

คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

SERVICE QUALITY OF BIG OIL PALM BUYERS IN CHONBURI
PROVINCE

จรรูวัตร สุขวัฒนานุกิจ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

จารุวัตร สุขวัฒนานุกิจ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

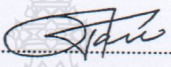
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


ปีการศึกษา 2556

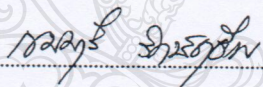
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
Service Quality of Big Oil Palm Buyers in Chonburi Province
ชื่อ - นามสกุล นายจรรวดีร์ สุขวัฒนานุกิจ
วิชาเอก การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์เข็มมาวีร์ รักษ์ชูชีพ, Ph.D.
ปีการศึกษา 2556


คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ธาดรี จันทร์ โคลิกา, Ph.D.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง, ประ.ด.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เข็มมาวีร์ รักษ์ชูชีพ, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชงนงกรณ์ กุณฺฑลบุตร, D.B.A.)

วันที่ 11 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
ชื่อ-นามสกุล	นายจรรูวัตร สุขวัฒนานุกิจ
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เข็มมาวี รัชชชุชีพ, Ph.D.
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน คุณสมบัตินี้ของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน และปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเกษตรกรที่ใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย Independent Samples t-test, One-way ANOVA และ Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี อายุ 31-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจมีระดับสูงเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่วนคุณสมบัตินี้ของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน ด้านฐานะการเงินของบริษัทมีระดับสูงเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ลานเทพปาล์มน้ำมัน และด้านเอกสารความรู้เกี่ยวกับปาล์มน้ำมัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรี คุณสมบัตินี้ของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน

Independent Study Title	Service Quality of Big Oil Palm Buyers in Chonburi Province
Name-Surname	Mr. Jaruwat Sukwattananukit
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Khemaree Rugchoochip, Ph.D.
Academic Year	2013

ABSTRACT

The study was carried out to investigate the service quality of the oil palm buyers; qualifications of the oil palm buyers; and the problems, obstacles and recommendations of the service users. The sample, drawn by the method of convenience sampling, consisted of 400 agriculturists who used the services of the oil palm buyers in Chonburi Province. The data were collected through the application of questionnaire, and were analyzed using descriptive statistics comprising Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, as well as inferential statistics which included Independent Samples t-test, One-way ANOVA, and Correlation Coefficient at 0.05 level of significance.

The results of the study revealed that the majority of the respondents were male, completed lower than Bachelor's degree, had 5-10 years of work experience, aged between 31-40 years old, earned an average monthly income of 30,000 Baht or lower. According to the service quality, the respondents placed importance on the aspect of reliability at a high level, next below were tangibles and responsiveness aspects. It was found that the respondents gave priority to the qualifications of the oil palm buyers in the aspect of the financial status of the companies at a high level, next below were the aspects of the oil palm bunch collection centers, and oil palm information documents respectively.

The results of hypothesis testing demonstrated that different level of education and average monthly income affected the level of opinion toward the factors of service quality of the big oil palm buyers in Chonburi Province, and the qualifications of the oil palm buyers showed a high positive correlation with the service quality at 0.01 level of significance.

Keywords: service quality, oil palm buyers

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมารี รัชชชุชีพ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการสอบและกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง ที่ได้ให้ความกรุณา ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานศึกษา รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้และขอขอบพระคุณบริษัท อีสเทิร์น ปาล์มออย จก., บริษัทสุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จก.

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง เพื่อนและคณะครู-อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ และเพื่อน ๆ MBA 55 ทุกคนที่เป็นกำลังใจ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้ศึกษาขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

จารุวัตร สุขวัฒนานุกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	15
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	16
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	16
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	16
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	20
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	25
2.3 การบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน.....	30
2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชลบุรี.....	44
2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท อีสเทิร์น ปาล์มออยล์ จำกัด.....	46
2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด.....	48
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	57
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
4.2 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น.....	75
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยการ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	77
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	79
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	84
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	85
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	85
บรรณานุกรม.....	86
ภาคผนวก.....	87
ประวัติผู้เขียน.....	95



