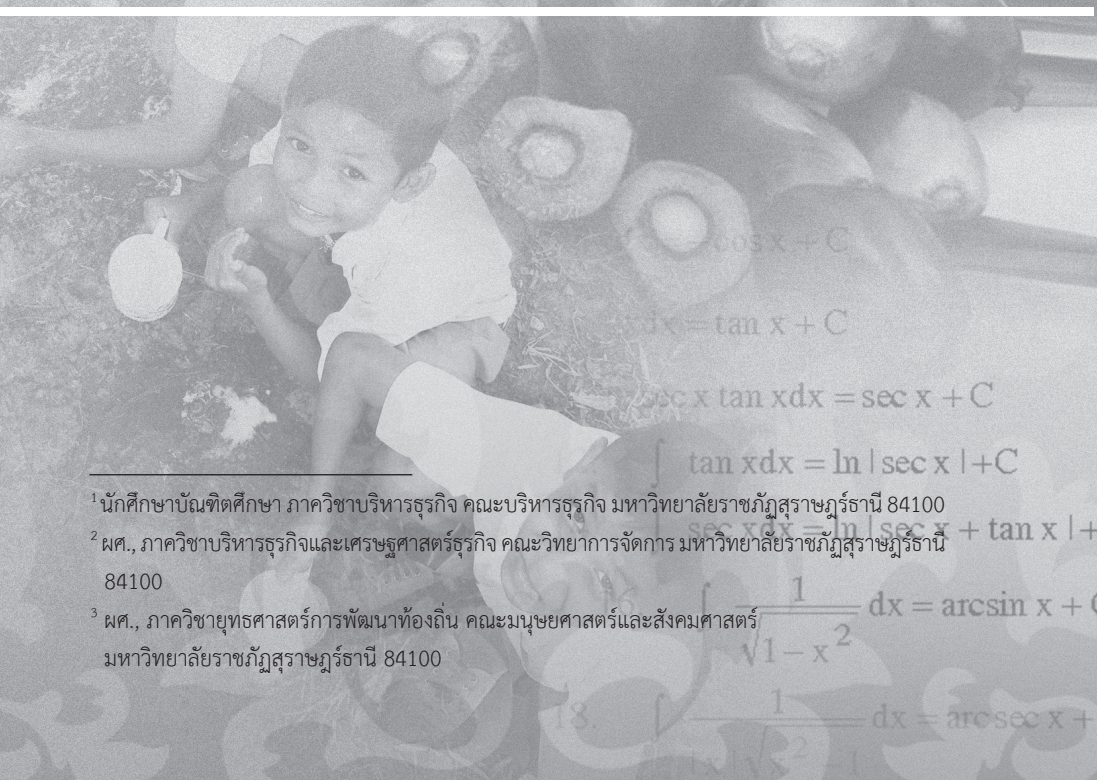


ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร

Marketing Factors Affecting Agriculturists'
Decision to making on The Service of Oil Palm Bunch
Collection Centers in Chumphon Province

อนุชสร่า คงประสม¹ นันทวรรณ ช่างคิด² และสำโรช เนติธรรมกุล³

Anuchsara Kongprasom¹, Nantawan Changkid² and
Saroj Nethithumakul³



¹ นักศึกษามัธยมศึกษา ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 84100

² ผศ., ภาควิชาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 84100

³ ผศ., ภาควิชายุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 84100

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรสวนปาล์มน้ำมัน ที่ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ ได้แก่ สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรสวนปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน 10-20 ไร่ จำนวนผลผลิตต่อเดือน 6-10 ตัน รายได้สุทธิต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ใช้รถกระบะของตนเอง ในการขนส่งผลผลิต การตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน เพื่อขายผลผลิตอย่างเดียว ใช้บริการต่อเดือน 2-3 ครั้ง โดยใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน 2 แห่ง สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมันคือเพื่อนเกษตรกร กิจกรรมระหว่างรอการใช้บริการคือการสนทนากับเพื่อนเกษตรกร เหตุผลที่สำคัญในการใช้บริการคือ มีความสะดวก สถานที่รับซื้ออยู่ใกล้สวน ให้ราคาสูง ตาชั่งมีมาตรฐาน การบริการเป็นกันเอง รวดเร็ว และมีที่จอดรถกว้างขวาง

ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกร ทุกด้าน ยกเว้นด้านอายุ และด้านการศึกษา ส่วนปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด การตัดสินใจ ลานเทปาล์มน้ำมัน

Abstract

This study aimed to investigate the marketing factors affecting agriculturists' decision to making on the service of oil palm bunch collection centers in Chumphon Province. The data was collected from the 385 sample agriculturists receiving the service of oil palm bunch collection centers in Chumphon Province. A questionnaire whose reliability coefficient in part of states was 0.91 was utilized. Statistics used to analyze data included frequency, mean, standard deviation, and Chi-square.

