

**การบริหารจัดการยางพาราเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค  
ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา**

**The rubber management for responding to consumer needs on  
purchase decision of processed rubber products.**

นายบัณฑิต เลิศวรวิศา รหัสนักศึกษา 6114990076

Mr.Buntavit Lerdvarisar

ประกอบอาชีพอิสระ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยเรื่องนี้มีแรงจูงใจและปัญหาจากสถานการณ์ราคายางพาราที่มีการปรับตัวลดลงอย่างมากจึงส่งผลกระทบต่อเกษตรกรชาวสวนยางในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการยางพารา เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างสำรวจ เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม 400 คนเฉพาะผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้นโดยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติเชิงอนุมานได้แก่ วิเคราะห์ทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance: ANOVA) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่างกันในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พฤติกรรมของผู้บริโภคและการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล และกระบวนการบริการที่ต่างกันส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกันในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้อาจจะเป็นแนวทางที่ดีต่อเกษตรกรชาวสวนยาง หันมาสนใจทำการเกษตรแบบธุรกิจ

คำสำคัญ : การจัดการ ความต้องการ และการแปรรูป

## **Abstract**

The research was motivated by problems arising from the price situation of rubber latex dropping substantially that affected the rubber farmers in Thailand. The objectives of this research are to study the rubber management for responding to consumer needs on purchase decision of processed rubber products in Bangkok. Stores data with a questionnaire method of 400 people in community places to answer queries and analyze data with preliminary statistics by descriptive statistics include a frequency percent average, standard deviation and spatial statistical hypothesis test by test analyses assume include : (t-test ) (One way Analysis of Variance : ANOVA)

It was found that a factor of personal characteristics, by gender education and career did affect the purchase decision of processed rubber products in Bangkok. For age and income did not affect the purchase decision of processed rubber products in Bangkok. The consumer behavior and the management of processed rubber products found the effects on the decision included products price channel promotion personal and process at statistically significant different level of 0.05 . These findings may the rubber farmers have good idea and interest to do agriculture business .

Keywords : The management, needs and processed .

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นแหล่งเพาะปลูกยางพารา และแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์ยางพาราขั้นต้นที่สำคัญของโลก โดย ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ถือเป็น 3 ประเทศหลักที่มีผลผลิตยางพารารวมคิดเป็น 75 % ของผลผลิตโลก การปลูกยางในประเทศไทยไม่มีการบันทึกหลักฐานที่แน่นอน แต่คาดว่าเริ่มปลูกประมาณปี พ.ศ.2442-2444 โดยคอซิมบี้ ณ ระนอง เจ้าเมืองตรังในขณะนั้นนำเมล็ดยางพารามาปลูกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรังเป็นครั้งแรก ชาวบ้านเรียกว่า ต้นยางเทศา ต่อมาได้ขยายไปปลูกที่จังหวัดนราธิวาส จนปลูกทั่วทั้งภาคใต้ ปัจจุบันปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 เป็นต้นมา ยางพารากลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย และปี 2558 ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตเป็นอันดับหนึ่งของโลก มีผลผลิต 4.5 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วน 35.7 % ของผลผลิตโลก รองลงมาได้แก่อินโดนีเซีย จีน อินเดีย และมาเลเซียมีสัดส่วนการผลิต 26 % , 7 % , 6% , และ 5.5 % ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่า จีนซึ่งเคยเป็นผู้บริโภคยางพารารายใหญ่ที่สุดของโลก คิดเป็นสัดส่วน 40% ขณะนี้กลับมีบทบาทเป็นผู้ผลิตยางพาราด้วยซึ่งส่วนใหญ่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตล้อยาง เพื่อส่งออกไปสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 80 ดังนั้นเมื่อปริมาณยางในตลาดโลกมาก เพราะมีคู่แข่งผู้ผลิตมากขึ้น ความต้องการอาจน้อยลง ราคาอาจมีแนวโน้มลดลงซึ่งย่อมมีผลต่อการส่งออกยางพาราไทย ทำให้มีราคาตกต่ำลง

ปัญหา“ราคายาง” ตกต่ำ! ภายในประเทศไทย เป็นปัญหาสำคัญในวันนี้ที่ภาครัฐกำลังเร่งแก้ไขเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง ให้สามารถผ่านพ้นวิกฤติได้จึงมีการประกาศราชกิจจานุเบกษาตามพระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ.2558 มาตรา 49 (3) ให้นำเงิน“กองทุนพัฒนายางพารา” มาช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง