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1	ข้อมูลการผลิตไม้ผล – ไม้ยืนต้นเศรษฐกิจที่สำคัญระดับจังหวัด ปี 2554/2555.....	13
ตารางที่ 1.2	พื้นที่เพาะปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555	13
ตารางที่ 1.3	จำนวนครัวเรือนปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555	13
ตารางที่ 1.4	ผลผลิตเฉลี่ยไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555	13
ตารางที่ 1.5	ประมาณการผลิตปาล์มน้ำมันแยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554	14
ตารางที่ 1.6	ปาล์มน้ำมัน : ผลพยากรณ์การผลิต ปี 2556.....	14
ตารางที่ 2.1	ผลผลิตและรายได้จากการปลูกปาล์มที่มีระยะปลูกต่างกัน	39
ตารางที่ 2.2	ลักษณะการเจริญเติบโตของปาล์มน้ำมัน	39
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	57
ตารางที่ 4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับ ซื้อปาล์มรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวม.....	59
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ.....	60
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้า.....	61
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจ.....	62
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการให้ความใส่ใจ.....	63
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้.....	64
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ ในจ. ชลบุรี ในภาพรวม.....	65
ตารางที่ 4.9	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	66
ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
ตารางที่ 4.12 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	68
ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	68
ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามประสบการณ์.....	69
ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ.....	70
ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน.....	71
ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า.....	72
ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า.....	73
ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้า.....	74
ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับ คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอนะ 77	77
--	----



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด	18
ภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบการผลิตบริการผู้ปลูกค้า	24
ภาพที่ 2.2 แสดงช่องว่างของคุณภาพบริการ	30
ภาพที่ 2.3 การจัดการสวนปาล์มในช่วงต่าง ๆ	31
ภาพที่ 2.4 ผลตอบแทนจากการสวนปาล์มในช่วงต่าง ๆ	32
ภาพที่ 2.5 ปาล์มที่มีช่อดอกก่อนอายุ 30 เดือน ซึ่งให้ทะลายที่ไม่สมบูรณ์จะต้องตัดทิ้ง	33
ภาพที่ 2.6 ต้นปาล์มมีการแต่งทางใบก่อนอายุ 30 เดือน ทำให้การเจริญเติบโตช้า	34
ภาพที่ 2.7 ปาล์มที่ถูกยกกำจัดวัชพืช	34
ภาพที่ 2.8 การใช้ทะลายเปล่าคลุมโคน	35
ภาพที่ 2.9 ศักยภาพการให้ผลผลิตของพันธุ์ปาล์มที่ต่างกัน	36
ภาพที่ 2.10 การแต่งทางใบปาล์มในช่วงเร่งการให้ผลผลิต	36
ภาพที่ 2.11 การใช้ทะลายเปล่าคลุม	37
ภาพที่ 2.12 การให้น้ำกับปาล์ม	37
ภาพที่ 2.13 การให้น้ำกับปาล์ม การคาดคะเนผลผลิตในแต่ละช่วงของระยะปลูกต่าง ๆ	39
ภาพที่ 2.14 ลักษณะทรงพุ่มของปาล์มที่มีระยะปลูกต่างกัน	40
ภาพที่ 2.15 การแต่งทางใบปาล์มในช่วงรักษาระดับผลผลิตสูงสุด	41
ภาพที่ 2.16 การวางทางใบ	41
ภาพที่ 2.17 ใช้ปุ๋ยมากเกินไปทางใบจะหักในช่วงแล้ง	42
ภาพที่ 2.18 ปาล์มอายุมากที่ให้ผลผลิตสูง	43
ภาพที่ 2.19 การปลูกทดแทนในสวนปาล์มเก่า	43
ภาพที่ 2.20 แผนที่จังหวัดชลบุรี	44
ภาพที่ 2.21 การบรรจุและการขนส่งน้ำมันปาล์มดิบ	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจที่ ผลผลิตน้ำมันปาล์มเป็นน้ำมันพืชที่สกัดมาจากปาล์มน้ำมัน มีถิ่นกำเนิดดั้งเดิมในทวีปแอฟริกาและริมฝั่งทะเลตะวันตก ปลูกกันแพร่หลายแถบโซนร้อนของแอฟริกา อเมริกา และเอเชีย ปาล์มน้ำมัน ได้ถูกนำมาปลูกในทวีปเอเชียเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2379 ได้นำมาปลูกที่สวนพฤกษศาสตร์สิงคโปร์ ชาวฮอลันดาได้นำปาล์มน้ำมันไปปลูกในประเทศอินโดนีเซียในครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2391 และได้ปลูกเป็นสวนปาล์มน้ำมันเพื่อเป็นพืชทางการค้าเมื่อ พ.ศ. 2460 ที่เกาะสุมาตราในประเทศไทย เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2485 พระยาประดิพัทธ์ภูบาล ได้นำพันธุ์ปาล์มน้ำมันมาจากมาเลเซียมาปลูกเพื่อเป็นไม้ประดับ ที่สถานีทดลองยางคองหงษ์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา และที่สถานีทดลองพืชสวนพลิว จ.จันทบุรี สำหรับการปลูกเป็นการค้าในประเทศไทย โดยหม่อมเจ้าอมรสมานลักขณ์ กิติยา ได้ทรงปลูกที่ตำบลบ้านปรก จ.สงขลา เป็นพื้นที่ประมาณ 1,000 ไร่ ปาล์มน้ำมันมีการปลูกเป็นการค้าอย่างจริงจังในปี 2511 โดยมีโครงการปลูกปาล์มน้ำมันดังนี้

