

การศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการ
ของผู้บริโภคสำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์*
STUDY OF APPLICATION COMPONENTS TO FULFIL CONSUMERS'
NEEDS FOR TRADING ORGANIC PRODUCTS

อรฉัตร อินสว่าง

Orachat Insawang

นิคม ลนขุนทด

Nikom Lonkunthos

เทียงธรรม สิทธิจันทเสน

Teangtaum Sittichantasen

อัษฎา วรรณกายนต์

Asada Wannakayont

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Surindra Rajabhat University, Thailand

E-mail: orachat_ins@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 250 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติที่ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน ร้อยละ 75.2 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 127 คน ร้อยละ 50.8 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 115 คน ร้อยละ 46 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 161 คน ร้อยละ 64.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 62 คน ร้อยละ 24.8 2) ความต้องการองค์ประกอบแอปพลิเคชัน ในภาพรวมอยู่ในระดับที่มีความต้องการมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับที่มีความต้องการมากในทุกด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.64) 2.2) ด้านความปลอดภัยและความ

* Received 2 February 2021; Revised 10 February 2021; Accepted 1 March 2021

น่าเชื่อถือ ($\bar{x}$ = 4.15, S.D. = 0.68) 2.3) ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์ ($\bar{x}$ = 4.12, S.D. = 0.77) 2.4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}$ = 4.09, S.D. = 0.75) 2.5) ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ($\bar{x}$ = 4.09, S.D. = 0.76) 2.6) ด้านการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.66) และ 2.7) ด้านราคา ($\bar{x}$ = 4.02, S.D. = 0.77)

คำสำคัญ: การศึกษา, องค์ประกอบแอปพลิเคชัน, ความต้องการของผู้บริโภค, การซื้อขาย, ผลผลิตเกษตรอินทรีย์

Abstract

The objectives of this research article were to study application components to fulfil consumers' needs for trading organic products. The sampling group was consumers of organic products in Surin Province, totally 250 persons, using the accidental sampling method. The research tool was a questionnaire. For the research methodology, the researchers collected the data from the questionnaire responded by the consumers of organic products in Surin Province in 7 items comprising: 1) products and services, 2) price, 3) distribution channels, 4) promotion and public relations, 5) usability, 6) safety and reliability, and 7) direct - to - service for consumers. Then analyzed the assessment results from the application components to fulfil consumers' needs to trade organic products. The statistics used in this research were percentage, mean and standard deviation. The research results were found as the followings. 1) General information of the respondents found that most of the respondents were female with a total number of 188 persons as 75.2 percent; aged over 50 with a total number of 127 persons at 50.8 percent; graduated bachelor degrees with a total number of 115 persons as 46 percent; were occupation government officials/state enterprises with a total number of 161 persons as 64.4 percent, and had an average monthly income of more than 50,000 baht per month with a total number of 62 persons as 24.8 percent. 2) Requirements of application components to fulfil consumers' needs for the trading of organic products found that the overall level was high demand ($\bar{x}$ = 4.10, S.D. = 0.71). When considered on each side, they were all needed comprising: 1) products and services ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.64), 2) safety and reliability ($\bar{x}$ = 4.15, S.D. = 0.68), 3) promotion and public relations ($\bar{x}$ = 4.12, S.D. = 0.77), 4) distribution channels ($\bar{x}$ = 4.09,



S.D. = 0.75), 5) direct - to - service for consumers ($\bar{x}$ = 4.09, S.D. = 0.76), 6) usability ($\bar{x}$ = 4.03, S.D. = 0.66), and 7) price ($\bar{x}$ = 4.02, S.D. = 0.77). These items can be used to design and develop an application to fulfil consumers' needs for trading organic products.

Keywords: Education, Application Components, Consumer Demand, Trading, Organic Products

บทนำ

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 ซึ่งมีกรอบแนวคิดการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ภายใต้พื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความสมดุล พอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน สอดคล้องกับภูมิสังคมแต่ละพื้นที่และวิถีชีวิตดั้งเดิม ได้แก่ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้าน ที่เป็นระบบการผลิตเพื่อพึ่งตนเองเป็นหลัก ยึดตามวิถีธรรมชาติ และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล รวมถึงการสร้างตราสินค้า เกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นที่ยอมรับ ตลอดจนพัฒนาบุคลากรด้านเกษตรอินทรีย์ ทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเกษตรกร ให้เป็นเกษตรกรปราดเปรื่องเรื่องอินทรีย์ (Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง (Smart Group) และการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ (Smart Enterprise) (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560)

