็นแหล่งเพาะเชื้อ โรคและพยาธิต่างๆ โดยเฉพาะน้ำทิ้งที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่รุนแรงที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ (กรมปศุสัตว์, 2552: ออนไลน์) และจากปัญหาพลังงานเชื้อเพลิงมีราคาสูงขึ้นและจะหมดไปในอนาคต จึงได้รับการสนับสนุนให้ติดตั้งระบบผลิตก๊าซชีวภาพเพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน โดยมีเงินอุดหนุนให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรที่เข้าร่วมโครงการติดตั้งระบบผลิตก๊าซชีวภาพกับทางสถานเทคโนโลยีก๊าซชีวภาพมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยผ่านทางบริษัทที่ปรึกษา ประมาณ 30 ถึง 45 เปอร์เซ็นต์ ของเงินลงทุน และช่วงเวลาที่สนับสนุน ขึ้นอยู่กับนโยบายจากภาครัฐ (ฐานข้อมูลเทคโนโลยีก๊าซชีวภาพ, 2552: ออนไลน์)

3. ด้านสังคม จากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้ชุมชนใกล้เคียงมีข้อร้องเรียน หรือประท้วงในด้าน กลิ่น แผลงวัน และน้ำทิ้งจากฟาร์มสุกร มากที่สุด นอกจากนี้แนวโน้มของการเกิด

กันทางการค้าโลก โดยอ้างการผลิตสินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวงการส่งออก ในอนาคต (บุญเชิด อาจงค์ และ จำรัส เลิศศรี, 2550: 3)

4. ด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันการติดตั้งระบบโคเวอร่าถากานเพื่อนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงขึ้น และสามารถดึงกากออกจากบ่อเพื่อนำไปตากแห้งขายเป็นปุ๋ยได้ ทำให้ไม่ต้องเปิดแผ่นพลาสติกคลุมบ่อทุก 3-5 ปีอีกต่อไป อีกทั้งยังสามารถป้องกันน้ำเสียซึมลงในดินได้ด้วยการปูพื้นบ่อ และในด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์นั้น สามารถทำได้โดยเพิ่มระบบบำบัดน้ำขึ้นก่อนปล่อยลงสู่ธรรมชาติ (สุกรีย์ เฉชาติ วงศ์ ฌ อยุธยา, 2552: สัมภาษณ์)

ความรู้เกี่ยวกับระบบก๊าซชีวภาพ (สถานเทคโนโลยีก๊าซชีวภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552: ออนไลน์)

ก๊าซชีวภาพ คือ ก๊าซที่เกิดจากการย่อยสลายสารอินทรีย์ โดยแบคทีเรียชนิดไม่ใช้ออกซิเจนในสภาวะไร้อากาศ องค์ประกอบหลักของก๊าซชีวภาพ ได้แก่ ก๊าซมีเทน (CH_4) ประมาณ 60-70 % ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ประมาณ 28 - 38 % ก๊าซอื่นๆ เช่น ไฮโดรเจนซัลไฟด์ (H_2S) และไนโตรเจน (N_2) เป็นต้น ประมาณ 2 %

คุณสมบัติและประโยชน์ของก๊าซชีวภาพ เนื่องจากก๊าซชีวภาพมีก๊าซมีเทนเป็นส่วนประกอบหลัก จึงทำให้มีคุณสมบัติจุดติดไฟได้ดีและสามารถนำไปใช้เป็นพลังงานทดแทนในรูปแบบต่างๆ ได้ เช่น

- เผาเพื่อใช้ประโยชน์จากความร้อนโดยตรง เช่น ใช้กับเครื่องกลูกสุกร และหม้อต้มไอน้ำ (Steam Boiler) เป็นต้น

- เผาเพื่อให้ความร้อนและใช้ในการขับเคลื่อนเครื่องจักรกลต่างๆ เช่น ใช้กับเครื่องยนต์เบนซินและเครื่องยนต์ดีเซล เป็นต้น

- เผาเพื่อให้ความร้อนและใช้ในการผลิตพลังงานไฟฟ้า

ผลเสียเมื่อปล่อยก๊าซชีวภาพทิ้งสู่บรรยากาศ เนื่องจากก๊าซชีวภาพมีส่วนประกอบหลักเป็นก๊าซมีเทนซึ่งเป็นก๊าซที่รวมก่อภาวะเรือนกระจกที่ให้ผลรุนแรงกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ประมาณ 25 เท่า ดังนั้น หากปล่อยก๊าซชีวภาพทิ้งสู่บรรยากาศจะเป็นการเพิ่มอัตราการเกิดภาวะเรือนกระจกหรือเร่งให้โลกร้อน มีอุณหภูมิสูงมากขึ้น