1. โครงการนิคมสร้างตนเองพัฒนาภาคใต้ จังหวัดสตูล เนื้อที่ปลูก 20,000 ไร่ มีสมาชิกที่ปลูกปาล์มน้ำมัน 1,645 คน โดยปลูกคนละ 16 ไร่

2. โครงการบริษัทอุตสาหกรรมน้ำมันและสวนปาล์ม จำกัด ที่ ต.ปลายพระยา อ.อ่าวลึก จ.กระบี่ เนื้อที่ปลูกประมาณ 20,000 ไร่

ทั้งสองโครงการได้รับความสำเร็จ มีผู้สนใจ มีผู้ปลูกปาล์มเพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็วนับล้านไร่ ปาล์มน้ำมันที่ปลูกในจังหวัดชลบุรีเริ่มมีความนิยมเพิ่มมากขึ้นเพราะว่าความสนใจจากเกษตรกรหันจากปลูกพืชไร่อื่นๆ มาปลูกปาล์มน้ำมันเนื่องจากผลตอบแทนของปาล์มน้ำมัน (เอกชัย พฤษย์อำไพ, 2548) จังหวัดชลบุรี เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญมีปริมาณพื้นที่เก็บเกี่ยวและมีปริมาณผลผลิตมากที่สุดของภาคตะวันออก ดังนั้น ในสภาพความเป็นจริงทางเทคนิคและสภาพพื้นที่ดินตลอดจนสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยสามารถทำ การปลูกปาล์มน้ำมันได้ และพบว่ามีเกษตรกรจำนวนไม่น้อยที่ทำ การปลูกปาล์มน้ำมันเนื่องจากจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีการเริ่มปลูกปาล์มน้ำมันมากที่สุดภาคตะวันออกโดยมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้งหมด 91,257 ไร่ (ตารางที่ 1.1) และอำเภอหนองใหญ่เป็นอำเภอที่เกษตรกรให้ความสนใจเริ่มปลูกมากที่สุด โดยมีพื้นที่การเพาะปลูกคือ 44,709 ไร่ รองลงมาเป็นอำเภอบ่อทอง 30,562 ไร่และอำเภอบ้านบึง 3,300 ไร่ และ

อำเภอหนองใหญ่มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยมากที่สุดกล่าวคือ 2,500 กก./ไร่ รองลงมาอำเภอบ่อทอง 2,000 กก./ไร่ และอำเภอบ้านบึง 12,764 กก./ไร่ (ตารางที่ 1.2) เกษตรกรผู้ทำการปลูกปาล์มน้ำมันของแต่ละอำเภอในจังหวัดชลบุรี (ตารางที่ 1.3) ผลผลิตเฉลี่ยของแต่ละอำเภอในจังหวัดชลบุรี (ตารางที่ 1.4) การผลผลิตปาล์มน้ำมัน แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554 (ตารางที่ 1.5) นอกจากนั้นยังเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานสกัดปาล์มน้ำมัน 2 โรงงาน คือ บริษัทอีสเทิร์น ปาล์มออย จก., บริษัทสุขสมบูรณ์ น้ำมันปาล์ม จก.

