

ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการซื้อขายมูลไก่

Satisfaction of customer needs affecting chicken manure trading

สำเนียง ชนะพิมาย¹ ณัฐวุฒิ ฮันตระกูล²

Amornrat Mungmee นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา; Student, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Nakhon Ratchasima Email: 6524101419@rumail.ru.ac.th¹ Nattawut Hantrakul อาจารย์ประจำวิชาการค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Lecturer, Independent Study; Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University Email: hnattawut@rumail.ru.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสอบถามความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการซื้อขายมูลไก่ จำแนกตามปัจจัยบุคคล ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อขายมูลไก่ และพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาซื้อมูลไก่ของห้างหุ้นส่วนเจลีเยว บริการ จำนวน 132 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในงานวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีอาชีพค้าขาย และมีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ดังนี้ ด้านพฤติกรรมบริการ อยู่ในระดับ มาก รองลงมา ด้านประสบการณ์อยู่ในระดับ มาก รองลงมา ด้านปริมาณ อยู่ในระดับ มาก รองลงมา ด้านราคา อยู่ในระดับ มาก และด้านความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับ มาก และพฤติกรรมของผู้ใช้บริโภค ทุกคนเคยใช้บริการจากห้างหุ้นส่วนเจลีเยว บริการ ประเภทมูลไก่ ส่วนใหญ่เป็นมูลไก่ 45 วัน (มูลไก่ไข่) อิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่มาจากครอบครัว สอบถามราคาส่วนใหญ่ สอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ และช่องทางการชำระเงินส่วนใหญ่ โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Banking)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ความต้องการของลูกค้า, การเลือกซื้อ

ABSTRACT

This research has the objective To inquire about customer satisfaction and needs that affect the trading of chicken manure. Classified by personal factors Satisfying customer needs in choosing to buy and sell chicken manure. and behavior and needs of customers in purchasing chicken manure. The sample group is There were 132 customers who came to buy chicken manure at Hun Suan Chaliew Service Department Store. Data were collected using a questionnaire. Analytical statistics include percentage, mean, and standard deviation in the research.

The research results found that Most customers are female, aged 30-39 years, have a trading career and have an income of 5,000-10,000 baht. They are satisfied with the needs of customers in purchasing chicken manure. The overall level was at a high level as follows: service behavior was at a high level, followed by experience at a high level, followed by quantity at a high level, followed by price at a high level, and convenience and speed at a high level. a lot and the behavior of consumers Everyone has used the services of Chaliew Partnership. Services include chicken manure, mostly 45-day chicken manure (chicken manure for laying eggs). Most of the influence in decision-making comes from family. Ask about most prices. Inquiry via internet/telephone and most payment channels Transfer money via the internet (E-Banking)

Keywords : Satisfaction, customer needs, purchasing choices

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกษตรกรไทยในยุคปัจจุบัน มีการพึ่งพาการใช้ปุ๋ยเคมีในการทำการเกษตรอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการการใช้ปุ๋ยเคมีในปีพ.ศ. 2560 มีปริมาณมากถึง 5.5 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 78,899 ล้านบาท และ ในปีพ.ศ. 2565 มีการใช้ในปริมาณ 5.6 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 83,947 ล้านบาท (กรมวิชาการเกษตร, 2566) จากสถิติดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกของเกษตรกรในอัตราที่มากเกินไปจะส่งผลให้สภาพดิน แห้ง น้ำ อากาศ และสิ่งแวดล้อมมีความเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการใช้ปุ๋ยเคมีในปริมาณมาก อาจเป็นต้นเหตุของก่อให้เกิดก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N₂O) ที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก และอากาศเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (กรมวิชาการเกษตร, 2566)

