

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด
ในจังหวัดยโสธร

**Applying Appreciative Inquiry to Increase Sales Volume
of Bio-Organic Fertilizer Product in Yasothon Province**

ธนากร ทองบ่อ และ ภิญโญ รัตนาพันธ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Thanakorn Tongbor and Pinyo Rattanaphan
Khon Kaen University, Thailand
Corresponding Author, E-mail : thanakornto@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด 2) เสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดให้กับเกษตรกรยโสธรศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย คณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ และเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม จังหวัดยโสธร จำนวน 25 คน ได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงบวกแล้ววิเคราะห์หาความถี่เพื่อค้นหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น ผลการวิจัยพบว่า

1. ประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของคณะกรรมการเจ้าหน้าที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม ตำบล

น้ำอ้อม จังหวัดยโสธร และกลุ่มเกษตรกร พบว่า มีจุดร่วมที่สำคัญ คือ มีคณะกรรมการแนะนำให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ที่มีปริมาณอินทรีย์วัตถุสูงทำให้พืชเจริญเติบโตดี แข็งแรง ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิต ความมั่นใจในตัวผู้ผลิตที่ผลิตตามสูตรของกลุ่มฯ และการได้รับการรับรองจากกลุ่มฯ

2. แนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด จำนวน 8 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 ลุยเกษตรกรกับเพจลุงยูริ โครงการที่ 2 แบ่งปันทดลองปุ๋ยโครงการที่ 3 แซะ แจก ปุ๋ย โครงการที่ 4 แปลงทดลองปรับปรุงดินและทดสอบประสิทธิภาพปุ๋ย โครงการที่ 5 ลุงยูริออนไลน์ พาเบิ่งวิถีเกษตรอินทรีย์ โครงการที่ 6 คีนกำไรสู่สังคม โครงการที่ 7 สานสัมพันธ์สายใยยั่งยืน และโครงการที่ 8 ปุ๋ยดีปุ๋ยมาตรฐานกรมวิชาการเกษตรหลังจากได้ทำการประเมินผลโครงการ พบว่า มียอดขายปุ๋ยอินทรีย์ได้ 247 ตันคิดเป็นร้อยละ 74.85 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: สุนทรียศาสตร์; ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด; การประยุกต์

Abstracts

The objectives of this research were: (1) to apply appreciative inquiry to collect the positive experiences or impression on buying the bio-organic fertilizer product, (2) to set up guidelines of increase sales volume of bio-organic fertilizer product of Yasothon Suphanimit Part., Ltd. This study was a mixed method research by applied appreciative inquiry theory. The key informant were 25 respondent from the committee and farmers' group of Nam Om Sustainable Agriculture Community Enterprise Network, Yasothon Province, which were purposive sampling. The data were collected by positive interview. Frequeancy were analyzed to find convergences and divergences experiences. A result of this study was found in the following aspects.

1. The positive experiences or impression on buying the bio-organic fertilizer product found the key convergences experience included: the committee recommends the use, the quality of bio-organic fertilizers, good relationships with manufacturers, growing plants, high organic content, confidence in producers, certified by the group for use, and produced according to the formula of group.

2. The guidelines to increase sales volume of bio-organic fertilizer product were 8 projects following: Project 1 Agriculture with Page Lung Yoon, Project 2 Share Fertilizer Test, Project 3 Spreading Fertilizer, Project 4 Soil Improvement and Fertilizer Test Field, Project 5 Lung Yoon On Tour Organic Farm, Project 6 Returning profits to society, Project 7 Building sustainable relationships, and Project 8 Good fertilizer, standard fertilizer with Department of Agriculture. After projects implementation found that the sale of bio-organic fertilizer was 247 tons, it was representing 74.85 percent of the target volumes.

Keywords: Appreciative Inquiry; Bio-Organic Fertilizer; Applying

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ภาคเกษตรนั้นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจและสังคม เพราะมีการจ้างแรงงานสูงถึงร้อยละ 30.9 ของกำลังแรงงานทั้งประเทศ ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนมากถึง 7,271,759 ครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561: ออนไลน์) และสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศจากการส่งออกสินค้าเกษตรตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 เป็นมูลค่าสูงถึง 44,180 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562: ออนไลน์) โดยมีสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ผลไม้ สินค้ากสิกรรมอื่น ๆ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผลผลิตภาคการเกษตร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกพืชเป็นหลัก เช่น ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย ยางพารา ข้าวโพด พืชผัก และผลไม้ เป็นต้น ทั้งนี้ เกษตรกรได้มีการใช้ปุ๋ยกับพืชเหล่านี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก รวมทั้งเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้มากขึ้น เนื่องจากปุ๋ยมีธาตุอาหารที่สำคัญสำหรับการเติบโตของพืชปุ๋ยแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ซึ่งปัจจุบันปุ๋ยเคมีมีราคาแพงขึ้นและต้องเพิ่มปริมาณในการใช้ปุ๋ยเคมีต่อพื้นที่เพาะปลูกมากขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากการขาดธาตุอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อพืชในดินและดินมีความอุดมสมบูรณ์ของลดลงจึงทำให้เกษตรกรผู้ปลูกพืชต้องเผชิญกับปัญหาปุ๋ยราคาแพงขึ้น และส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูง รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐ จึงได้มีแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกพืชมากขึ้น

ประกอบกับกระแสในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและรักษาสุขภาพร่างกายมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศเกษตรกรจึงหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อปรับปรุงสมบัติดินให้เหมาะสมต่อการปลูกพืช เป็นธาตุอาหารให้พืชได้เติบโต ช่วยลดการใช้ปุ๋ยเคมีและรักษาสิ่งแวดล้อม (ชูชาติ พะยอม และคณะ, 2556 : 1-10; มารีนา มาหมีน และคณะ 2557 : 90-97; ปรัชวินี บำรุง, 2558 : 268-275)

ปุ๋ยอินทรีย์เป็นปุ๋ยที่ได้จากอินทรีย์สารซึ่งผลิตขึ้นจากการหมัก สับ บด ร่อน หรือทำมาจากวัสดุอินทรีย์ ได้แก่ ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก เศษซากพืชต่างๆ วัชพืช เป็นต้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จะช่วยทำให้ดินมีคุณสมบัติดีขึ้นทั้งทางกายภาพ ทางเคมีและทางชีวภาพ ประโยชน์ทางกายภาพ ปุ๋ยอินทรีย์ส่งเสริมให้อุณหภูมิของดินจับตัวเป็นก้อน ทำให้ดินมีโครงสร้างที่ดีและร่วนมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก การระบายน้ำดี ความสามารถในการอุ้มน้ำเพิ่มขึ้น ทางด้านเคมีของดิน ปุ๋ยอินทรีย์สามารถเพิ่มปริมาณธาตุอาหารพืชในดิน เพิ่มความสามารถในการดูดซับธาตุอาหารพืช เพิ่มความต้านทานการเปลี่ยนแปลงความเป็นกรดต่างของดิน และช่วยลดความเป็นพิษของธาตุอาหารพืชบางชนิด ทางด้านชีวภาพของดิน ปุ๋ยอินทรีย์สามารถเพิ่มแหล่งธาตุอาหารของจุลินทรีย์ดิน ช่วยเพิ่มปริมาณของจุลินทรีย์ที่เป็นประโยชน์และลดจำนวนจุลินทรีย์ที่เป็นสาเหตุโรคพืชได้ ดังนั้นปุ๋ยอินทรีย์เป็นวัสดุอินทรีย์ที่สำคัญ สามารถช่วยปรับปรุงสภาพดินเสื่อมโทรมให้มีคุณภาพดีเหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของพืช และเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรดินได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งเป็นการช่วยลดปริมาณขยะและช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรได้อีกด้วย (บัณฑูชา รัตนีทุ, 2555: 115-127; อรประภา อนุกุลประเสริฐ และภาณุมาศ ฤทธิไชย, 2558: 81-94) แต่การใช้ปุ๋ยอินทรีย์มักพบปัญหาความไม่สะดวกในการใช้ จึงมีการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ในรูปของการอัดเม็ด-ปั้นเม็ดขึ้น เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำไปใช้ได้ง่ายและสะดวกขึ้น ซึ่งในท้องตลาดมีปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดที่หลากหลายสูตร หลากหลายยี่ห้อ ให้เกษตรกรได้เลือกซื้อ และเลือกใช้ เป็นจำนวนมาก ทั้งยังมีการพัฒนารูปแบบ ภาพลักษณ์ของสินค้าให้น่าดึงดูดให้เกษตรกรเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้ จึงทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้นซึ่งส่งผลยอดขายของปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด หจก. ยโสธรศุภนิมิต ที่ได้มีการขายส่งให้กับสหกรณ์การเกษตร วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มเกษตรกร เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับเกษตรกร โดยมียอดขายลดลงจากปี พ.ศ. 2561 ขายได้ 300 ตัน (2,000,000 บาท) แต่ปี พ.ศ. 2562 ขายได้ 225 ตัน (1,500,000 บาท) ดังนั้น หจก. ยโสธรศุภนิมิต จึงต้องการจัดทำแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดเพื่อให้มียอดขายเพิ่มขึ้น โดยมีเป้าหมายในปี พ.ศ. 2563 คือ 330 ตัน หรือคิดเป็นเงิน 2,200,000 บาท