The findings revealed that oil palm agriculturists were mostly male, aged between 31- 40 years and secondary educational level. Each had 10-20 rai of oil palm plantations. The product was 6-10 tons per month. Their income was 10,001- 20,000 baht per month. They used their pick-up cars to transport their produce. Their decision to use the service of the oil palm bunch collection center was to sell only their produce. They used its service for 2-3 times per month. They used the services of 2 oil palm bunch collection centers. They knew the oil palm bunch collection centers from their friends. During waiting for the services of the oil palm bunch collection centers, they talked together. A major reason for using the service was convenient. The palm bunch collection centers were near their houses. They gave high price with a standard scales. The service was friendly and there was large car parking.

The marketing factors were important to make the decision of the oil palm agriculturists with a high level. Considering each aspect was found that the physical and process aspects were at the highest level. The aspects of places, transportation, price, product, personnel, and service including the marketing promotion were at a high level. The test showed that the fundamentals were correlated with the decision to receive all service of the oil palm bunch collection centers with the Statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Marketing Factors, Decision Making, Oil Palm Bunch Collection Centers

บทนำ

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นพืชน้ำมันอุตสาหกรรมชนิดเดียวของโลกที่สามารถให้ผลผลิตน้ำมันต่อหน่วยพื้นที่สูงกว่าพืชน้ำมันทุกชนิด และสามารถปลูกได้จำกัดเฉพาะในเขตพื้นที่ร้อนชื้นเท่านั้น ซึ่งมีเพียง 4 ประเทศที่สามารถปลูกปาล์มน้ำมันได้ผลดี ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย โคลัมเบีย ไทย และอินโดนีเซีย ปาล์มน้ำมันจึงเป็นพืชน้ำมันที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยภาคใต้เป็นแหล่งผลิตอันดับหนึ่งและภาคตะวันออกอีกบางส่วน

จังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสภาพพื้นดินและภูมิอากาศที่เหมาะสมในการปลูกปาล์มน้ำมัน เกษตรกรจึงนิยมปลูกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับสองรองจากการปลูกยางพารา ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตปาล์มน้ำมันที่มีผลผลิตเป็นลำดับ 3 ของภาคใต้รองจากจังหวัดกระบี่และสุราษฎร์ธานี [1] ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ผลผลิตทั้งหมดอยู่ในรูปของปาล์มทะลายและปาล์มร่วง โดยเกษตรกรจะขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เรียกว่า ลานเทพาล์ม หรือขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบโดยตรง ทั้งลานเทพาล์มและโรงงานได้มีการแข่งขันการรับซื้อ โดยมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาบริหารจัดการเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า จังหวัดชุมพรมีการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการรับซื้อปาล์มน้ำมันและโรงงานปาล์มน้ำมันกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ที่มีสวนปาล์มอยู่หนาแน่น มีลานเทพาล์มน้ำมันทั้งหมดประมาณ 492 แห่ง และมีโรงงานสกัดปาล์มน้ำมันทั้งหมด 30 แห่ง [4] จึงเป็นเหตุให้เกิดการแข่งขันระหว่างลานเทพาล์มน้ำมันด้วยกัน หรือลานเทพาล์มกับโรงงานหรือโรงงานกับโรงงานด้วยกัน เป็นต้น [1]