ปุ๋ยถือเป็นปัจจัยการผลิตพืชที่สำคัญชนิดหนึ่ง แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยชีวภาพ เนื่องจากดินที่เหมาะสมกับการปลูกพืชนั้นจะต้องมีสมบัติทั้ง 3 ด้าน คือ สมบัติทางเคมี สมบัติทางกายภาพ และสมบัติทางชีวภาพ เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช แต่ปุ๋ยแต่ละประเภทมีความสามารถในการปรับปรุงดินได้ดีคนละด้าน (อำนาจ สุวรรณฤทธิ์, 2555) ปุ๋ย ถือเป็นปัจจัยโดยตรงต่อการเร่งการเจริญเติบโตของไม้ผลในฤดูการผลิตในปีหนึ่งๆ เมื่อไม้ผลให้ผลผลิตแล้ว ธาตุอาหารต่างๆ ที่มีอยู่ในดินที่ถูกต้นไม้ผลดูดไปใช้จะลดน้อยลงไป หากเกษตรกรผู้ปลูกไม่มีการบำรุงดินโดยการเติมปุ๋ยกลับลงไปสู่ดินก็จะทำให้ดินเกิดการขาดความสมดุลทางธาตุอาหารของพืชได้ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมเป็นผลเสียกับต้นไม้ผลในฤดูกาลต่อไป การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการทำการเกษตรของเกษตรกร จึงเป็นทางเลือกของเกษตรกรที่จะช่วยแก้ปัญหาในเรื่องของต้นทุนการผลิตสภาพการเสื่อมโทรมของดิน ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์เพิ่มสิ่งมีชีวิต และจุลินทรีย์ในดิน การเสื่อมโทรมของสุขภาพ นอกจากนี้ยังเป็น การนำเศษวัสดุเหลือใช้จากภาคการเกษตร หรือในครัวเรือนมา ใช้ประโยชน์ในการทำปุ๋ยอินทรีย์เพื่อใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างของดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ ทำให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนในการผลิต ซึ่งวิธีการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เกษตรกรสามารถทำได้เอง และมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้ และผู้บริโภค และสามารถแก้ไขปัญหามลพิษตกค้างในผลผลิตทางการเกษตร

ปุ๋ยขี้ไก่ หรือปุ๋ยมูลไก่ คือปุ๋ยที่ได้มาจากมูลของไก่ที่ขับถ่ายออกมาและนำไปสู่ขั้นตอนการทำเป็นปุ๋ยในกระบวนการต่อไป โดยปุ๋ยขี้ไก่อ้นั้นถือว่าเป็นปุ๋ยอินทรีย์ชั้นเยี่ยมชนิดหนึ่ง เนื่องจากปุ๋ยขี้ไก่หรือปุ๋ยมูลไก่อ้นั้นประกอบด้วยธาตุอาหารที่มีความหลากหลาย ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้คนส่วนมากมีความต้องการที่จะพัฒนาปุ๋ยขี้ไก่เพื่อนำเข้าสู่เศรษฐกิจการเกษตรมากขึ้น จนกระทั่งนำมาสู่การเป็นปุ๋ยมูลไก่อัดเม็ดในที่สุด ซึ่งปุ๋ยขี้ไก่และขี้เปิดนั้นจะมีปริมาณธาตุอาหารที่สูงกว่าขี้วัวและขี้ควาย และปุ๋ยคอกใหม่ ๆ ก็จะมีปริมาณธาตุอาหารที่สูงกว่าปุ๋ยคอกที่เก่า และเก็บไว้นานเช่นกัน ประเภทของปุ๋ยขี้ไก่ 1. ปุ๋ยขี้ไก่แกลบ ปุ๋ยประเภทนี้เป็นปุ๋ยที่ได้จากการเลี้ยงไก่เนื้อในระบบฟาร์ม ซึ่งจะเลี้ยงในพื้นที่ราบและนำแกลบมาปูพื้นในระบบฟาร์ม เมื่อไก่กินอาหารแล้วก็จะถ่ายลงพื้นผสมกับแกลบ และหลังจากที่จับไก่ไปเรียบร้อยแล้วก็จะนำขี้ไก่อกับแกลบที่เหลืออยู่ในฟาร์มนั้นมาใส่ถุงเพื่อให้เกษตรกรนำไปใช้ ซึ่งไก่เนื้อนั้นจะเลี้ยงด้วยความรวดเร็ว โดยเน้นแต่กลุ่มอาหารในการเร่งโต ไม่ว่าจะเป็นยาหรือสายพันธุ์ที่พัฒนาขึ้นมา เมื่อไก่ถ่ายออกมา ธาตุอาหารนั้นก็จะผสมกับแกลบ และสิ่งนี้อาจจะตามมานั้นก็คือเชื้อโรค เชื้อรา แบคทีเรีย ไวรัส แต่ถ้าเกิดว่าได้ขี้ไก่อัดเม็ดสุดท้ายของการล้างโรงเรือนสิ่งที่เราจะได้นั้นก็คือโซดาไฟ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะทำให้พืชที่เราใส่ปุ๋ยให้มันตายได้ง่ายขึ้น 2. ปุ๋ยขี้ไก่อัดเม็ดปุ๋ยประเภทนี้เป็นการคัดเอาเศษขยะที่ปะปนอยู่กับขี้ไก่ออกให้หมด จากนั้นนำมูลไก่มาบดให้ละเอียดแล้วรดน้ำพอหมาด ๆ เสร็จแล้วก็คลุกเคล้าให้เข้ากัน และนำเข้าเครื่องอัด ซึ่งถ้าหากผลิตในปริมาณที่ไม่มากก็ใช้เครื่องบดเนื้ออัดเป็นแท่งแล้วนำไปฝังลม ถ้าใช้มีoxyแล้วจะแตกหักเป็นเม็ด และเมื่อฝังลมจนแห้งแล้วก็นำเก็บในถุงเพื่อเอาไว้ใช้ประโยชน์ต่อไป โดยคุณค่า