สุนทรียสาธกเป็นเครื่องมือยุคใหม่ที่มีประโยชน์เป็นกระบวนการศึกษาค้นหาพร้อมกันเพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวคนองค์กรหรือโลกที่อยู่รอบตัว โดยใช้ศิลปะของการถามคำถามเชิงบวกแบบเร็วๆ สั้นๆ ที่นำไปสู่การส่งเสริมให้องค์กรพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุดวงจรสุนทรียสาธกเริ่มจากกำหนดกรอบปัญหาที่ต้องการแก้ (Define) และทำการค้นหา (Discovery) ประสบการณ์ที่ดีที่สุดจากนั้นเอาประสบการณ์ที่ได้ไปสานต่อเป็นความฝัน (Dream) วางแผนทำให้เป็นจริง (Design) และเริ่มต้นทำ (Destiny) (Cooperrider and Whitney, 1999 : 10) ซึ่งได้นำสุนทรียสาธกประยุกต์ใช้ประโยชน์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มศักยภาพในการ

แข่งขันขององค์กร ทั้งในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การเพิ่มศักยภาพพนักงาน การพัฒนาการเรียนรู้ รวมทั้งการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการให้มียอดขายเพิ่มขึ้น และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา จึงต้องการศึกษาเพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาทางการตลาดเพื่อทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถแข่งขันกับสินค้าของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดได้รวมทั้งสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรในการเลือกซื้อสินค้า เพื่อให้สินค้าประเภทปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของร้านมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้าได้จนกระทั่งเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด จากคณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ และเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อมตำบลน้ำอ้อม จังหวัดโยธธ
2. เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของหจก. โยธธธศุนนิมิต

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (Individual Depth Interview) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยให้เจ้าของธุรกิจ คณะกรรมการเจ้าหน้าที่ และสมาชิกเกษตรกรกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม ตำบลน้ำอ้อม จังหวัดโยธธ มีส่วนร่วมในการทำแนวทางการตลาด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ คณะกรรมการเจ้าหน้าที่ และสมาชิกเกษตรกรกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม ตำบลน้ำอ้อม จังหวัดโยธธ จำนวน 25 คน โดยใช้เทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling)

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ มีลักษณะปลายเปิด เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวก ความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด และข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดให้ดีขึ้น ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended Questionnaire) ให้ตอบโดยเสรี จำนวน 5 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

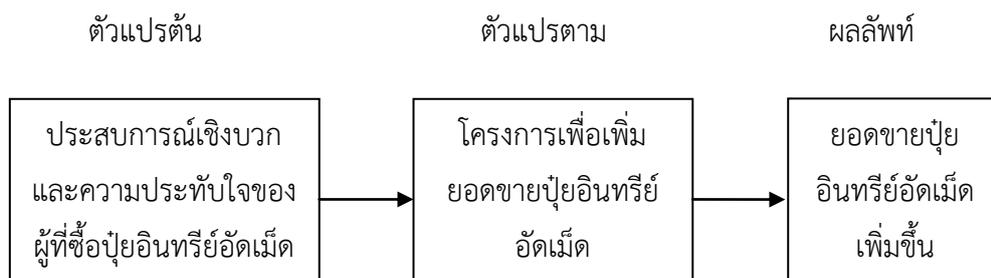
การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงบวก มีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้ 1) ผู้วิจัยทำได้อขออนุญาตจากประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อมตำบลน้ำอ้อมจังหวัดโยธธเพื่อเข้าไปทำการสัมภาษณ์ 2) ทำการนัดหมายวันเพื่อสัมภาษณ์ 3) ทำการสัมภาษณ์ 4) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปโดยมีแนวทางการสัมภาษณ์โดยใช้คำถาม ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) เพื่อทำการค้นหาความถี่ของสิ่งที่ค้นพบ (Discovery) แล้ววิเคราะห์ 1) ปัจจัยจุดร่วม (Convergences) ได้แก่ ความถี่จากสิ่งที่ได้ค้นพบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป 2) ปัจจัยจุดโดดเด่น (Divergences) ได้แก่ ความถี่ของสิ่งที่ค้นพบน้อยกว่า 3 คน หลังจากนั้นทำการวาดฝัน (Dream) การออกแบบ (Design) และการลงมือทำ (Destiny) ตามขั้นตอนสุนทรียศาสตร์เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของหจก. ยโสธรศุภนิมิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดในจังหวัดยโสธรจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของสหกรณ์การเกษตรวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกร พบว่า