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมัน และความคิดเห็นในการใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการลานเทพาล์มน้ำมัน ในการนำไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาดในการรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรได้ตามความเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร เป็นข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพงานบริการและมาตรฐานของลานเทพาล์มน้ำมันในส่วนของเกษตรกรผู้ให้บริการ ข้อมูลสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานบริการ ในการประกอบอาชีพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน
5. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร
2. ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรที่ไปใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย 8 อำเภอ คือ อำเภอปะทิว อำเภอท่าแซะ อำเภอเมือง อำเภอสวี อำเภอทุ่งตะโก อำเภอหลังสวน อำเภอละแม และอำเภอพะโต๊ะ เนื่องจากประชากรเป็นกลุ่มที่ไม่ทราบค่าที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบค่าประชากรของดับเบิลยู.จี.โคซาร์ล [6] ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา จำนวนพื้นที่ปลูกปาล์ม น้ำมัน จำนวนผลผลิตที่ได้จากปาล์ม น้ำมันต่อเดือน รายได้สุทธิเฉลี่ยจากปาล์ม น้ำมันต่อเดือน และพาหนะที่ใช้ขนส่ง

การตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ประเภทของการใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการลานเท ความถี่การให้บริการ จำนวนของลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน และกิจกรรมระหว่างรอการให้บริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ไปใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร เนื่องจากประชากรเป็นกลุ่มที่ซึ่งไม่ทราบค่าที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรตารางสำเร็จรูปของ ดับเบิลยู.จี.โคซาร์ล [6] โดยใช้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 ในการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการในลานเทปาล์มน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพรใน 8 อำเภอ จำนวน 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรสวนปาล์มน้ำมัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา จำนวนพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน จำนวนผลผลิตที่ได้จากปาล์มน้ำมัน ต่อเดือน และรายได้สุทธิเฉลี่ยจากปาล์มน้ำมันต่อเดือนต่อเดือน และพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ประเภทของการใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการ ความถี่การให้บริการ จำนวนของลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน และกิจกรรมระหว่างรอการให้บริการ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขแล้วนำมาแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.3 หาความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 4 คน เพื่อตรวจความเที่ยงตรง และความเหมาะสมของเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถาม มาปรับปรุงแก้ไขเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง

3.4 หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาความเชื่อมั่น โดยนำไปทดลอง (Try-out) กับเกษตรกรที่ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุดโดยวิธีการทดสอบความเชื่อมั่นตามวิธีของ ครอนบาค [7] ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.91 (ภาคผนวก ค)

3.5 นำแบบสอบถามที่ได้หาความเที่ยงตรง และหาความเชื่อมั่น มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการนำแบบสอบถามที่ได้จัดทำไว้ แบ่งตามจำนวนตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่างที่หาได้ในแต่ละพื้นที่ที่มีเกษตรกรปลูกปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพร เพื่อสอบถามเกษตรกรที่มาใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน โดยชี้แจงแก่เกษตรกรผู้มาใช้บริการให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถามจากเกษตรกร จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอปะทิว อำเภอท่าแซะ อำเภอเมือง อำเภอสวี อำเภอทุ่งตะโก อำเภอหลังสวน อำเภอละแม และอำเภอพะโต๊ะ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบสะดวก

5. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นดังนี้

5.1 วิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรโดยใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันกับปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรโดยใช้ค่าไคสแควร์

5.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันกับปัจจัยทางการตลาดโดยใช้ค่าไคสแควร์

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรสวนปาล์ม น้ำมัน ปัจจัยทางด้านการตลาด ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน และความคิดเห็นในการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นเกษตรกรที่ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพร จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดระบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคสแควร์ สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

สรุปผล

ผลการวิจัย ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรสวนปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพร พบว่าเกษตรกรสวนปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา มีจำนวนพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน 10-20 ไร่ จำนวนผลผลิตต่อเดือน 6-10 ตัน รายได้สุทธิต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และใช้รถกระบะของตนเองในการขนส่งผลผลิต

2. ผลการศึกษาข้อมูลด้านการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน เพื่อขายผลผลิตอย่างเดียว เหตุผลที่เลือกใช้เพราะสะดวกในการขนส่ง/ใกล้สวน มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 2-3 ครั้ง จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ 2 แห่ง สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมันคือ เพื่อนเกษตรกรแนะนำ กิจกรรมที่ทำระหว่างรอการให้บริการคือการสนทนากับเกษตรกรคนอื่น ๆ

3. ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร พบว่า โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก

4. ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรรายด้าน พบว่า

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือเกษตรกรในพื้นที่เดียวกันใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีความโปร่งใสในการให้บริการ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความสำคัญระดับมาก ส่วนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่นมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.2 ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการจ่ายเป็นเงินสดทุกครั้งที่มาขาย มีการติดป้ายราคารับซื้อปาล์มน้ำมันที่ชัดเจนทุกวัน และปรับราคาซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาด มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือการรับซื้อผลผลิตในราคาที่ยุติธรรม มีความสำคัญระดับมาก ส่วนการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต มีความสำคัญในระดับน้อย ตามลำดับ

4.3 ด้านสถานที่และการขนส่ง มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสวนปาล์ม เดินทางสะดวก ระยะเวลาในการขนส่งไม่ไกล และบริเวณลานเทปมีพื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นที่นั่งรอระหว่างรอคิวขายปาล์มน้ำมัน มีห้องน้ำไว้บริการ

มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนการจัดสถานที่บริการเครื่องต้มให้แก่ลูกค้าทั้งน้ำเย็นและกาแฟ มีความสำคัญในระดับน้อย ตามลำดับ

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเพิ่มราคาพิเศษกับลูกค้าที่มาใช้บริการนาน ๆ มีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และมีการสะสมยอดขายเพื่อรับของแถม มีความสำคัญระดับมาก ส่วนการจัดทำบัตรสมาชิกให้กับลูกค้า และมีการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ มีความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.5 ด้านบุคลากรและการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริการด้วยความรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาการมีพนักงานตัดและขนปาล์มน้ำมันไว้ให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานฝ่ายต่าง ๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนมีพนักงานให้คำแนะนำปรึกษาแก่เกษตรกรในการพัฒนาคุณภาพปาล์มน้ำมัน มีความสำคัญในระดับน้อย ตามลำดับ

4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การมีบรรยากาศดีและจัดสถานที่เหมาะสม มีทางเข้า-ออก สะดวก มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนถ่ายปาล์มน้ำมัน และมีป้ายบอกทางเข้าลานเทปาล์มน้ำมันที่ชัดเจนเห็นได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนการมีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัยและมีมาตรฐาน และลานเทมีขนาดใหญ่และเปิดให้บริการมานาน มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

4.7 ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิว ก่อนหลัง หากพนักงานคิดเงินผิดพลาดจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว เครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง มีความสำคัญระดับมากที่สุด ส่วนการซื้อผลปาล์มสดจากเกษตรกรโดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด มีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

5. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร พบว่าโดยรวมความสัมพันธ์กัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1 ด้านเพศ มีความสัมพันธ์การตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้าน

จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ

5.2 ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันทั้งในภาพรวม และรายด้าน

5.3 ด้านการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันทั้งในภาพรวม และรายด้าน

5.4 ด้านจำนวนพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ในด้านประเภทของบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน และสื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน

5.5 ด้านจำนวนผลผลิตที่ได้จากปาล์มน้ำมันต่อเดือนโดยเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ในด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์ม น้ำมัน และความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน

5.6 ด้านรายได้สุทธิเฉลี่ยจากปาล์มน้ำมันต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน

5.7 ด้านพาหนะที่ใช้ขนส่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านประเภทของบริการที่เลือกใช้ จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน และกิจกรรมระหว่างรอการใช้บริการ

6. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร พบว่าโดยรวมมีความสัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านประเภทของบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ และกิจกรรมระหว่างรอการใช้บริการ

6.2 ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านประเภทของบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน ความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน และกิจกรรมระหว่างรอการใช้บริการ

6.3 ด้านสถานที่และการขนส่ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านประเภทของบริการที่เลือกใช้ ความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ และกิจกรรมระหว่างรอการใช้บริการ

6.4 ด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน และจำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ

6.5 ด้านบุคลากรและการบริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านความถี่ของการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันต่อเดือน จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ และสื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน

6.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน จำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมัน และกิจกรรมระหว่างรอการให้บริการ

6.7 ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในด้านจำนวนลานเทปาล์มน้ำมันที่ใช้บริการ และกิจกรรมระหว่างรอการให้บริการ

7. ผลการศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร คือ มีความสะดวก สถานที่รับซื้ออยู่ใกล้สวน ไร่ราคาสูง ตาช่างมีมาตรฐาน การบริการเป็นกันเอง รวดเร็ว และมีที่จอดรถกว้างขวาง

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรพบว่า

1. เกษตรกรสวนปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพรส่วนใหญ่ใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันในการขายผลผลิต โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน เพราะสะดวกในการขนส่ง/ใกล้สวน พาหนะที่ใช้ในการขนส่งคือรถกระบะของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สุทธิจิตต์ เจริญทอง และคณะ [5] ระบบตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าหลังจากเก็บเกี่ยวผลปาล์มสดแล้ว เกษตรกรต้องนำส่งโรงงานสกัดเพื่อแปรรูปเป็นน้ำมัน โดยมีทางเลือกเพียง 2 ช่องทางเท่านั้นในการขายผลผลิต คือ การขายผ่านลานเทซึ่งเป็นช่องทางหลัก ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรนิยมขายให้ลานเทคือความสะดวกในการขนส่ง โดยเฉพาะเกษตรกรรายเล็กที่ไม่มีรถของตนเองจะขายตรงให้โรงงานสกัด ซึ่งมีปริมาณปาล์มสดร้อยละ 27 ที่ขายผ่านช่องทางนี้ และจากผลการศึกษาพบว่าสื่อที่ทำให้รู้จักลานเทปาล์มน้ำมันคือเพื่อนเกษตรกรแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับ ญัฐวดี ไตรศรี [2] ได้ศึกษาการจัดการโซ่อุปทานปาล์มน้ำมัน : กรณีศึกษา

เกษตรกรปาล์มน้ำมันในตำบลโคกกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา และลานเทปาล์ม (พ่อค้าคนกลาง) ปี พ.ศ. 2552 พบว่าเกษตรกรใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันและผู้ให้บริการทางการเกษตรจากคำแนะนำต่อ ๆ กันไปของเพื่อนเกษตรกร แต่หากผู้ให้บริการสินค้าเกษตรและเจ้าของลานเทไม่รักษาชื่อเสียงและคุณภาพของตนเองอาจส่งผลให้เกษตรกรไม่พอใจในคุณภาพและบริการแล้วก็จะทำการบอกต่อไปยังเกษตรกรรายอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการด้านการเกษตรสูญเสียชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

2. จากผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์ม น้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรพบว่า โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งบัณฑิต ภูมิภร [3] ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของเกษตรกรในการใช้บริการลานเทปาล์ม กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ กล่าวว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับปรุงการบริการของลานเทปาล์ม น้ำมันในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ อุปกรณ์ในการใช้งานที่ทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรในการให้บริการ จัดหาพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานการรับซื้อ และด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีความยุติธรรมในการรับซื้อปาล์ม ซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรและสามารถเพิ่มปริมาณของเกษตรกรผู้ให้บริการให้มีมากขึ้น หากเกษตรกรมั่นใจในบริการและคุณภาพของลานเท

3. จากผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทปาล์ม น้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร เมื่อพิจารณารายด้านที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดในแต่ละปัจจัย ดังนี้ ได้รับเงินทันทีที่ขายปาล์มน้ำมันเสร็จเรียบร้อย มีการจ่ายเป็นเงินสดทุกครั้งที่มาขาย มีการติดป้ายราคารับซื้อปาล์มน้ำมันที่ชัดเจนทุกวัน ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสวนปาล์ม เดินทางสะดวก มีการเพิ่มราคาพิเศษกับลูกค้าที่มาใช้บริการนาน ๆ บริการด้วยความรวดเร็ว มีบรรยากาศดี และจัดสถานที่เหมาะสม มีทางเข้า-ออก สะดวก และขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับ บัณฑิต ภูมิภร [3] ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของเกษตรกรในการใช้บริการลานเทปาล์มกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่าเกษตรกรที่ให้บริการลานเทปาล์มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ต้องการให้ลานเทปาล์มมีอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้เกี่ยวกับลานเทปาล์มที่ทันสมัย มีการจ่ายชำระเงินโดยจ่ายเป็นเงินสด