อาหารพืชในขี้ไก่่นั้นจะมีธาตุไนโตรเจน 2.7% ฟอสฟอรัส 6.3% และโพแทสเซียม 2% ซึ่งถ้าหากผลิตในปริมาณมากจำเป็นจะต้องใช้เครื่องอัดขนาดใหญ่ขึ้น โดยขนาดกระบอกบรรจุเส้นผ่านศูนย์กลางจะอยู่ที่ 20-30 เซนติเมตร มีรูขนาด 3 - 5 มิลลิเมตร และกำลังผลิต 2,000-3,000 กิโลกรัม/วัน (จุฑามาศ หานู, 2556)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการซื้อขายมูลไก่มีมากน้อยเพียงใดต่อสินค้า และเมื่อนำไปใช้บำรุงพืชจึงทำให้ได้ผลผลิตที่ดี นำไปทำเป็นปุ๋ยบำรุงพืช ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานไร้สารเคมี เมื่อนำไปทำเกษตรแนวอินทรีย์ หรือใช้บำรุงพืชแบบคาดหวังก็จะได้ผลผลิตในทางที่ดีอย่างเต็มที่กับพืชปลูกในสภาพไร่ เช่น ข้าว ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง พืชผัก ไม้ผล เป็นต้น เนื่องจากพืชเหล่านี้เป็นพืชที่ต้องการโครงสร้างดินที่ดีในการเจริญเติบโต ซึ่งสามารถใช้แทนปุ๋ยเคมีหรือใช้ร่วมกับปุ๋ยเคมีเพื่อเพิ่มผลผลิตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บัณฑิตประชากรศาสตร์ หมายถึง เป็นการศึกษาทางสถิติของประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ จัดเป็นวิทยาศาสตร์ทั่วไปแขนงหนึ่ง ศาสตร์นี้สามารถใช้วิเคราะห์ประชากรมีชีวิตพลวัตใดๆ ก็ได้ คือ ประชากรที่เปลี่ยนแปลงตามเวลาหรือสถานที่ ประชากรศาสตร์ครอบคลุมการศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากรเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่หรือเวลาในประชากรเมื่อมีการเกิด การย้ายถิ่น การเปลี่ยนตามวัย และการเสียชีวิต สามารถประมาณการประชากรของโลกได้โดยอาศัยการวิจัยทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และอื่นๆ

2. บัณฑิตความพึงพอใจ หมายถึง ทักษะคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึก หรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวกความสุขของบุคคลอันเกิดจาก การปฏิบัติงาน และได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงานมีขวัญและมีกำลังใจมีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลใน

การทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จ ขององค์การอีกด้วย ดังนี้ ราคา ปริมาณ ประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็ว และพฤติกรรมการบริการ

3. พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหา พิจารณา ตัดสินใจ การซื้อสินค้า ไปจนถึงการใช้แนวคิดการประเมินผลในสินค้าและบริการ หรือประสพการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ หรืออาจหมายถึงการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ นำมาวิเคราะห์ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการซื้อขายมูลไก่

2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเกษตรกร ในเขตอำเภอครบุรี และอำเภอบักรังชัย ที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ ในปี 2565 จำนวน 200 คน

3. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเกษตรกร ในเขตอำเภอครบุรี และอำเภอบักรังชัย ที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ ในปี 2565 โดยเปรียบเทียบตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 132 คน

4. ขอบเขตด้านตัวแปรศึกษา จะทำการศึกษาวิจัยเฉพาะตัวแปรที่สำคัญ คือ

4.1 ตัวแปรต้น

4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

4.1.2 ปัจจัยความพึงพอใจ

4.2 ตัวแปรตาม

4.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

5. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ

6. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงกระบวนการ หรือพฤติกรรม การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมี ความสำคัญต่อการซื้อสินค้า และบริการทั้งในปัจจุบัน และอนาคต

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ หรืออาการที่ แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิริรินทร์ธร และภาวณา สนวนพลู (2552) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้า หรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้นๆ

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปุ๋ยมูลไก่และการปุ๋ยคอก

ปุ๋ยคอก หมายถึง ปุ๋ยอินทรีย์ที่ประกอบด้วยอุจระ ปัสสาวะของสัตว์ต่างๆ เช่น โค กระบือ สุกร ม้า เป็ด ไก่ แพะ แกะ ค้างคาว และสัตว์อื่นๆ ผสมกับเศษอาหารต่างๆ เข้าไปด้วย ในปุ๋ยคอกจึงมีจุลินทรีย์ และสารอินทรีย์ต่างๆ มากมาย ปริมาณธาตุอาหารในปุ๋ยคอก ในปุ๋ย คอกที่ได้จากสัตว์แต่ละชนิดจะมีปริมาณธาตุอาหารพืชแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ เป็นธาตุอาหารหลักขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ สภาพของการสะสมปุ๋ย คอก อาหารที่สัตว์กิน อายุของสัตว์ และสภาพการเก็บรักษาโดยทั่วไปแล้วปริมาณธาตุอาหารในปุ๋ย คอกจะมีสัดส่วนที่ค่อนข้างต่ำ ทั้งธาตุไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียม แต่สัตว์บางชนิด ได้แก่ สัตว์ปีกบางชนิดจะมีปริมาณฟอสฟอรัสในปุ๋ยคอกสูง (ธงชัย, 2546)

มูลสัตว์ปีก (มูลไก่) เป็นส่วนที่เป็นของเหลวเหนียว และมีธาตุไนโตรเจน และฟอสฟอรัส สูงกว่าในมูลสัตว์ใหญ่ นอกจากนี้มูลสัตว์ปีกยังมีกรดยูริก ซึ่งเป็นสารประกอบในรูปแอมโมเนีย มอยสูง จึงอาจมีการสูญเสียไนโตรเจนในรูปก๊าซแอมโมเนียได้ เช่น มูลไก่ ต้องทำให้มูลแห้งเร็ว ที่สุด ในการรองพื้นคอกด้วยขี้เลื่อย ชั่งข้าวโพดบด จากนั้นควรใส่ปุ๋ยซูเปอร์ฟอสเฟตประมาณ 50 กก. ต่อมูลสัตว์ 1 ตัน เพื่อลดการสูญเสียไนโตรเจน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