ตารางที่ 1 ความถี่ของจุดเปลี่ยนในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากจุดเปลี่ยนในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์	ความถี่
1	มีผู้รู้แนะนำให้ใช้	6
2	ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ	5
3	ต้องการลดต้นทุนการผลิต	4
4	ต้องการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม	3
5	การทำงานร่วมกับกลุ่มปลูกพืชอินทรีย์	4
6	รัฐสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์	2

7	ต้องการกลับมาอยู่บ้าน	2
8	แพ้สารเคมี	2
9	ผลผลิตพืชอินทรีย์ราคาสูง	2
10	รู้จักกับกลุ่มปลูกพืชอินทรีย์	1
11	เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1

จากตารางที่ 1 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนที่มาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ดังนี้
จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่

1) มีผู้รู้แนะนำให้ใช้ 2)ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ 3)ต้องการลดต้นทุนการผลิต 4) ต้องการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม 5) การทำงานร่วมกับกลุ่มปลูกข้าวอินทรีย์

จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่

1) รัฐสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ 2) ต้องการกลับมาอยู่บ้าน 3) แพ้สารเคมี 4) ผลผลิตพืชอินทรีย์ราคาสูง 5) รู้จักกับกลุ่มปลูกพืชอินทรีย์ 6) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2 ความถี่ของช่องทางที่ทำให้รู้จักปุ๋ยอินทรีย์

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากช่องทางที่ทำให้รู้จักปุ๋ยอินทรีย์	ความถี่
1	คณะกรรมการกลุ่มฯ แนะนำ	12
2	คนในครอบครัวญาติพี่น้อง	9
3	สมาชิกในกลุ่มแนะนำ	8
4	ผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด	7
5	วิทยากรที่มาอบรม	5
6	เพื่อนบ้าน	4
7	สื่อโทรทัศน์ วิทยู	4
8	เซลล์ขายปุ๋ย	2
9	อินเทอร์เน็ต	1
10	เกษตรตำบล	1
11	แผ่นพับ	1

จากตารางที่ 2 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นของช่องทางที่ทำให้รู้จักปุ๋ยอินทรีย์ ดังนี้
จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่

1)คณะกรรมการกลุ่มฯ แนะนำ 2) คนในครอบครัวญาติพี่น้อง 3)สมาชิกในกลุ่มแนะนำ 4) ผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด 5)วิทยากรที่มาอบรม 6) เพื่อนบ้าน 7) สื่อโทรทัศน์ วิทยู

จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่ 1) เซลล์ขายปุ๋ย 2) อินเทอร์เน็ต 3) เกษตรตำบล 4) แผ่นพับ

ตารางที่ 3 ความถี่ของปุ๋ยอินทรีย์ที่ใช้

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากปุ๋ยอินทรีย์ที่ใช้	ความถี่
1	ปุ๋ยกลุ่ม (ปุ๋ยกระสอบขาว)	24
2	ปุ๋ยตรานกกระเรียน	15
3	ปุ๋ยคอก	8
4	ปุ๋ยตรารวงข้าวดาวเกษตร	4
5	ปุ๋ยตราภูเขาแดง	2
6	ปุ๋ยหมัก	1

จากตารางที่ 3 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นปุ๋ยอินทรีย์ที่ใช้ ดังนี้ จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่ 1) ปุ๋ยกลุ่ม (ปุ๋ยกระสอบขาว) 2) ปุ๋ยตรานกกระเรียน 3) ปุ๋ยคอก 4) ปุ๋ยตรารวงข้าวดาวเกษตร

จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่ 1) ปุ๋ยตราภูเขาแดง 2) ปุ๋ยหมัก

ตารางที่ 4 ความถี่ของสิ่งที่ประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากสิ่งที่ประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์	ความถี่
1	คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์	13
2	พืชเจริญเติบโตดี แข็งแรง	12
3	การใช้งานง่าย สะดวก	11
4	ปรับสภาพดินให้ดีขึ้น	10
5	ผลผลิตเพิ่มขึ้น	9
6	ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง	8
7	ลดต้นทุนการผลิต	6
8	ดีต่อสุขภาพ	5
9	พืชผักรสชาติดี	4
10	มีความปลอดภัย	4
11	ราคาถูก	2
12	ขายผลผลิตได้ราคาสูง	2
13	กลิ่นไม่แรง	2

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากสิ่งที่ประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์	ความถี่
14	มีแปลงสาธิต	1

จากตารางที่ 4 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นของสิ่งที่ประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ดังนี้
 จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่