นอกจากนี้ยังมุ่งสร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิต ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เกี่ยวกับปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ การจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ ให้มีความสมบูรณ์ครอบคลุมทั้งทางด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกด้านเกษตรอินทรีย์และนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ครอบคลุมการศึกษาและวิจัยปัจจัยการผลิต โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคีต่าง ๆ เป็นต้น ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นผู้นำในระดับภูมิภาค ด้านการผลิต การบริโภค การค้าสินค้า และการบริการเกษตรอินทรีย์ที่มีความยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญประกอบด้วย การเพิ่มพื้นที่และปริมาณการผลิตเกษตรอินทรีย์ เพิ่มการค้าและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศ สร้างสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) ของสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอีกด้วย (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560)

ซึ่งมีบางจังหวัดโดยเฉพาะจังหวัดสุรินทร์ในฐานะจังหวัดที่เคยประกาศนโยบาย “เมืองเกษตรอินทรีย์” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เรื่อยมาถึงปัจจุบัน ภายใต้โครงการเกษตรอินทรีย์



วิสัยทัศน์ 4.0 นับว่าได้ดำเนินการสอดคล้องกับทิศทางของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติมาโดยตลอด ทั้งยังได้วิเคราะห์ศักยภาพและทุนภายใน ว่ามีจุดแข็ง (Strength) มีพื้นที่การเกษตรจำนวนมาก มีมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (มก.สร.) เป็นสิ่งจูงใจ รวมถึงมาตรฐานบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้า GI กระบวนการผลิตแหล่งที่มาของข้าว ให้ผู้ผลิตสามารถรักษามาตรฐานสินค้า ตามที่ได้ขึ้นทะเบียน และตามข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้า GI ที่ยอมรับได้ในระดับสากล เพื่อที่จะส่งขายไปยังต่างประเทศได้ (รณิดา สิงห์เสรี, 2560)

แต่กระนั้นยังพบว่ามีจุดอ่อน (Weakness) ทั้งด้านแหล่งน้ำและระบบชลประทานที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงใช้ปุ๋ยเคมีในการเกษตรปริมาณสูง รวมถึงการผลิตแบบอินทรีย์มีขั้นตอนมาก ผู้เข้าร่วมจึงลดจำนวนลงเรื่อย ๆ เนื่องจากรายได้ของผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์นั้นไม่เพียงพอต่อการยังชีพ ตลอดจนเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ทางเทคโนโลยียังคงมีจำนวนไม่มาก นอกจากนี้เกษตรกรยังขาดความรู้ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรอินทรีย์ และขาดการบูรณาการฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ร่วมกัน

กระบวนการผลิตและการตลาดที่ผ่านมา ยังคงมีรูปแบบการค้าแบบดั้งเดิม คือค้าขายผ่านพ่อค้า คนกลาง ซึ่งกำหนดราคาไม่ต่างจากผลผลิตทั่วไปที่ใช้สารเคมีเป็นหลัก มีบางส่วนที่จำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ผ่านตลาดชุมชน ตลาดสีเขียว หรือตลาดนัดที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดพื้นที่ให้อย่างจำกัด ในพื้นที่ที่ทางอำเภอจัดสรรให้ขายสินค้าอินทรีย์ รวมถึงการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเป็นบางส่วน ดังนั้นเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ จึงเป็นเกษตรกรกลุ่มเล็ก ๆ ที่ขาดช่องทางการตลาด ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่จะช่วยพัฒนาการตลาดมาโดยตลอด (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563)

จากความสำคัญและปัญหาในข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะผู้รักสุขภาพ และผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่จะช่วยเกษตรกรที่ขาดช่องทางการตลาด และผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ได้ติดต่อซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ได้สะดวก และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยขวัญฤดี ฮวดหุ่น ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันแอปพลิเคชันได้เข้ามามีอิทธิพลในการสื่อสารของโลกยุคปัจจุบันในเรื่องการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันของมนุษย์ (ขวัญฤดี ฮวดหุ่น, 2560) ดังนั้น การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ขึ้นมานั้น จึงเป็นช่องทางการตลาดในรูปแบบตลาดออนไลน์ ที่ช่วยในการติดต่อซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตผลผลิตเกษตรอินทรีย์ แต่ในการพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาใช้นั้น มีขั้นตอนและวิธีการในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ที่ต้องศึกษาความต้องการของผู้ใช้งานที่แท้จริงจึงจะทำให้แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นนั้น แก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้ดำเนินการศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิต