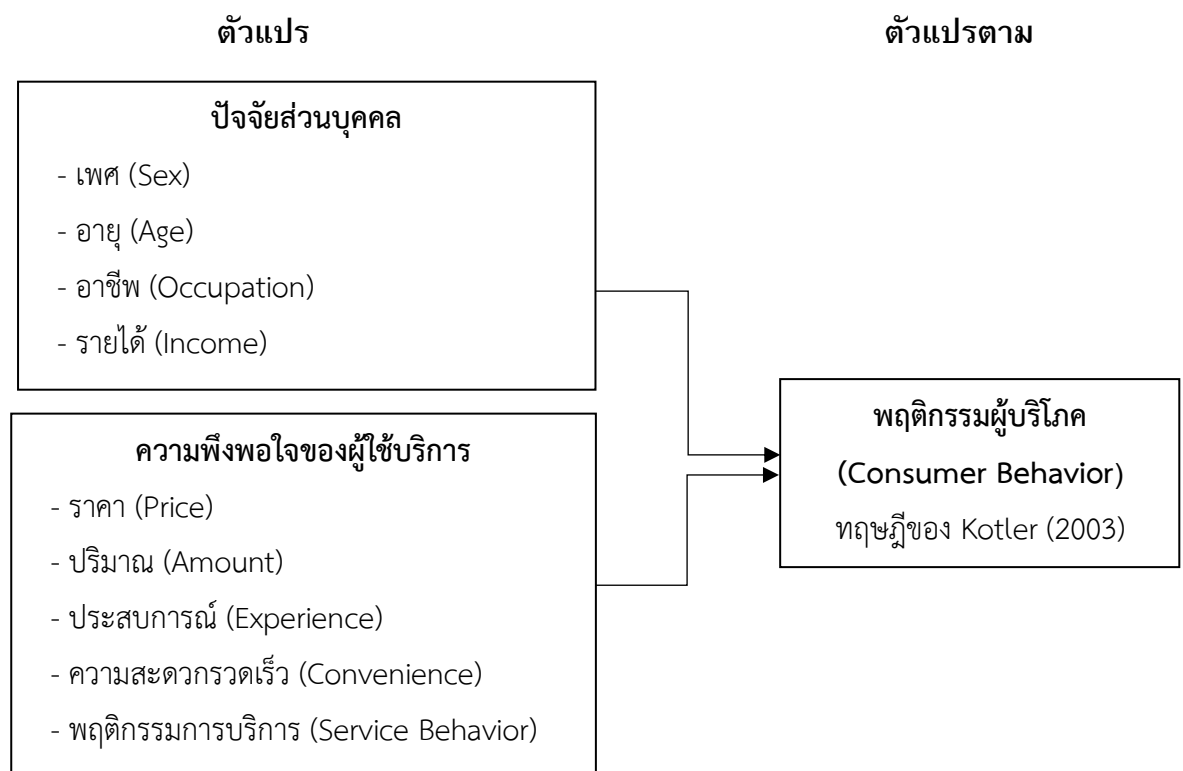
Morse (1967: 81) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ ว่า “ Satisfaction ” หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เป็นการลด ความตึงเครียดทางด้านร่างกาย และจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่น ใจตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะ เปลี่ยนไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

Shell (1975 : 252-268) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวก เพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาวดี นาภรณ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับแต่ละด้าน คือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการจัดจำหน่าย ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตระหนักถึงปัญหา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินงานและขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเกษตรกร ในเขตอำเภอครบุรี และอำเภอปักธงชัย ที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ จำนวน 200 คน (ห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ, 2565)

1.2 กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่กลุ่มลูกค้าเกษตรกร ในเขตอำเภอครบุรี และอำเภอปักธงชัย ที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ โดยเปรียบเทียบตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 132 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจความต้องการของลูกค้า

ตอนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการความต้องการของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.1 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย และได้ศึกษาแบบสอบถามจากผู้วิจัยท่านอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหางานวิจัย แล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานวิจัยครั้งนี้ และนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของคำถาม และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้เสร็จสมบูรณ์แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผลที่ได้เท่ากับ 0.971

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา โดยผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว โดยการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือได้แก่กลุ่มลูกค้าเกษตรกร ในเขตอำเภอครบุรี และอำเภอปักธงชัย ที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเฉลียว บริการ จำนวน 132 คน

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และเก็บแบบสอบถามกลับคืนครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดไว้ จำนวน 132 ชุด

5. สถิติและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scales) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มีความเห็นด้วยมากที่สุด มีความเห็นด้วยมาก มีความเห็นด้วยปานกลาง มีความเห็นด้วยน้อย มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในโดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ประมวลผล

5.1 บั้จยัส่วนบุคคูล โดยจำแนก เพศ อายุ อาชีพ และรายได้โดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เป็นต้น

5.2 วิเคราะห์บั้จยัด้านความพึงพอใจของลูกค้ำ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3 วิเคราะห์บั้จยัด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 132 ชุด และได้รับการตอบกลับครบจำนวนที่กำหนดซึ่งคิดเป็น 100% ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์บั้จยัส่วนบุคคูล

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	52	39.40
หญิง	80	60.60
อายุ		
20-29 ปี	33	25.00
30-39 ปี	45	34.10
40-59 ปี	31	23.48
60-79 ปี	12	9.10
80 ปีขึ้นไป	11	8.32
อาชีพ		
เกษตรกร	7	5.31
ค้าขาย	61	46.21