- 1) คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์
- 2) พืชเจริญเติบโตดี แข็งแรง
- 3) การใช้งานง่าย สะดวก
- 4) ปรับสภาพดินให้ดีขึ้น
- 5) ผลผลิตเพิ่มขึ้น
- 6) ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง
- 7) ลดต้นทุนการผลิต
- 8) ดีต่อสุขภาพ
- 9) พืชผักรสชาติดี
- 10) มีความปลอดภัย

จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่ 1) ราคาถูก 2) ขายผลผลิตได้ราคาสูง
 3) กลิ่นไม่แรง 4) มีแปลงสาธิต

ตารางที่ 5 ความถี่ของสิ่งที่ประทับใจเมื่อใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด หจก. ยโสธรศุภนิมิต

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากสิ่งที่ประทับใจเมื่อใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด หจก. ยโสธรศุภนิมิต	ความถี่
1	คณะกรรมการกลุ่มฯ แนะนำให้ใช้	11
2	คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์	8
3	ความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของผู้ผลิต	7
4	พืชเจริญเติบโตดี แข็งแรง	6
5	ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง	5
6	ความมั่นใจในตัวผู้ผลิต	4
7	ได้รับการรับรองจากกลุ่มให้ใช้ได้	3
8	ผลิตตามสูตรของกลุ่ม	3
9	การใช้งานง่าย สะดวก	2
10	ราคาถูก	2

จากตารางที่ 5 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นของสิ่งที่ประทับใจเมื่อใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด หจก.
 ยโสธรศุภนิมิต ดังนี้

- จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่ 1) คณะกรรมการกลุ่มฯ แนะนำให้ใช้ 2) คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ 3) ความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของผู้ผลิต 4) พืชเจริญเติบโตดี แข็งแรง 5) ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง 6) ความมั่นใจในตัวผู้ผลิต 7) ได้รับการรับรองจากกลุ่มให้ใช้ได้ 8) ผลิตตามสูตรของกลุ่ม

จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่ 1) การใช้งานง่าย สะดวก 2) ราคาถูก

ตารางที่ 6 ความถี่ของสิ่งที่แนะนำให้พัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด

ลำดับ	สิ่งที่ค้นพบจากสิ่งที่แนะนำให้พัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด	ความถี่
1	มีฉลาก โลโก้ สกรีนบนกระสอบ	11
2	ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดคงรูปแข็งแรง ไม่จับตัวเป็นก้อนเมื่อเจอความชื้น	8
3	การรับรองจากกรมวิชาการเกษตร	5
4	มีการปรับราคา	2
5	เพิ่มความแห้งของปุ๋ยอัดเม็ด	1
6	การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1

จากตารางที่ 6 ทำให้ค้นพบจุดร่วมและจุดโดดเด่นสิ่งที่แนะนำให้พัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดดังนี้
จุดร่วม คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่ 3 คน ขึ้นไปได้แก่ 1) มีฉลาก โลโก้ สกรีนบนกระสอบ 2) ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดคงรูปแข็งแรง ไม่จับตัวเป็นก้อนเมื่อเจอความชื้น 3) การรับรองจากกรมวิชาการเกษตร
จุดโดดเด่น คือ สิ่งที่ค้นพบแล้วมีความถี่น้อยกว่า 2 คน ได้แก่ 1) มีการปรับราคา 2) เพิ่ม ความแห้งของปุ๋ยอัดเม็ด 3) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2. แนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด พบว่า

2.1 กรอบปัญหาที่ต้องการแก้ (Define) คือต้องการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของร้านให้เป็นที่รู้จักกับลูกค้ากลุ่มใหม่

2.2 กระบวนการค้นหา(Define)จากกระบวนการค้นหาทำให้ค้นพบ จุดร่วมที่สำคัญดังนี้

1) จุดเปลี่ยนในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ได้แก่มีผู้รู้แนะนำให้ใช้ปลอดภัยดีต่อสุขภาพต้องการลดต้นทุนการผลิตต้องการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มและการทำงานร่วมกับกลุ่มปลูกข้าวอินทรีย์

2) ช่องทางที่ทำให้รู้จักปุ๋ยอินทรีย์ได้แก่คณะกรรมการกลุ่มฯแนะนำคนในครอบครัวญาติพี่น้องสมาชิกในกลุ่มแนะนำผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดวิทยากรที่มาอบรมเพื่อนบ้านเซลล์ขายปุ๋ยและสื่อโทรทัศน์วิทยุ