อย่างไรก็ดี แม้ภาครัฐจะพยายามเร่งแก้ไขปัญหาให้แก่เกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยางแต่คงเป็นเพียงมาตรการการจัดการระยะสั้น ชั่วคราวเท่านั้น การรอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐนั้น อาจล่าช้า เกษตรกรชาวสวนยางจึงควรช่วยเหลือตนเองมากกว่า

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษา การบริหารจัดการยางพาราเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรชาวสวนยางปรับเปลี่ยนมุมมองด้วยการบริหารจัดการยางพาราอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการปลูก จนกระทั่งการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราจำหน่าย การคิดค้นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เช่น หมอนสุขภาพ ,ที่นอนเพื่อสุขภาพ กระเป๋า และรองเท้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่า

สินค้า สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรมากขึ้นอย่างยั่งยืน อันจะส่งผลดีต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการยางพารา เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

### **นิยามศัพท์**

การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงาน หรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กรร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอนประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม เป็นต้น

ความต้องการ “ พจนานุกรมในไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ( 2526 : 323) กล่าวว่า ความต้องการหมายถึงความอยากได้ ใคร่ได้ หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดความขาดสมดุลเนื่องมาจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้นทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่นิ่งต้องพยายามดิ้นรน และแสวงหาเพื่อตอบสนองของความ

ต้องการนั้นๆ เมื่อร่างกายได้รับตอบสนองแล้ว ร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ๆเกิดขึ้นมา ทดแทนวนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด

การแปรรูป หมายถึง การผสม ปู้ง หรือแปรสภาพอื่นๆ ของวัตถุดิบ เช่น บดละเอียด หรือสกัดจนไม่เป็นรูปแบบเดิมตามธรรมชาติ เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ( สำนักงานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ ม.มหิดล)

### **ขอบเขตของการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาการบริหารจัดการยางพารา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราประเภทของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ประชากร คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่มีกำลังซื้อซึ่งเคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราบริเวณแหล่งชุมชน จำนวน 400 คนซึ่งได้จากการคำนวณสูตรของยามานะ และทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อสร้างมุมมองใหม่ให้เกษตรกรชาวสวนยาง ยุคใหม่ 4.0 หันมาพึ่งพาตนเอง ด้วยการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
2. เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรชาวสวนยาง คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้มีมูลค่ามากขึ้นในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ดีกว่าการเป็นผู้ผลิตยางเพื่อการส่งออกอย่างเดียว
3. เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรชาวสวนยางใช้ประกอบการตัดสินใจวางแผนการทำธุรกิจต่อไป
4. เพื่อสร้างรายได้แก่เกษตรกรชาวสวนยาง มากขึ้น
5. เพื่อส่งผลดีต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศไทย

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เป็นการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยางพารา การจัดการการผลิต ความต้องการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดสมมุติฐานงานวิจัย และออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานวิจัยบทต่อไป ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

### 1. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

เกษตรกรชาวสวนยางสามารถแปรรูปยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าได้โดยผ่านกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจำหน่าย เช่น ที่นอน หมอน กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น

### 2. การบริหารจัดการ 7 Ps

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler ได้วางไว้เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process ซึ่งนำมาวิเคราะห์ธุรกิจต่อไป

### 3. แนวคิด และทฤษฎีลำดับขั้นของความ ต้องการของมาสโลว์

แนวคิดเรื่องทฤษฎีลำดับขั้นของความ ต้องการ 5 ลำดับขั้น เป็นแนวคิดที่รู้จักกันแพร่หลาย มาสโลว์อธิบายว่า พฤติกรรมของมนุษย์ถูกเร้าให้กระทำโดยกลุ่มของความ ต้องการ 2 ประเภท คือ ความต้องการพื้นฐานเพื่อการมีชีวิตรอด (Basic needs) และความต้องการขั้นสูง (Meta needs) ความต้องการทั้ง 2 ประเภทมีพัฒนาการไปเป็นลำดับขั้นตอนจากลำดับต่ำสู่ลำดับสูงขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ลำดับขั้น ความต้องการ 4 ลำดับ ขั้นแรก เป็นความต้องการพื้นฐาน