เกษตรกรอินทรีย์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ ไปทำการวิเคราะห์องค์ประกอบแอปพลิเคชันที่ต้องการ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ และพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 250 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด โดยแบ่งหมวดหัวข้อเป็น 2 หมวด ประกอบด้วย หมวดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและหมวดความต้องการองค์ประกอบแอปพลิเคชัน

3. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามกับผู้ทรงคุณวุฒิและหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง

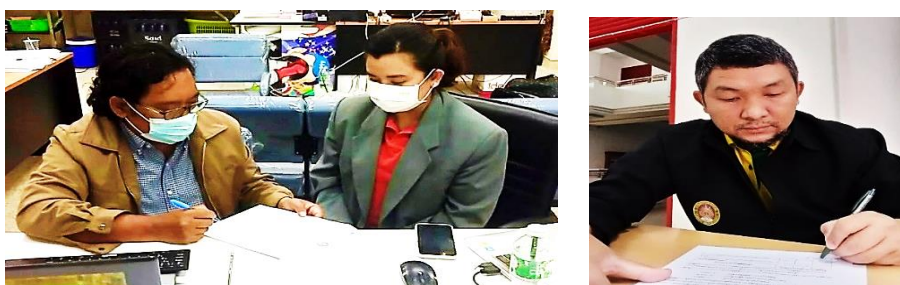
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ที่ตลาดสินค้าเกษตรจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ตลาดสดเทศบาลเมืองสุรินทร์ ตลาดสี่เหลี่ยม ตลาดกรีนมอ เป็นต้น โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น มีขั้นตอนดังนี้

4.1 กล่าวทักทาย พร้อมแนะนำตัวเองและกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นอธิบายและชี้แจงถึง การตอบแบบสอบถาม จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ตรวจสอบและเก็บแบบสอบถาม

4.3 ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลการศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ มาวิเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไป



ภาพที่ 1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามกับผู้ทรงคุณวุฒิ



ภาพที่ 2 หาความเชื่อมั่นแบบสอบถามกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการจำแนกข้อมูล	ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	62	24.80
	หญิง	188	75.20
2.อายุ	ต่ำกว่า15 ปี	6	2.40
	15 - 20 ปี	6	2.40
	21 - 25 ปี	8	3.20
	26 - 30 ปี	10	4.00
	31 - 35 ปี	39	15.60
	36 - 40 ปี	33	13.20
	41 - 45 ปี	12	4.80
	46 - 50 ปี	9	3.60



ลักษณะการจำแนกข้อมูล	ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
3.ระดับการศึกษา	มากกว่า 50 ปี	127	50.80
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	35	14.00
	ปริญญาตรี	115	46.0
	ปริญญาโท	94	37.60
	ปริญญาเอก	6	2.40
	อื่น ๆ	-	-
4.อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	15	6.00
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	161	64.40
	พนักงานบริษัทเอกชน	22	8.80
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	45	18.00
	แม่บ้าน/พอบ้าน	7	2.80
	อื่น ๆ	-	-
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	36	14.40
	15,000 – 25,000 บาท	35	14.00
	25,001 – 35,000 บาท	42	16.80
	35,001 – 45,000 บาท	44	17.60
	45,001 – 50,000 บาท	31	12.40
	มากกว่า 50,000 บาท	62	24.80
รวม		250	100

จากตารางที่ 1 พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 ด้านอายุ พบว่า อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ด้านอาชีพ/การทำงาน พบว่า มีอาชีพ/การทำงานเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8



ภาพที่ 3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

2. ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1.แอปพลิเคชันมีความหลากหลายโดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ของผลผลิตเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท	4.27	0.85	มาก
2. แอปพลิเคชันมีผลผลิตเกษตรอินทรีย์ตามความต้องการผู้บริโภค	4.27	0.76	มาก
3. ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อผ่านแอปพลิเคชันมีคุณภาพดีหรือมีความปลอดภัย	4.25	0.80	มาก
4. ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อผ่านแอปพลิเคชันมีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่น	4.27	0.79	มาก
5. แอปพลิเคชันเป็นที่ยอมรับในการใช้	4.22	0.67	มาก
6. แอปพลิเคชันที่เลือกซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์มีสินค้าพร้อมจัดจำหน่าย	4.28	0.80	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.26	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.64