3) สิ่งที่น่าประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ได้แก่คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์พีชเจริญเติบโตดีแข็งแรงการใช้งานง่ายสะดวกปรับสภาพดินให้ดีขึ้นผลผลิตเพิ่มขึ้นปริมาณอินทรีย์วัตถุสูงลดต้นทุนการผลิตดีต่อสุขภาพพืชผักรสชาติดีและมีความปลอดภัย

4) สิ่งที่น่าประทับใจเมื่อใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดหจก. ยโสธรศุภนิมิตได้แก่คณะกรรมการกลุ่มฯแนะนำให้ใช้คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของผู้ผลิตพีชเจริญเติบโตดีแข็งแรงปริมาณอินทรีย์วัตถุสูงความมั่นใจในตัวผู้ผลิตได้รับการรับรองจากกลุ่มให้ใช้ได้และผลิตตามสูตรของกลุ่ม

5) สิ่งที่จะแนะนำให้พัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดได้แก่มีฉลากโลโก้สกรีนบนกระสอบปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดคงรูปแข็งแรงไม่จับตัวเป็นก้อนเมื่อเจอความชื้นและการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร

2.3 การวาดฝัน (Dream) ต้องการมีเพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้นโดยมีเป้าหมาย คือ ปี 2563 มียอดขาย 330 ตัน มีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นและจำนวนลูกค้ารู้จักแบรนด์เพิ่มขึ้น

2.4 การออกแบบ (Design) ได้ออกแบบแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ได้ดังนี้

1) โครงการลุยเกษตรกับเพจลุงยูร เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์และการทำเกษตรอินทรีย์ และเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่

2) โครงการแบ่งปันทดลองปุ๋ยเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ปุ๋ยอินทรีย์

3) โครงการแคะ แจก ปุ๋ย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับเกษตรกรหรือผู้สนใจใช้ปุ๋ยอินทรีย์และเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ปุ๋ยอินทรีย์

4) โครงการแปลงทดลองปรับปรุงดินและทดสอบประสิทธิภาพปุ๋ยเพื่อสร้างแปลงทดลองปรับปรุงดินและทดสอบประสิทธิภาพปุ๋ยให้ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์มาศึกษาดูงาน

5) โครงการลุงยูรออนทัวร์ พาเบิ่ง วิถีเกษตรอินทรีย์เพื่อหากลุ่มลูกค้าใหม่ และเพื่อสร้าง

6) โครงการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเกษตรกรรมยั่งยืน

7) โครงการสานสัมพันธ์ สายใยยั่งยืนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคณะกรรมการและพนักงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม

8) โครงการปุ๋ยดี ปุ๋ยมาตรฐาน กรมวิชาการเกษตรเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานปุ๋ยอินทรีย์กับกรมวิชาการเกษตรและเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์

2.5 การดำเนินงาน (Destiny) ได้มอบหมายให้ เจ้าของ หจก. ยโสธรศุภนิมิต ทายาทธุรกิจพนักงาน คณะกรรมการและพนักงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการโดยมีผลจากการดำเนินแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ดังนี้

โครงการที่ 1 ลุยเกษตรกับเพจลุงยูร ได้ทำการสร้างแฟนเพจ “ลุยเกษตรกับเพจลุงยูร” ทำการโปรโมทเพจเพื่อให้มีผู้เข้าชมกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) และมีการลงคอนเทนต์ (Content) เนื้อหาต่างๆ ที่น่าสนใจ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับดิน การเกษตรอินทรีย์ วิธีการทำปุ๋ยอินทรีย์ วิธีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น ผลที่ได้จากการดำเนินการ พบว่า มีจำนวนการเข้าถึง 65,100 คน กดไลค์ 398 คน กดแชร์ 274 คน ผู้กดติดตาม 441คน และรับชม 324 คน

โครงการที่ 2 แบ่งปันทดลองปุ๋ยมีการแจกปุ๋ยอินทรีย์ชุดทดลองให้ผู้สนใจได้นำปุ๋ยอินทรีย์ไปทดลองใช้ ผลที่ได้จากการดำเนินการพบว่า ผู้ทดลองใช้ 67 คน ผู้เข้าถึงโพสต์ 51,982 คน กดไลค์โพสต์ 1,472 คน กดแชร์โพสต์ 248 คนและผู้ซื้อไปใช้ 4 คน

โครงการที่ 3 แจก ปุ๋ยกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มเหล่านี้่อยากมีส่วนร่วมโดยการให้ปุ๋ยอินทรีย์เป็นรางวัล โดยการถ่ายรูปมาลงใต้โพสผลที่ได้จากการดำเนินการพบว่า จำนวนผู้เข้าถึงโพส 5,033 คน จำนวนผู้กดไลค์โพส 979 คน จำนวนผู้กดแชร์โพส 50 คน