ซึ่งเกิดจากความรู้สึกขาดแคลน จึงเรียกว่า “Deficiency needs” ความต้องการลำดับที่ 5 เป็นลำดับสูงสุด เรียกว่า Meta needs หรือ ความต้องการเพื่อความเจริญเติบโต (Growth needs) ความต้องการ 4 ชั้น ต้องบรรลุผล สมเป้าหมายตามขั้นตอนเสียก่อน บุคคลจึงจะสามารถพัฒนาความต้องการในลำดับขั้นที่ 5 ซึ่งเป็นขั้นสูงสุด ความต้องการที่บรรลุถึงยากที่สุด คือ Self-actualized needs ซึ่งได้แก่ ความปรารถนาจะใช้ศักยภาพ และประสบการณ์ที่ตนมีให้เป็นผลดีต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

#### 4. พฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคว่าดำเนินชีวิตอย่างไร รวมถึงการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการอย่างไรเพื่อเกิดความพึงพอใจคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะ และพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws และ 1 H โดยเป็นไปตามหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ 7Os ดังนี้ ( ฉัตรยาพร เสมอใจ : 2550 หน้า 30-32 )

#### 5. แนวคิด และทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550:46) กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

#### 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยางพารา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล สุชาดา แก้วดวง (2552) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ในตลาดซื้อขายล่วงหน้า เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ในตลาดซื้อขายล่วงหน้า

นางสาวสุภาภรณ์ อินทรารักษ์ (2553) ความสัมพันธ์ของราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยกับตลาดกลางยางพาราขนาดใหญ่เพื่อศึกษาการขึ้นนำราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 จากแหล่งราคาอ้างอิงภายในประเทศ คือ ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยและตลาดกลางยางพาราขนาดใหญ่

สุธี อินทรสกุล บัญชา สมบูรณ์สุข ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์ (2557) วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ปีที่ 8 ฉบับพิเศษธันวาคม 2560 อาเซียน แรงงานกับการพัฒนา อุตสาหกรรม

ยางพาราไทย สถานภาพและแนวทางการพัฒนา ผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจสังคมและการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในประเทศไทย ศึกษาความสามารถทางการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทย และ เสนอแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กันยวีร์ สิทธิบุศย์ และดร. รุ่งอาทิตย์ นูชาอินทร์ : 2558 พฤติกรรมผู้บริโภคของ สปป. ลาวในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หมอนยางพารา กรณีศึกษา: นครหลวงเวียงจันทน์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหมอนยางพาราของผู้บริโภคในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหมอนยางพาราของผู้บริโภคในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นายรักษัธรรม ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา จำสับเอกหญิงสุวรรณนา โฉมสุวรรณ นายสมิตร มงคลยงค์นางสมมาตร วอนขอพร นางสาวชุตติมา มั่งมี และนางสาวจรัสศรี ศรีสุวรรณ ( 2558) SMEs ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปสู่อาเซียน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของยางพาราไทยเพื่อหาแนวทางการเตรียมความพร้อมของ SMEs ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ยางพาราได้ เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรไทยที่ปลูกยางพารา

ภาณุมาศ พุฒแก้ว และ เจริญชัย พรไพโรเพชร (2559)การวิเคราะห์การบริหารการผลิตแปรรูปน้ำยางพาราในสี่จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อศึกษาวิจัยการบริหารการผลิตน้ำยางพารา และการผลิตแปรรูปน้ำยางพารา

นุชนาฏ ณ ระนอง (2560) โครงการวิจัยผลิตภัณฑ์ยาง และการแปรรูปไม้ยาง การพัฒนาคุณภาพยางดิบ ผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์ไม้ยาง เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมยางระดับกลาง และระดับเล็ก เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มที่นำไปสู่การแข่งขัน และการพึ่งพาตนเอง

ดร.อาภารัตน์ มหาจันทร์ รองผู้อำนวยการกลุ่มวิจัย และพัฒนาด้านพัฒนาอย่างยั่งยืน ดร.ศิริพร ลาภเกียรติถาวร ผู้อำนวยการ ศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมวัสดุ วว. และทีมนักวิจัย งานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ (2561) วิจัยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางพาราด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ( วทน.) เพื่อสามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์สำหรับผลิตจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ (วช.)