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายการแอปพลิเคชันที่เลือกซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์มีสินค้าพร้อมจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.80 รองลงมามีองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 รายการ ได้แก่ 1) แอปพลิเคชันมีผลผลิตเกษตรอินทรีย์ตามความต้องการผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.76 2) ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อผ่านแอปพลิเคชันมีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.79 3) แอปพลิเคชันมีความหลากหลาย โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ของผลผลิตเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.85

2.2 ด้านราคา

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านราคา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีราคาสินค้าเหมาะสมเมื่อซื้อผ่านแอปพลิเคชันนี้	4.15	0.74	มาก
2. แอปพลิเคชันมีราคาสินค้าและปริมาณระบุชัดเจน	4.32	0.66	มาก
3. ราคาจัดส่งที่เหมาะสม	4.27	0.70	มาก
4. ได้รับส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ เมื่อซื้อผ่านแอปพลิเคชันนี้	3.34	0.99	ปานกลาง



รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
คะแนนเฉลี่ย	4.02	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.77

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ แอปพลิเคชันมีราคาสินค้าและปริมาณระบุชัดเจน อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.66 รองลงมา ได้แก่ ราคาจัดส่งที่เหมาะสม อยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.70 และมีราคาสินค้าเหมาะสมเมื่อซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แอปพลิเคชันสามารถเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ประเภทอื่นได้	4.29	0.73	มาก
2. แอปพลิเคชันมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	3.15	0.91	ปานกลาง
3. แอปพลิเคชันมีบริการจัดส่งที่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.33	0.67	มาก
4. แอปพลิเคชันมีการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา	4.36	0.71	มาก
5. แอปพลิเคชัน สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.32	0.74	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.09	0.75	มาก

จากตารางที่ 4 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.75

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.71 รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีบริการจัดส่งที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.67 และแอปพลิเคชัน สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก	4.25	0.74	มาก
2. แอปพลิเคชันมีการส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ	4.02	0.81	มาก
3. แอปพลิเคชันมีการคืนกำไรให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	4.09	0.78	ปานกลาง
4. แอปพลิเคชันมีการส่งข้อมูล ข่าวสารติดต่อกับผู้บริโภคอยู่เสมอ	4.12	0.75	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.12	0.77	มาก

จากตารางที่ 5 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.77

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการส่งข้อมูล ข่าวสารติดต่อกับผู้บริโภคอยู่เสมอ อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.75 และแอปพลิเคชันมีการคืนกำไรให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

2.5 ด้านการใช้งาน

ตารางที่ 6 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการใช้งาน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แอปพลิเคชันใช้งานง่ายช่วยผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย	4.30	0.74	มาก
2. แอปพลิเคชันมีการออกแบบสวยงามและรูปถ่ายสินค้าที่ดึงดูดความสนใจ	4.20	0.76	มาก
3. แอปพลิเคชันมีการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง	4.29	0.40	มาก
4. แอปพลิเคชันสามารถช่วยผู้บริโภคได้ประโยชน์ความรู้และสาระจากการทำงาน	3.33	0.76	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.03	0.66	มาก

จากตารางที่ 6 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการใช้งาน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.66



เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ แอปพลิเคชันใช้งานง่ายช่วยผู้บริโภคให้ได้รับความสะดวกสบาย อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.40 และแอปพลิเคชันมีการออกแบบสวยงามและรูปถ่ายสินค้าที่ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

2.6 ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แอปพลิเคชันมีแหล่งที่มาที่สามารถตรวจสอบได้	4.30	0.61	มาก
2. แอปพลิเคชันมีนโยบายหรือข้อบังคับ ในการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน	4.20	0.63	มาก
3. แอปพลิเคชันมีระบบการชำระเงินและติดตามผลการส่งสินค้าที่ปลอดภัย	4.07	0.73	ปานกลาง
4. แอปพลิเคชันมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าและบริการได้อย่างปลอดภัย	4.03	0.78	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.15	0.68	มาก

จากตารางที่ 7 การผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือพบว่า ในภาพรวมอยู่ใน ระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.68

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ แอปพลิเคชันมีแหล่งที่มาที่สามารถตรวจสอบได้ อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.61 รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีนโยบายหรือข้อบังคับ ในการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.63 และแอปพลิเคชันมีระบบการชำระเงินและติดตามผลการส่งสินค้าที่ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.73 ตามลำดับ