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทนา ศรีสว่าง (2543) ได้ศึกษาเรื่องความตระหนักของเกษตรกรในการจัดการสิ่งแวดล้อมในฟาร์มสุกร ตำบลหาดขี้วัว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรทั้งหมด 72 รายด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviations) ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight mean score) และค่าไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่า เกษตรกรมีความตระหนักในการจัดการสิ่งแวดล้อมในฟาร์มสุกรเกี่ยวกับโรคและแมลง น้ำเสีย มูลสัตว์ รวมทั้งอากาศเสียและกลิ่น เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรไม่สามารถจัดการสิ่งแวดล้อมในฟาร์มสุกรได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยมูลสุกรบางส่วนใช้เป็นปุ๋ยสำหรับพืชแต่ส่วนใหญ่เหลือและไม่ได้ใช้จึงกองรวมกันไว้ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นและมีแมลงวันตอม ส่วนของเหลวที่ไหลออกนอกฟาร์มบางส่วนก็ลงลำธารสาธารณะ ทำให้ดินเงิน ที่แข่งขังอยู่ก็สร้างมลภาวะเช่นกัน

พิเชษฐ์ สอนเจริญทรัพย์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชากรต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมจากฟาร์มสุกรตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 103 คน ด้วยแบบสอบถามจากประชากรทั้งหมด 10,280 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าไคสแควร์ (Chi-Square test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ทัศนคติต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมจากฟาร์มสุกรของประชาชนตำบลป่าสักมีระดับทัศนคติมีคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากฟาร์มสุกร และพบว่าการศึกษาและอายุ มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมจากฟาร์มสุกรของประชาชนตำบลป่าสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และรายได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมจากฟาร์มสุกรของประชาชนตำบลป่าสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วดิน รวมสุข (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 138 รายด้วยแบบสอบถามจากจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรทั้งหมด 209 ราย สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviations) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นความสำคัญระดับมากของการสร้างบ่อกักขังชีวภาพว่าเป็นทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาดและถูกต้องตามหลักวิชาการ ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการจัดการของเสียในฟาร์มสุกร ความรู้ในการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกรมีความสัมพันธ์กับความตระหนักถึงผลเสียของมลภาวะจากฟาร์มสุกรในระดับต่ำ และมีนัยสำคัญทางสถิติ ความตระหนัก

ถึงผลเสียของมลภาวะจากฟาร์มสุกรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกรในระดับต่ำและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติขนาดคอกสุกรที่ครอบครองไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ความรู้ในการจัดการของเสียจากฟาร์มสุกรมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของรัฐ สื่อมวลชน และการใช้ประโยชน์จากมูลสุกรต่ำ รายได้และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ของขนาดคอกที่ครอบครองในระดับปานกลาง

บดินทร์ ลือเลิศยศ (2547) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินผลการลงทุนโครงการผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสุกรของประเวศฟาร์มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสาร รายงานการวิจัย ฐานข้อมูลออนไลน์ และหนังสือที่เกี่ยวข้อง พบว่า ประเวศฟาร์มเป็นฟาร์มเป็นฟาร์มขนาดกลาง ประเวศฟาร์มลงทุนก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียแบบก๊าซชีวภาพ มีต้นทุนการติดตั้งทั้งหมด 1,510,487 บาท แบ่งเป็นระบบบำบัดน้ำเสียแบบก๊าซชีวภาพ 1,005,182 บาท และระบบผลิตพลังงานทดแทน 505,350 บาท โดยกู้เงินจากธนาคารทั้งหมดเป็นเงิน 1,510,487 บาท ที่อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปีและได้รับเงินสนับสนุนการก่อสร้างเป็นเงิน 289,500 บาท ประเวศฟาร์มได้รับผลตอบแทนจากการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียแบบก๊าซชีวภาพในรูปของการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและมีรายได้จากการขายปุ๋ยชีวภาพประมาณเดือนละ 17,550 บาท ระบบบำบัดน้ำเสียแบบก๊าซชีวภาพของประเวศฟาร์มจะมีระยะเวลาคืนทุน อยู่ที่ 10 ปี 2 เดือน 17 วัน น้อยกว่าอายุการใช้งานของระบบ 15 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 308,501.58 บาท มีค่ามากกว่าศูนย์และอัตราผลตอบแทนขั้วลด เท่ากับ 6.89 มากกว่าอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี

วราลี ฉัตรอัจฉริยะกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากเกษตรกร ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 246 ตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรกดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพของปุ๋ย ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาสินค้าเมื่อเทียบกับผู้ขายรายอื่น ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ สถานที่ขายปุ๋ย มีความน่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

โกมล นาคสิงห์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย จากประชากรทั้งหมด 6,548 ครัวเรือน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรกดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ไม่เป็นผลเสียต่อดินและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ มีความสะดวกในการเดินทาง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีการแนะนำบอกต่อจากบุคคลอื่นๆ

สาคร เกี้ยวข้อง (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล กรณีศึกษาผู้ปลูกพืช จังหวัดกระบี่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกพืชในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย จากประชากรทั้งหมด 67,328 ครัวเรือน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติ One Way ANOVA วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับมากคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรกดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันต่ำ ปัจจัยด้านราคาคือ อัตราค่าอะไหล่และบริการบำรุงรักษาต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ศูนย์จำหน่ายรถยนต์อยู่ใกล้บ้าน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