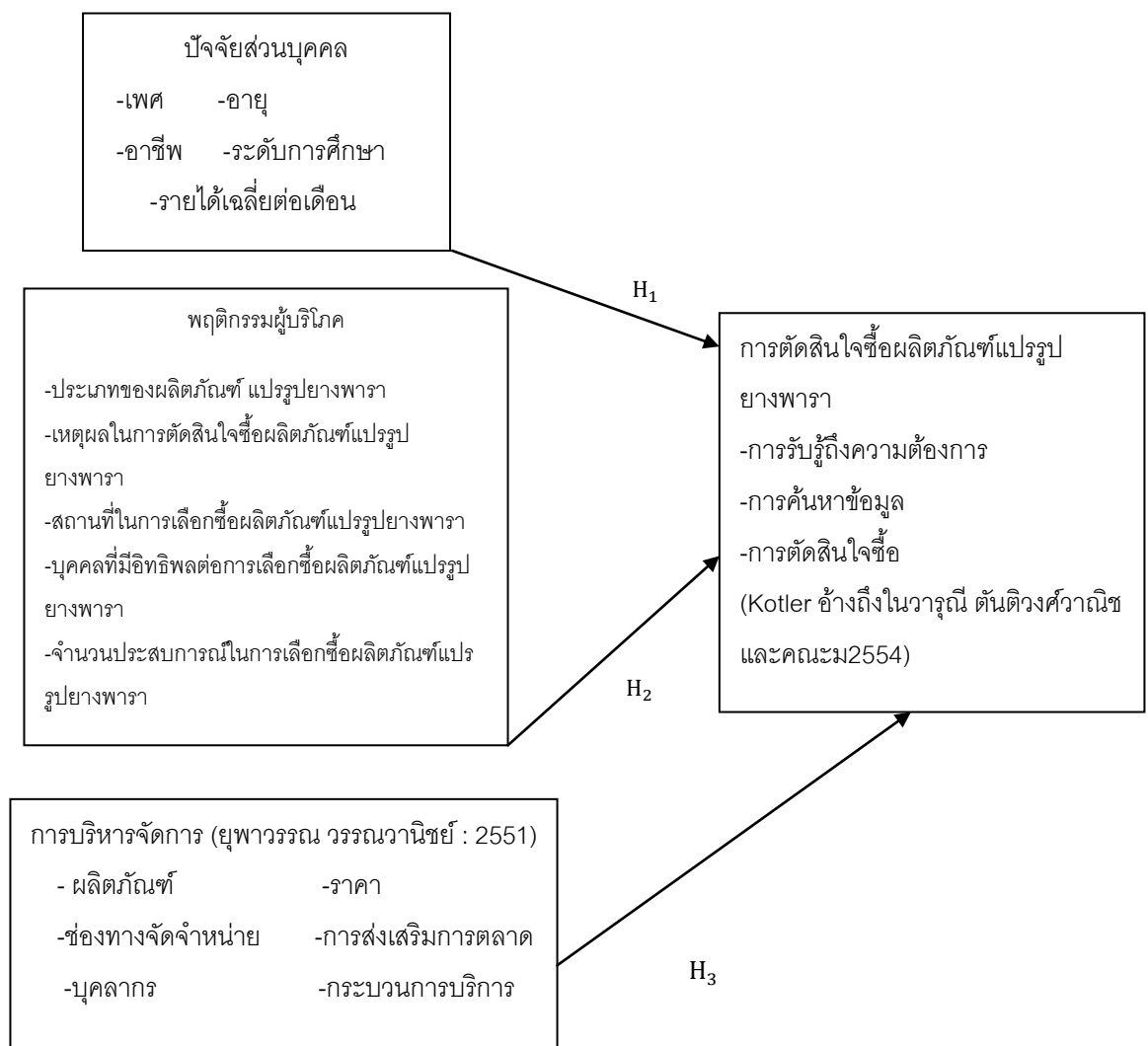
ณปภัช จันทร์เมือง ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ และ เปมิกา แซ่เตี๋ยว วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีที่ 10 ฉบับที่ 5 หน้า 351-364 ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากวัสดุยางพาราแปรรูป อำเภอพิปูน

จังหวัดนครศรีธรรมราช สํารวจสภาพปัญหา ความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่จากวัสดุยางพาราแปรรูปที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