ทุกครั้งที่มาขาย เพิ่มราคารับซื้อปาล์มเมื่อมาใช้บริการเป็นเวลานาน ๆ ขยายบริเวณของลานเทพาล์มให้กว้างขึ้น และอุปกรณ์มาตรฐานในการรับซื้อ และควรมีป้ายแสดงราคาปาล์มทุกวันไว้หน้าลานเท

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยในด้านต่าง ๆ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานเทพาล์มน้ำมันของเกษตรกรในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่ของลานเท มีบริเวณที่จอดรถและทางเข้า-ออกที่กว้างขวาง สังเกตเห็นได้ง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการติดป้ายชื่อลานเทชัดเจน เพราะเกษตรกรที่มาขายปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะของตนเองเป็นพาหนะในการขนส่ง รวมถึงความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนถ่ายปาล์มน้ำมัน ควรจัดเตรียมไว้เพื่อใช้อำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกรที่มาใช้บริการกับลานเท

2. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับสอง โดยเกษตรกรจะให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการขายผลผลิตจะต้องมีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก มีการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และหากพนักงานคิดเงินผิดพลาดจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ลานเทพาล์มน้ำมันมีเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเอาใจใส่ต่อกระบวนการการให้บริการให้มีความรวดเร็ว รวมถึงตรวจสอบเครื่องมืออุปกรณ์โดยเฉพาะตาชั่งให้มีความเที่ยงตรง โดยให้มีหน่วยงานจากภาครัฐมาตรวจสอบและมีหนังสือรับรอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกรที่มาใช้บริการ

3. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางตลาด ด้านสถานที่และการขนส่งมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับสาม ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะของตนเองขนส่งผลผลิต จึงเลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันที่ตั้งอยู่ใกล้สวนปาล์ม เนื่องจากเดินทางสะดวก ระยะทางในการขนส่งไม่ไกล และบริเวณลานเทมีพื้นที่จอดรถที่กว้างขวางและเพียงพอ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจัดบริเวณที่จอดรถให้เพียงพอและกว้างขวาง และมีบริการในด้านขนส่งผลผลิตปาล์มน้ำมันจากสวนของเกษตรกรมายังลานเทโดยคิดค่าบริการในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกรและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับลานเท

4. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมันของเกษตรกรอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการลานเทปาล์มน้ำมันควรมีการปรับราคาซื้อขึ้น-ลงให้สอดคล้องกับราคาตลาดและนโยบายของรัฐ โดยมีการรับซื้อผลผลิตในราคาระดับธรรม พร้อมทั้งมีการติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนทุกวัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการลานเทปาล์มน้ำมัน
2. ควรศึกษาการพัฒนายกระดับมาตรฐานการบริการของลานเทปาล์มน้ำมัน
3. ควรศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจการลานเทปาล์มน้ำมัน

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมการค้าภายในจังหวัดชุมพร. (2554). การผลิต การตลาด ปาล์มน้ำมัน ปี 2554. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2554, จาก http://agri.dit.go.th/web_dit_sec4/admin/uploadfiles/multi_files/pla.me%20for%20you07.pdf.
- [2] ณัฐวุฒิ ไตรศรี. (2552). การจัดการโซ่อุปทานปาล์มน้ำมัน : กรณีศึกษาเกษตรกรปาล์มน้ำมันในตำบลโคกกलय ตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา และลานเทพาล์ม (พ่อค้าคนกลาง). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [3] บัณฑิต ภูมิภมร. (2549). ความต้องการของเกษตรกรในการใช้บริการลานเทพาล์ม กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- [4] เรืองศิริ ต.วัฒนพล (ผู้ให้สัมภาษณ์), อนุชสรสา คงประสม (ผู้สัมภาษณ์), ที่สำนักงานสาขาช่างตวงวัดเขต 3-2 ชุมพร 200 หมู่ที่ 1 ตำบลนาชะอัง อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร, เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2557.
- [5] สุทธิจิตต์ เชิงทอง และคณะ. (2551). ระบบตลาดปาล์มน้ำมัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2554, จาก <http://www.vcharkan.com/vblog/43179>.
- [6] อภินันท์ จันตะนี. (2549). การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- [7] Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York : Harper&Row. 202-204.