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลการผลิต ไม้ผล - ไม้ยืนต้นเศรษฐกิจที่สำคัญระดับจังหวัด ปี 2554/2555

ชนิดพืช	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	ผลผลิตรวม (กก.)
ปาล์มน้ำมัน	91,257	78,965	2,360	186,357,400

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1.2 พื้นที่เพาะปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555

ชนิดพืช	เมือง	บ้านบึง	บางละมุง	พนัสนิคม	พานทอง	ศรีราชา	สัตหีบ	บ่อทอง	หนองใหญ่	เกาะจันทร์	รวม(ไร่)
ปาล์มน้ำมัน	40	12,764	1,510	190	-	760	23	30,562	44,709	699	91,257

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1.3 จำนวนครัวเรือนปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555

ชนิดพืช	เมือง	บ้านบึง	บางละมุง	พนัสนิคม	พานทอง	ศรีราชา	สัตหีบ	บ่อทอง	หนองใหญ่	เกาะจันทร์	รวม(ราย)
ปาล์มน้ำมัน	2	128	40	9	-	15	1	195	448	30	868

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1.4 ผลผลิตเฉลี่ยไม้ผล ไม้ยืนต้น แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554/2555

ชนิดพืช	เมือง	บ้านบึง	บางละมุง	พนัสนิคม	พานทอง	ศรีราชา	สัตหีบ	บ่อทอง	หนองใหญ่	เกาะจันทร์	รวม(ตัน)
ปาล์มน้ำมัน	-	2,206	1,940	-	-	2,350	5,000	2,700	2,500	2,430	2,360

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1.5 ประมาณการผลผลิตปาล์มน้ำมัน แยกเป็นรายอำเภอ ปี 2554

อำเภอ	พื้นที่ (ไร่)	ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม(ตัน)
เมือง	52													
บ้านนิง	8,674	14,382					19,333	18,411	16,743			14,680	16,316	99,865
บางละมุง	1,428	486					545	545	540			540	486	3,142
พนัสนิคม														-
พานทอง														-
ศรีราชา	1,105	241	241	241	240	240	240	240	241	242	242	242	242	2,890
สัตหีบ	21					1	1	1	2	2	1	1	1	9
บ่อทอง	24,429	1,090	1,090	1,090	1,635	1,635	6,540	9,265	7,085	2,725	6,540	9,265	6,540	54,500
หนองใหญ่	37,590	11,278	11,278	4,700	6,578	4,578	2,635	2,635	7,518	7,518	11,278	11,278	11,278	92,552
เกาะจันทร์	763		62	83	62		62	83	62		62	83	62	621
รวม	74,062	27,477	12,671	6,114	8,515	6,454	29,356	31,180	32,191	10,486	18,123	36,089	34,925	253,579

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1.6 ปาล์มน้ำมัน: ผลพยากรณ์การผลิต ปี 2556

ณ เดือน มิถุนายน 2556

ประเทศ/ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ให้ผล(ไร่)			ผลผลิต(ตัน)			ผลผลิตต่อไร่(กิโลกรัม)		
	2555	2556	%	2555	2556	%	2555	2556	%
รวมทั้งประเทศ	3,982,623	4,094,842	2.82	11,326,660	12,243,409	8.09	2,844	2,990	5.13
ภาคเหนือ	18,326	23,777	29.74	10,560	12,691	20.18	576	534	-7.29
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	75,598	93,621	23.84	100,860	110,875	9.93	1,334	1,184	-11.24
ภาคกลาง	442,169	471,139	6.55	1,144,790	1,265,445	10.54	2,589	2,686	3.75
ภาคใต้	3,446,530	3,506,305	1.73	10,070,450	10,854,398	7.78	2,922	3,096	5.95
ชลบุรี	82,050	87,223	6.30	251,650	273,723	8.77	3,067	3,138	2.31

ที่มา: www.oae.go.th/download/prcai/farmcrop/palm52-54.pdf

ดังนั้น การปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่ จ.ชลบุรี มีแนวโน้มเป็นไปได้สูง เพราะในสภาพความเป็นจริงจากสภาพพื้นที่ตลอดจนสภาพภูมิอากาศที่เอื้อประโยชน์ต่อการปลูกปาล์มน้ำมันได้และในปัจจุบันก็ยังพบว่ายังมีเกษตรกรจำนวนมากที่สนใจและลงทุนปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่ จ.ชลบุรี การศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี อย่างจริงจัง

คุณภาพของบริการที่ลูกค้ามองหาได้ สรุปไว้โดย Parasuraman, Zeithml and Berry ว่ามีอยู่ด้วยกัน 5 มุมมองด้วยกัน (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 54) คือ