ธุรกิจส่วนตัว	44	33.33
ข้าราชการ	20	15.15
อื่นๆ	-	-
รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2	1.52
5,000-10,000 บาท	46	34.84
10,000-20,000 บาท	45	34.09
20,000-30,000 บาท	16	12.12
30,000-40,000 บาท	12	9.09
40,000 บาทขึ้นไป	11	8.34

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.60 มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.10 มีอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 46.21 และมีรายได้ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.84

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่

ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านราคา	4.37	0.38	มาก
2. ด้านปริมาณ	4.41	0.39	มาก
3. ด้านประสิทธิภาพ	4.45	0.32	มาก
4. ด้านความสะดวกรวดเร็ว	4.36	0.41	มาก
5. ด้านพฤติกรรมการบริการ	4.48	0.36	มาก
รวม	4.41	0.37	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านพฤติกรรมการบริการ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.36) รองลงมา ด้านประสิทธิภาพอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.32) รองลงมา ด้านปริมาณอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.39) รองลงมา ด้านราคา อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.38) และด้านความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.41)

3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่
 ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของพฤติกรรมความต้องการ จำแนกตามการใช้บริการ

พฤติกรรมความต้องการของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านเคยใช้บริการจากห้างหุ้นส่วนเจลีเยว บริการ ใช้หรือไม่		
ใช่	132	100.00
ไม่ใช่	-	-
ประเภทมูลไก่ที่ท่านเลือกใช้มากที่สุด		
มูลไก่ 45 วัน (มูลไก่ไข่)	67	50.76
มูลไก่ปี (มูลไก่พ่อ-แม่ พันธุ์)	65	49.24
ใครที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของท่าน		
เพื่อน	59	44.70
ครอบครัว	62	46.97
พนักงานขาย	11	8.33
อื่นๆ	-	-
ท่านมีวิธีการสอบถามราคาจากผู้ขายด้วยวิธีการใด		
สอบถามจากผู้เข้ารับบริการที่รู้จัก	53	40.15
สอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์	54	40.91
สอบถามโดยตรง (เข้ามาสอบถาม ณ จุดขาย)	25	18.94
ส่วนมากท่านเลือกชำระเงินในการซื้อขายมูลไก่ ด้วยวิธีใด		
ชำระเงินสด	64	48.48
โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Banking)	68	51.52
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริโภค ทุกคนเคยใช้บริการจากห้างหุ้นส่วนเจลีเยว บริการ คิดเป็นร้อยละ 100 ประเภทมูลไก่ ส่วนใหญ่เป็นมูลไก่ 45 วัน (มูลไก่ไข่) คิดเป็นร้อยละ 50.76 อิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่มาจากครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 46.97 สอบถามราคาส่วนใหญ่ สอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 40.91 และช่องทางการชำระเงินส่วนใหญ่ โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Banking) คิดเป็นร้อยละ 51.52

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เกี่ยวกับความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านปริมาณ ด้านประสบการณ์ ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านพฤติกรรมการบริการ ซึ่งผู้วิจัยอภิปรายผลได้ดังนี้ ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.38) ซึ่งสอดคล้องแนวคิดทฤษฎีของ Shellli (1995) และสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วิมล ประวัติเจริญวิทย์ (2565) ในส่วนของราคาผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก เพราะราคามีความเท่าเทียมกับราคาของคู่แข่งอื่น ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ ด้านปริมาณ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.39) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman, Zaithamal & Berry (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของปณณวัฏฐ์ ตั้งจงจินตน์ (2566) โดยปัจจัยคุณภาพของสินค้า และปริมาณของสินค้าอยู่ในระดับ มาก มีปริมาณที่คุ้มค่างับราคา จึงเกิดเป็นความพึงพอใจ และซื้อซ้ำ ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ด้านประสบการณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.32) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow) (1949) และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์นภัส เกษมสุข และบุหงา ชัยสุวรรณ (2565) ด้านความชำนาญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคการรับรู้ลักษณะผลิตภัณฑ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ความพึงพอใจ ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ ด้านความสะดวกรวดเร็ว ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.41) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman, Zaithamal & Berry (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของวราภรณ์ เตชะกสิกรพาณิชย์ (2565) ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการในด้านความสะดวกรวดเร็วอยู่ในระดับ มาก ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อมูลไก่ ด้านพฤติกรรมการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.36) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow) (1949) และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรากร สวาพิม (2565) พบว่าด้านพฤติกรรมการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก พนักงานมีพฤติกรรมการบริการที่พุดจาดี และมีมารยาท ทำให้การรับรู้ประโยชน์ อยู่ในระดับที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจในระดับมาก และพฤติกรรมของผู้บริโภค ทุกคนเคยใช้บริการจากห้างหุ้นส่วนเฉลี่ย บริการ ประเภทมูลไก่ ส่วนใหญ่เป็นมูลไก่ 45 วัน (มูลไก่ไข่) อิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่มาจากครอบครัว สอบถามราคาส่วนใหญ่ สอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ และช่องทางการชำระเงินส่วนใหญ่ โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Banking) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003) และสอดคล้องกับงานวิจัยของพันธกานต์ จรัสวัฒนาพรรค (2566) ซึ่งอิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่มาจาก