โครงการที่ 4 แปลงทดลองปรับปรุงดินและทดสอบประสิทธิภาพปุ๋ยโพสกิจกรรมแปลงทดลองปรับปรุงดินและทดสอบประสิทธิภาพปุ๋ยไปแล้วจำนวน 6 ครั้ง ผลที่ได้จากการดำเนินการพบว่าผู้เข้าถึงโพส 2,745 คนกดไลค์โพส36คนและกดแชร์โพส11คน

โครงการที่ 5 ลุงยูรออนทัวร์ พาเบิ่ง วิถีเกษตรอินทรีย์ผลที่ได้จากการดำเนินการครั้งที่ 1ไปศึกษาดูงานสวนทุเรียนที่จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีคณะกรรมการกลุ่มเครือข่ายฯ ร่วมเดินทาง จำนวน 8 คน

โครงการที่ 6 คีนกำไรสู่สังคมโพสภาพและรายละเอียดของสินค้าแปรรูปเกษตรอินทรีย์ที่นำมาจำหน่าย ผลที่ได้จากการดำเนินการพบว่า ผู้สนใจและสั่งซื้อสินค้า 4 คน ผู้เข้าถึงโพส 12,048 คน คนกดไลค์โพส 599 คนและกดแชร์โพส 14 คน

โครงการที่ 7 สานสัมพันธ์ สายใยยั่งยืนเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อมผลที่ได้จากการดำเนินการร่วมเป็นวิทยากร จำนวน 1 ครั้งยอดสั่งซื้อปุ๋ยอินทรีย์จำนวน 165 ตัน

จากการดำเนินแนวทางการเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของ หจก. ยโสธรศุภนิมิต ใช้งบประมาณดำเนินการทั้งสิ้นจำนวน 40,976 บาท หลังจากการดำเนินโครงการไปแล้วบางส่วนตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายน พบว่า ขายปุ๋ยอินทรีย์ได้ 247 ตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 74.85 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ 330 ตัน และมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 9.78 เมื่อดำเนินโครงการถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 คาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาตามลูกค้าตามพีระมิตแห่งความจงรักภักดีพบว่า

- | | | |
|--------------------------------|-------|--------|
| 1) จำนวนผู้ที่รู้จักรายใหม่ | จำนวน | 324 คน |
| 2) จำนวนผู้ที่ทดลองใช้ | จำนวน | 71 คน |
| 3) จำนวนผู้ที่ใช้ | จำนวน | 692 คน |
| 4) จำนวนผู้ที่ใช้ซ้ำ | จำนวน | 635 คน |
| 5) จำนวนผู้ที่ใช้ซ้ำแล้วบอกต่อ | จำนวน | 632 คน |

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญ และประเด็นที่น่าสนใจ แล้วจึงนำมาอภิปรายผล ดังนี้

จากการศึกษาประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจในการซื้อปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดของคณะกรรมการเจ้าหน้าที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อมตำบลน้ำอ้อม จังหวัดยโสธร และกลุ่มเกษตรกร พบจุดเปลี่ยนในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ มีผู้รู้แนะนำให้ใช้ มีความปลอดภัยดีต่อสุขภาพ ต้องการลดต้นทุนการผลิต ต้องการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และการทำงานร่วมกับกลุ่มปลูกข้าวอินทรีย์ ช่องทางที่ทำให้รู้จักปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มฯ แนะนำคนในครอบครัวญาติพี่น้อง สมาชิกในกลุ่มแนะนำวิทยากรที่มาอบรม เพื่อนบ้าน เซลล์ขายปุ๋ย และสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งที่น่าประทับใจจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ คุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ พืชเจริญเติบโตดีแข็งแรง การใช้งานง่ายสะดวก ปรับสภาพดินให้ดีขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้น ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง ลดต้นทุนการผลิต ดีต่อสุขภาพ พืชผักรสชาติดี และมีความปลอดภัย เห็นได้ว่า ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าประทับใจเมื่อใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กันธมาลา บุญประคอง (2559 : 51-52) พบว่า ลูกค้ารู้จักสินค้าจากการที่เซลล์เข้าไปนำเสนอขายปุ๋ยให้ลูกค้าได้รู้จักถึงที่บ้าน ลูกค้าประทับใจจากการใช้สินค้าแล้วได้ผล ปุ๋ยอินทรีย์มีคุณภาพดีเมื่อใช้แล้วพืชเจริญเติบโตได้ดี ผลผลิตเขียวนานแตกกอดีให้ผลผลิตเยอะขนาดผลผลิตใหญ่ จึงเกิดการซื้อมาใช้ซ้ำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐนิชา สมศรีใส และจักรพงษ์ พวงงามชื่น (2559 : 54-64) พบว่า การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเกษตรกรเชื่อว่า การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ช่วยรักษาระบบนิเวศในดิน เป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และไม่ทำให้มีสารพิษตกค้างในอาหาร ผลผลิตมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างแท้จริง ตลอดจนช่วยลดต้นทุนการผลิต ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ลูกค้าผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้ความสำคัญกับคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ ปริมาณอินทรีย์วัตถุสูง ดังนั้น ปุ๋ยอินทรีย์ต้องมีคุณภาพมาตรฐานได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร มีฉลากโลโก้สกรีนบนกระสอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์

จากการนำการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดนั้น เห็นได้ว่าสามารถนำมาใช้เพิ่มยอดขายได้จริง เห็นได้ว่าสุนทรียศาสตร์นำมาใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทนิษฐ์ พงศ์ธนัตพร (2560:85) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา ร้านสมโชค อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดในจังหวัดยโสธร ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริการควรของการรับรองมาตรฐานปุ๋ยอินทรีย์จากกรมวิชาการเกษตร เมื่อได้ใบรับรองแล้วจะสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ทั้งจากลูกค้าเก่าและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่สนใจทดลองใช้และสามารถทำการโฆษณาได้อย่างเต็มรูปแบบ

2. ผู้บริหารและทีมขายควรเข้าอบรมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ดินปุ๋ยอินทรีย์และความรู้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถอธิบายและตอบข้อซักถามเกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ให้กับลูกค้าหรือผู้สนใจได้

3. แอดมินเพจ“ลุยเกษตรกับเพจลุงยูร” ควรมีทักษะในการสื่อสาร การตอบโต้และการให้ข้อมูลที่ดีเหมาะสมกับลูกค้าทุกกลุ่ม และการออกแบบคอนเทนต์ (Content) ที่เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ

4. เนื่องจากมีคู่แข่งลงขายออนไลน์อยู่ก่อนแล้ว คือ ปุ๋ยมูลไส้เดือนอัดเม็ดกับมูลวัวอัดเม็ดทำให้เสียโอกาสขายตัวอย่างทดลองไป ดังนี้ การหาตลาดกลุ่มใหม่ผ่านการใช้สื่อออนไลน์จึงควรมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าจากที่เพียงเห็นผ่านตาเริ่มสนใจและคลิกเข้ามาดูข้อมูล

5. ผู้บริหารควรมีการพัฒนาและปรับสูตรปุ๋ยอินทรีย์สำหรับไม้ดอก เพื่อนำไปใช้ปลูกพืชอื่นๆ เช่น แคคตัส กล้วยไม้ กุหลาบ ไม้ประดับ เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีสูตรเดียวคือสูตรปุ๋ยอินทรีย์ที่เน้นการเจริญเติบโต

เอกสารอ้างอิง

- กันธมาลา บุญประคอง. (2559). *การพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์ Appreciative Inquiry: กรณีศึกษาธุรกิจปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ตราข้าวหอมมะลิโลก บริษัท จิรัฐฐากรกุล (999) จำกัด เขตจังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ฉันทนิษฐ์ พงศ์รัตน์พร. (2560). *กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา ร้านสมโชค อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ชูชาติ พะยอม และคณะ (2556). การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์สำหรับชุมชน. *วารสารสักทอง*, 19 (2), 1-10.
- ณัฐนิชา สมศรีใส และจักรพงษ์ พวงงามชื่น. (2559). การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 1 (2), 54-64.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). EC_XT_008_S2 มูลค่าและปริมาณสินค้าออกจำแนกตามกิจกรรมการผลิต. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2563. แหล่งที่มา: https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=747=th
- บัญชา รัตนีทุ. (2555). ปุ๋ยอินทรีย์กับการปรับปรุงดินเสื่อมคุณภาพ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์*, 4 (2), 115-127.
- ปรัชวณีพิบำรุง. (2558). การใช้ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดมูลหอนอนกเพื่อเพิ่มผลผลิตข้าว. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 23 (2), 268-275.
- มารีนา มาหมีน และคณะ. (2557). พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 12(1), 90-97.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). สถิติเกษตรและประมง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2563. แหล่งที่มา: <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/11.aspx>
- อรประภา อนุกุลประเสริฐ และภาณุมาศ ฤทธิไชย. (2558). ผลของการใช้ปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงต่อการให้ผลผลิตและคุณภาพของผักกาดหอม. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 4(1), 81-94.
- Cooperrider, D.L., & Whitney, D.K. (1999). *Appreciative inquiry*. Williston: Berrett Koehler Communications.