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง องค์ประกอบทางกายภาพที่ประกอบขึ้นมาในการให้บริการต่าง ๆ เช่น ในธนาคารต้องมีสถานที่ให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการนั่งคอย มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องกวดบัตรคิว หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นมุมมองที่ลูกค้าดูจากความสามารถในการส่งมอบบริการของพนักงานบริการได้ตรงตามเวลา และถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น การส่งพัสดุทางไปรษณีย์สามารถส่งได้ถูกต้องและตรงเวลาตามที่ระบุไว้

3. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) เป็นความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการ เช่น สำนักงานบัญชี มีพนักงานบัญชีที่พร้อมให้ความช่วยเหลือตอบคำถามลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาที่สำนักงาน

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้ในงานและความมีอรรถาศัยของพนักงานบริการที่พร้อมจะให้คำอธิบายขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการให้บริการ ตลอดจนเพื่อลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ

5. การให้ความใส่ใจ (Empathy) เป็นความห่วงใยเอาใจใส่ที่พนักงานบริการมีให้กับลูกค้า พนักงานบริการสามารถที่จะให้การสื่อสารที่เข้าใจง่าย และจัดให้มีช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงข้อมูลของงานบริการนั้น ๆ ตลอดเวลา

การวัดคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งแสดงความสามารถขององค์กร ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์เป้าหมายขององค์กร และสามารถคงอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นองค์กรจะมีความมั่นคงเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการเป็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาคูณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสพการณ์

1.2.2 เพื่อศึกษาคูณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาคูณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1.2.4 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ประชากรศาสตร์ของผู้ขายปาล์มน้ำมันมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ

สมมุติฐานที่ 2 คุณสมบัตินักชื้อปาล์มน้ำมันมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของผู้ขายปาล์มน้ำมัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี มีดังนี้ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า การให้ความใส่ใจต่อลูกค้า สิ่งที่สามารถจับต้องได้

2. ขอบเขตทางด้านพื้นที่

เกษตรกรที่ปลูกปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ศึกษาได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ดังนั้นจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งคำนวณได้ 385 ตัวอย่าง สำรองเพื่อความคลาดเคลื่อน 15 ตัวอย่าง

4. ขอบเขตทางด้านเวลา

การศึกษาอยู่ในช่วงเวลาระหว่างเดือนกรกฎาคม 2556 ถึงเดือน มกราคม 2557 โดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดี

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง สามารถที่ให้บริการตามที่สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจต่อบริการที่ถูกต้องและตรงความต้องการ

การตอบสนองความต้องการของลูกค้า หมายถึง พนักงานต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้องตรงตามความต้องการของลูกค้า

การให้ความมั่นใจ หมายถึง ความสามารถของพนักงาน (Competence) มารยาทของพนักงาน (Courtesy) และความปลอดภัย (Security) เป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อถือและความมั่นใจมาสู่ลูกค้า

การให้ความใส่ใจ หมายถึง การให้ความสนใจ ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเต็มที่ และตอบสนองความต้องการด้วยความเต็มใจ สามารถสื่อสารและทำความเข้าใจกับลูกค้าแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

สิ่งที่สามารถจับต้องได้ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาคารสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ และการแต่งกายของพนักงาน

ผลปาล์มสด (Fresh Fruit Bunch) ได้แก่ ผลปาล์มทะเลาะและผลปาล์มร่วง

- ผลปาล์มทะเลาะ คือ ผลปาล์มสดทั้งทะเลาะที่เก็บเกี่ยวได้ มีความสดและมีความสมบูรณ์ของผลปาล์มเต็มทะเลาะ

- ผลปาล์มร่วง คือ ผลปาล์มที่สุกจัด และร่วงหลุดจากทะเลาะ จะมีน้ำมันและกรดไขมันอิสระสูง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ทราบคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี
- 1.7.2 ทราบข้อมูลในการตัดสินใจที่จะใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี
- 1.7.3 นำข้อมูลมาใช้เพื่อเป็นผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี
- 1.7.4 เพื่อทราบความคิดเห็นอื่น ๆ ของเกษตรกร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี โดย
ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
- 2.3 การบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน
- 2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชลบุรี
- 2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท อีสเทิร์น ปาล์มออยล์ จำกัด
- 2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

นักวิชาการให้ความหมายของการบริการไว้ในหลายความคิด เช่น นิตยาพร เสมอใจ (2549, น. 14) กล่าวว่า การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า จากความหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

- ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค

- การบริการส่วนควบ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้า เพื่อให้การขายและใช้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อาศยา โชติพานิช (2549) กล่าวว่า การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้นถ้าบริการดีผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

พรรณิ ชูติวัฒนธาดา (2544) กล่าวว่า การบริการ (Service) หมายถึง “กระบวนการของการปฏิบัติ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบายอันเป็น การกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไป ด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความเป็นธรรมและเสมอภาค” การ ให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดี ผู้รับจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดี ต่อการบริการ

พิณคำ โรหิตเสถียร (2554) กล่าวว่า การบริการ (Services) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กร เพื่อสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิด ความพึงพอใจจากผลกระทบนั้น ดังนั้นผู้ให้บริการ หรือผู้ทำให้เกิดการบริการควรมี

S- Satisfaction คือการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าผู้ที่มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการ และรับบริการ เพราะการ ให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้นเป็นหน้าที่โดยตรง และต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจให้มากที่สุด

E- Enthusiasm คือความกระตือรือร้น ที่คอยสังเกตลูกค้าตลอดเวลาว่าลูกค้าต้องการอะไรบ้าง หรือต้องการให้ช่วยเหลืออะไรบ้างแล้วรีบบริการทันที

R- Rapidness คือความรวดเร็ว และมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในการให้บริการ

V- Values คือความมีคุณค่าในการบริการ นั่นคือการ ทำทุกวิถีทางที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความรู้สึกเสมอว่าไม่ผิดหวัง และเห็นว่าบริการนั้นมีคุณค่าสำหรับเขา/เธอ

I- Impressive คือความประทับใจ ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าใน ทุกระดับ และทุกคนโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หรือแบ่งชั้นวรรณะ โดยปฏิบัติให้เสมอภาคกัน

C- Courtesy/Cleanliness คือความมีไมตรีจิต/ความสะอาด ผู้ให้บริการต้องให้การต้อนรับ อย่างอบอุ่นแสดงความเป็นมิตรสุภาพอ่อนน้อม และพร้อมที่จะฟังผู้มาใช้บริการอย่างตั้งใจ ใน ขณะเดียวกันสถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ ต้องสะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

E- Endurance คือความอดทนอดกลั้น และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotional Control)

S- Smiling/Sincerity คือการยิ้มแย้มแจ่มใส/ความจริงใจ โดยแสดงให้ผู้มาใช้บริการได้ เห็นทั้งโดยวาจาท่าทางตลอดจนสีหน้าและแวตว่ามีความจริงใจที่จะให้บริการ

(ศิริวรรณ, ปริญ, สุภร และองอาจ, 2546, น. 431-434 อ้างถึงใน ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2554, น. 9) ได้ให้คำจำกัดความว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539, น. 6) ให้ความหมายของบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การ กระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอัน

นั้น และการบริการ คือ กระบวนการ กระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ ไปยังผู้รับบริการ

ไพโรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการ อย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือ เกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2554, น. 9) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิริยาสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้น จะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมด้วย หรือไม่ก็ได้

Kotler & Bloon, Kotler (1984, p. 147 ; 1988, p. 477) อ้างถึงใน สุภาพรณี วงศ์วีชรานุกู (2550, น. 26) การบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ก็ตามที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคล หนึ่งซึ่งเป็นที่ที่ไม่อาจจับต้องได้และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น การผลิตบริการ นี้อาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าก็ได้

Lovelock & Wright (2002, p. 4) กล่าวว่า เป็นการยากที่จะให้ความหมายแก่คำว่า “บริการ” วิธีการของการสร้างบริการขึ้นมาและส่งมอบให้ลูกค้านั้นยากที่จะเข้าใจ เพราะสิ่งที่ป้อนเข้า (Input) และผลผลิตจากกระบวนการ (Output) เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น การให้คำนิยามของการให้บริการ (Service) มีวิธีการ 2 วิธีที่จะนิยามถึงเนื้อหาของคำนี้

- บริการเป็นปฏิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถ ครอบครองได้

- บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefit) ให้แก่ ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความ เปลี่ยนแปลงมาให้

Silvestro & Johnston (1990 อ้างถึงใน ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549, น. 15) กล่าวว่า คำว่า “ การ บริการ ” จะใช้กับอุตสาหกรรมที่ทำบางสิ่งให้กับคุณ ไม่ใช่สร้างสิ่งของ (They do things for you. They don't make thing.)