รศ.อาชีพรัน แกสมาน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา และผศ.ดร.อดิศักดิ์ รุ่งวิชานินวัฒน์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย( สกว.)วิจัยผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ต่อ ยอดงานสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของยางพารา สืบค้น [www.trf.or.th/component/attachments/download/3835](http://www.trf.or.th/component/attachments/download/3835)

### กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการยางพารา และเพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นได้แก่ ปัจจัยด้านประชากร และตัวแปรตามได้แก่ความต้องการด้านต่างๆที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ดังนี้





## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่างกัน
2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกัน
3. การบริหารจัดการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกัน

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษางานวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการยางพาราเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้มีการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้ กรอบแนวคิดของงานวิจัย และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา สถานที่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และจำนวนประชากรในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย บุคลากร การตลาด และกระบวนการบริการ

1.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

2. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่มีกำลังซื้อ มีพฤติกรรมเคยใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยเจาะจงตามประชากรที่ได้กำหนดข้างต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สมบูรณ์เหมาะสม สำหรับนำมาใช้วิเคราะห์และประมวลผลวิจัย โดยพิจารณาเลือกกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3. ขนาดหรือจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนของกลุ่มคนที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานครได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรโดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของยามาเน่ (Yamane) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

โดย  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

โดยงานวิจัยนี้ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้จำนวนร้อยละ 5 ทำให้สามารถคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรดังนี้

$$n = \frac{5,676,648}{1 + (5,676,648 \times 0.05^2)}$$

$$n = 399.97 = 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive Sampling) เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผ่านการกระจายแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบเอกสารโดยทำการคัดกรองด้วยคำถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม ( Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคตามลักษณะของประชากรและพฤติกรรม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานครโดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองโดยการขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามเริ่มตั้งแต่เดือน กันยายน พ.ศ. 2562 จนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทัศนคติ ได้จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องจากเอกสารสิ่งพิมพ์ งานวิจัยในประเทศไทย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานครบริเวณแหล่งชุมชนเช่น ห้างสรรพาสินค้า ตลาดนัด โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามเอง จนได้ครบจำนวนที่กำหนดเมื่อเก็บครบตามจำนวน ผู้วิจัยทำการตรวจสอบดังขั้นตอนต่อไปนี้ ขั้นตอนที่ 1 นำข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามเสร็จแล้ว ทำการตรวจสอบให้มีความครบถ้วนทุกข้ออย่างสมบูรณ์ ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้แปลงค่าเพื่อนำไปทดสอบในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทดสอบหาค่าต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามครบ 400 ชุดแล้ว ทางผู้วิจัยจะนำข้อมูลในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยโปรแกรมทางสถิติดังต่อไปนี้ การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และการประมวลผลข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

### ผลการวิจัย

1. สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ และรายได้ต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

2. สรุปการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกัน กล่าวคือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่แตกต่างกันปฏิเสธ ( $H_0$ ) และเมื่อ

พิจารณารายด้านพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจต่อประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูป ยางพาราในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีทัศนคติต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การได้รับข้อมูล/ปรึกษา และ ประสบการณ์การเคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. สมมุติฐานที่ 3 การบริหารจัดการที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการบริการที่แตกต่างกันส่งผล ให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจซื้อจึงไม่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

### สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการยางพาราเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคใน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 63.5 ส่วนที่เหลือเป็นเพศชาย ร้อยละ 36.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วง อายุคือ 21- 40 ปี ร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังพบว่าจบการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.0 และส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.0 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยอยู่ ระหว่าง 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 68.5

พฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราประเภทที่ นอนร้อยละ 47.5 มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพราะราคาถูกกว่าวัสดุ ประเภทอื่นๆ ร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่โทรสั่งซื้อทางทีวี ร้อยละ 34.3 โดยได้รับข้อมูลมาจากการศึกษาค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง ร้อยละ 44.0 และส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา มาแล้ว 2-3 ครั้ง

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูป ยางพารา ด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนอันดับสามด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคาและด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเป็นอันดับสี่ ตามมา ด้วยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ตามลำดับ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า การตัดสินใจซื้อด้านการรับรู้ความต้องการมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับหนึ่ง ด้านการค้นหาข้อมูลและด้านการตัดสินใจซื้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเป็นอันดับสอง ตามลำดับ