ครอบครัว และรายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคสอบถามจากช่องทางสังคมออนไลน์ ในด้านการสอบถามคุณภาพ และราคาสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านวิธีในการเก็บตัวอย่าง เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการใช้แบบสอบถาม จึงอาจจำกัดเพียงกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเข้าใช้บริการ ณ ขณะนั้น จึงไม่อาจครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาก่อนหน้านี้

1.2 ด้านวิธีในการเก็บข้อมูล งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลแบบสอบถามเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ได้มุมมองด้านเดียว ซึ่งอาจส่งผลต่อข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเพื่อติดตามผลกลุ่มผู้มารับบริการ เพื่อศึกษาประสิทธิผลและประสิทธิภาพ และเพื่อนำไปสู่การพัฒนาบริการ และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

2.2 ควรมีการทำวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้มารับบริการ ทำให้ทราบถึงความต้องการต่างๆ ของผู้ใช้บริการ แล้วจึงดำเนินการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตร. (2566). *เกษตรที่ดีที่เหมาะสมสำหรับปทุมมา*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์: กรุงเทพฯ.
- จุฑามาศ หานุ. (2556). *การศึกษาปุ๋ยเคมีและปุ๋ยคอก (มูลไก่และสุกร) ในอัตราที่แตกต่างกันต่อการเจริญเติบโต*. (รายงานผลการวิจัย). นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทิพย์วิมล ประวัติเจริญวิทย์. (2565). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 30 พฤศจิกายน 2566 จาก <http://www.baabstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/1033.ru>.
- นันท์นภัส เกษมสุข และบุหงา ชัยสุวรรณ (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้า อุปกรณ์บริโภคบนเว็บไซต์ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 10(1), 136-152.
- บุญญาวุฒิ ตั้งจงจินตน์. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตั้งใจซื้อซ้ำขนมขบเคี้ยวนำเข้าญี่ปุ่นผ่านช่องทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม*.
- พันธกานต์ จรัสวัฒนาพรรค. (2566). *อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทช่วยในการนอนหลับของผู้บริโภคในสังคมออนไลน์*. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 37(2), 116-131.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. พิมพ์ครั้งที่11. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- วรารกร สวาพิม. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สำหรับผิวหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. *สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม*.
- วรารกรณ์ เตชะกสิกรพาณิชย์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ Pharmacy Omni-channel ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. *สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม*.
- สุชาวดี นาภรณ์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช*. *การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง*.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). *การบริหารการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สนวนพลู. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: วีพริ้นท์.

อำนาจ สุวรรณฤทธิ์. (2555). *ปลุกพีชอินทรีย์ไม่ใช่ว่าที่คิด ปลุกพีชปลอดภัยจากสารพิษดีกว่า*
ไหม. ภาควิชาปฐพีวิทยา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Kolter, P.& Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing*. (11th ed.). New Jersey:
Pearson education.

Krejcic, Robert. V. and Morgan, Eayle. W. (1970). *Educational and psychological*
measurement. New York: McGraw-Hill

Morse,N.C. (1967). *Satisfaction in white collar job*. University of Michigan Press.

Shelly, M. H. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : Dowden Hutchison &
Ross.