2.7 ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค

ตารางที่ 8 ผลการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แอปพลิเคชันมีช่องทางติดต่อกับลูกค้าเป็นรายบุคคลได้สะดวก รวดเร็ว เช่น การสนทนาออนไลน์ อีเมล หรือระบบฝากข้อความ (inbox)	4.32	0.74	มาก
2. แอปพลิเคชันมีช่องทางการให้คำแนะนำลูกค้า	3.65	0.92	ปานกลาง
3. แอปพลิเคชันมีช่องทางช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด	4.34	0.65	มาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
4. แอปพลิเคชันมีการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ	4.08	0.74	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.09	0.76	มาก

จากตารางที่ 8 การผลการศึกษาคำประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค พบว่า ในภาพรวมอยู่ใน ระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.76

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ แอปพลิเคชันมีช่องทางช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.65 รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีช่องทางติดต่อกับลูกค้าเป็นรายบุคคลได้สะดวก รวดเร็ว เช่น การสนทนาออนไลน์ อีเมล หรือระบบฝากข้อความ (Inbox) อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 และแอปพลิเคชันมีช่องทางการให้คำแนะนำลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

2.8 ภาพรวมของการศึกษา

ตารางที่ 9 ผลการศึกษาคำประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.26	0.64	มาก
2. ด้านราคา	4.02	0.77	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	0.75	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์	4.12	0.77	มาก
5. ด้านการใช้งาน	4.03	0.66	มาก
6. ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ	4.15	0.68	มาก
7. ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค	4.09	0.76	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.10	0.71	มาก

จากตารางที่ 9 การผลการศึกษาคำประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับความต้องการที่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความต้องการที่มาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.64 รองลงมา ได้แก่ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับที่มากที่สุดรองลงมา มี



ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.68 และด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภคในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิภา ช่วยระดม ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์และความต้องการในการใช้งาน (ชนิภา ช่วยระดม, 2561)

2. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภคในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านราคา พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bauboniene, Z. & Guleviciute, G. ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าทางออนไลน์ผ่านระบบ E - commerce พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ซึ่งมีผลกระทบต่อการซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดสำหรับผู้หญิงได้แก่ ราคา (Bauboniene, Z. & Guleviciute, G., 2015)

3. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภคในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียงธรรม สิทธิจันทเสน ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศ ตามหลักการวงจรการพัฒนาระบบ SDLC เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชนจังหวัดสุรินทร์ พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชนจังหวัดสุรินทร์ มีปัญหาด้านการจำหน่ายสินค้า ทำให้มีความต้องการด้านระบบสารสนเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคมีความสะดวก และง่ายในการติดต่อซื้อหรือขายวัตถุดิบในการทอผ้า (เทียงธรรม สิทธิจันทเสน, 2558)

4. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภคในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์ พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพร มิ่งสินธ์และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่องแอปพลิเคชันค้นหาร้านอาหารรอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ผ่านระบบดาวเทียมบอกพิกัด เพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารในจังหวัดยโสธร ให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวก ในการค้นหาข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหารที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง (นิภาพร มิ่งสินธ์ และคณะ, 2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัษฎา วรรณกายนต์ ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศตามกรอบ



แนวคิดวงจรการพัฒนาแบบ (SDLC) เพื่อการค้าของเกษตรกรที่ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งระบบสารสนเทศดังกล่าว สามารถนำมาใช้ตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ให้เป็นที่รู้จัก ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ที่เป็นตลาดกลางในการขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ สินค้าอินทรีย์ อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น (อัษฎา วรรณกายนต์, 2558)

5. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการใช้งาน พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของอริสา งามสรรพ ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E - Shopping) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและความง่ายในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดทัศนคติด้านบวกที่มีต่อการใช้และยอมรับในเทคโนโลยีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (อริสา งามสรรพ, 2553)

6. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนันทา ตระกูลสิทธิศรี ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้า ผ่านเฟสบุ๊คในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านระบบรักษาความปลอดภัย ในการชำระเงินและการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ต เพราะจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ และปลอดภัย ในการซื้อสินค้าผ่านเฟสบุ๊ค (สุนันทา ตระกูลสิทธิศรี, 2560)

7. จากการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวราภรณ์ เล่าหะสัมพันธ์พร ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งพบว่าการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าว (วราภรณ์ เล่าหะสัมพันธ์พร, 2562)

เหตุผลของการศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อสนองต่อความต้องการผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของนิคม ลนขุนทดและคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจความต้องการข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทผักอินทรีย์ของผู้บริโภค พบว่า ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนั้นจะนำมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาด ในการจัดจำหน่ายผักอินทรีย์ของเกษตรกร ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและการยอมรับในผลผลิตผักอินทรีย์ที่นำมาขาย (นิคม ลนขุนทด และคณะ, 2563)



ผลของการศึกษาอยู่ในระดับความต้องการมากนั้น เพราะ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาองค์ประกอบที่เป็น ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต่าง ๆ นำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบทางการตลาดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนตัดสินใจซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงได้เพิ่มการศึกษาในส่วนของการใช้งาน ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เป็นกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้บริโภคเกิดความต้องการ ความมั่นใจ และการยอมรับในตัวสินค้า ในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าโดยตรงต่อผู้บริโภคที่สามารถตอบกลับมาเพื่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าได้ทันที

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การศึกษาองค์ประกอบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลองค์ประกอบที่แอปพลิเคชันพึงจะมีเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา แอปพลิเคชัน สำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการใช้และประชาสัมพันธ์ ด้านการใช้งาน ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ และด้านการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ จะทำให้แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นนั้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ใช้สำหรับเป็นช่องทางการตลาดในรูปแบบตลาดออนไลน์ซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ระหว่างผู้บริโภครับกับผู้ผลิตผลผลิตเกษตรอินทรีย์ **ข้อเสนอแนะ** ควรศึกษาองค์ประกอบของแอปพลิเคชัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ จะต้องศึกษาหรือสำรวจข้อมูลความต้องการของผู้ใช้ให้ครอบคลุมองค์ประกอบในแต่ละด้าน และองค์ประกอบในด้านอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อให้แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง และควรมีการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากการศึกษา โดยมีเป้าหมายเพื่อค้นหาข้อผิดพลาดและปรับปรุงแก้ไขข้อมูลที่ได้มาว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญฤดี ฮวดหุ่น. (2560). อิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน. วารสาร ศิลปะการจัดการ, 1(2), 75-76.
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.



- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). การวิเคราะห์ต้นทุนไม่ปัญหาผลผลิตเกษตรอินทรีย์. ใน เอกสารประกอบการประชุมเครือข่ายอาหารปลอดภัยในโรงเรียนและชุมชนจังหวัดสุรินทร์ พ.ศ. 2563. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ชนิภา ช่วระดม. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1(2), 43-55.
- เที่ยงธรรม สิทธิจันทเสน. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศ ตามหลักการวงจรการพัฒนา ระบบ SDLC เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชนจังหวัดสุรินทร์. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- นิคม ลนขุนทด และคณะ. (2563). การสำรวจความต้องการข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทผักอินทรีย์ของผู้บริโภค. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ “ราชมงคลสุรินทร์” ครั้งที่ 11. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.
- นิภาพร มิ่งสินธ์ และคณะ. (2561). แอปพลิเคชัน ค้นหา ร้านอาหารรอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรผ่านระบบดาวเทียมบอกพิกัด. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รมิตา สิงหเสรี. (2560). สุรินทร์จัดโครงการจัดทำมาตรฐานสินค้าบางชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ข้าวหอมมะลิสุรินทร์เพื่อสร้างมาตรฐาน ปรับกลยุทธ์ สู่ระดับสากล. เรียกใช้เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2564 จาก: <http://www.tnews.co.th/contents/322917>
- วรภรณ์ เลหาหะสัมพันธพร. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้าในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุนันทา ตระกูลสิทธิศรี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและความเต็มใจจ่าย ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าในเฟสบุคของคนในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อริสา งามสรรพ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อสินค้าออนไลน์ (E-Shopping) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัษฎา วรรณกายนต์. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศตามกรอบแนวคิดวงจรการพัฒนา ระบบ (SDLC) เพื่อการค้าของเกษตรกรที่ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในจังหวัดสุรินทร์.



ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

Bauboniene, Z. & Guleviciute, G. (2015). E-Commerce Factors Influencing Consumers' Online Shopping Decision. Social technologies Mykolo Romerio University, 5(1), 74-81.