### **ข้อเสนอแนะ**

จากการค้นคว้าศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการยางพาราเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ หรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง หรือเกษตรกรชาวสวนยาง ตลอดจนนำไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ตามข้อเสนอแนะดังนี้

1.เกษตรกรชาวสวนยางสามารถนำงานวิจัยนี้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา ควรเน้นการส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เช่น วันแม่ วันครอบครัว วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น

2.งานวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดโดยการศึกษาข้อมูลนอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร ขยายไปในส่วนของต่างจังหวัดเป็นรายภาคเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งประเทศนำไปในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

### **ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป**

ควรศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศเพื่อขยายตลาดเพิ่มยอดขายและรายได้ในอนาคต

### **บรรณานุกรม(อ้างอิง)**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวีพรรณ สาลีผล สุชาดา แก้วดวง (2552) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 ในตลาดซื้อขายล่วงหน้า

นางสาวสุภาภรณ์ อินทราภิษฐ์ (2553) ความสัมพันธ์ของราคาขายแผ่นรมควันชั้น3 ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยกับตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่

สุธี อินทรสกุล บัญชา สมบูรณ์สุข ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์ (2557) วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 8 ฉบับพิเศษธันวาคม 2560 อาเซียน แรงงานกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทย สถานภาพและแนวทางพัฒนาสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กันย์รวี สิทธิบุศย์ และดร. รุ่งอาทิตย์ บุญอินทร์ (2558) พฤติกรรมผู้บริโภคของ สปป.ลาวในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หมอนยางพารา

นายรักษัรธรรม ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา จำสืบเอกหญิงสุวรรณนา โนวีวรรณ นายสุมิตร มงคลยงค์นางสมมาตร วอนขอพร นางสาวชุตินา มั่งมี และนางสาวจรัสศรี ศรีสุวรรณ (2558) SMEs ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปสุ้อาเซียน

ภาณุมาศ พุฒแก้ว และ เจริญชัย พรไพโรเพชร (2559) การวิเคราะห์การบริหารการผลิต แปรรูปน้ำยางพาราในสี่จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย

นุชนาฏ ณ ระนอง (2560) โครงการวิจัยผลิตภัณฑ์ยาง และการแปรรูปไม้ยาง การพัฒนา คุณภาพยางดิบ ผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์ไม้ยาง

ดร.อาภารัตน์ มหาพันธ์ รองผู้ว่าการกลุ่มวิจัย และพัฒนาด้านพัฒนาอย่างยั่งยืน ดร. ศิริพร ลากเกียรติถาวร ผอ.ศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมวัสดุ วว. และทีมนักวิจัย งานมหกรรมงานวิจัย แห่งชาติ (2561) วิจัยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางพาราด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.)

ณปภัช จันทร์เมือง ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ และ เปมิกา แซ่เตียว วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนา เชิงพื้นที่ ปีที่ 10 ฉบับที่ 5 หน้า 351-364 ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากวัสดุยางพาราแปรรูป อำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

รศ.อาชีชัน แกสมาน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา และผศ.ดร. อติศัย รุ่งวิชานวิวัฒน์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ( สกว.)วิจัยผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ต่อยอดงานสู่ภาคอุตสาหกรรม

สืบค้น14/9/62 จาก [http:// www.trf.or.th /component/attachments/download/3835](http://www.trf.or.th/component/attachments/download/3835)

การปลูกยางพาราในประเทศไทย สืบค้น1/8/62 จาก <https://www.th.wikipedia.org>

กองทุนพัฒนายางพาราพลิกโฉมไทยยุค4.0 สืบค้น14/6/62จาก

<https://www.thairat.co.th>

สรุปสถานการณ์ยางพาราไตรมาสที่ 1/262 และแนวโน้มไตรมาสที่ 2/2562 สืบค้น 14/6/62จาก กองวิจัยเศรษฐกิจยาง ฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจยาง การยางแห่งประเทศไทย [http://www.rubber.co.th/ewt\\_dl\\_ink.php?nid=6499&filename=index](http://www.rubber.co.th/ewt_dl_ink.php?nid=6499&filename=index)

กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราสืบค้น13/8/62 ,6/9/62 จาก

<https://www.technologychaoban.com> [https:// www.palangkaset.com](https://www.palangkaset.com)

แนวคิด และทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคสืบค้น14/9/62จาก

[https:// www.doctemple.wordpress.com](https://www.doctemple.wordpress.com)