ดังนั้น การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือกระบวนการที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้เกิดความพึงพอใจ โดยกิจกรรมหรือกระบวนการนั้น ๆ ของธุรกิจไม่มีตัวตน และไม่สามารถจับต้องได้

บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป (ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2554, น. 10) คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) กล่าวคือ ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่สามารถมองเห็น รู้อส ได้ยิน ได้กลิ่น หรือสัมผัสทางกายได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ แต่สามารถมองเห็นบริการในรูปผลที่ได้รับเท่านั้น

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่เหมือนกับสินค้าที่สามารถผลิตเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังได้

3. ไม่แน่นอน (Variability) บริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไม่แน่นอนขึ้นกับว่าใครคือผู้ให้บริการ และให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) ปัญหาที่ตามมาคือ ทำอย่างไรให้มีผู้มาใช้บริการในระดับความต้องการที่เป็นไปโดยสม่ำเสมอ เพื่อมิให้เกิดการสูญไปโดยเปล่าประโยชน์ของบริการนั้นๆ

5. การเป็นเจ้าของ (Ownership) ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ ราคาบริการที่จ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการในขณะนั้น เมื่อได้รับบริการแล้วก็ป็นอันเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป

แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการมีความหลากหลายในขอบเขตของงานการตลาดในที่นี้ขอเสนอเพียง 3 แนวคิด (Cowell, 1986 อ้างถึงใน ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2554, น. 17)

แนวความคิดที่ 1 ได้เสนอหลักพื้นฐาน 3 ข้อ เกี่ยวกับการบริการไว้ดังนี้

1. จับต้องไม่ได้ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะก่อนซื้อ หรือหลังซื้อ ดังนั้น จึงไม่ต้องคำนึงการแจกจ่ายสินค้า ไม่ต้องเก็บรักษา ไม่ต้องควบคุมสินค้าคงคลัง และไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าชำรุด เสียหาย ปัญหาจากการขายบริการจึงขึ้นอยู่กับกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

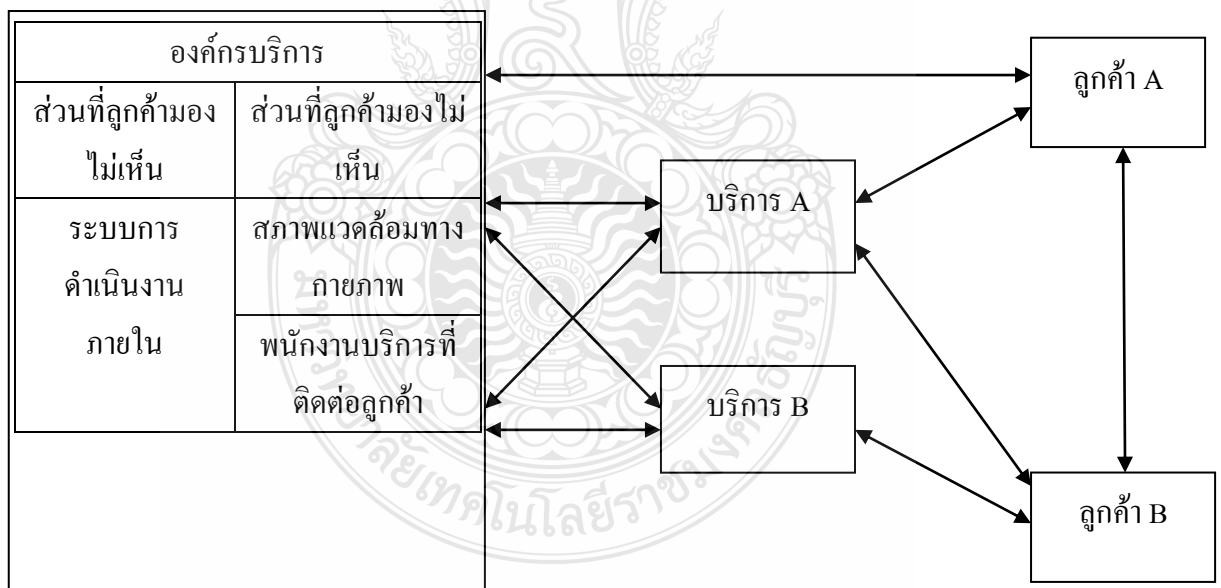
2. เป็นความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างกิจการกับลูกค้า

3. ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการ คือ บอกความต้องการของตัวเองออกมา ผู้ขายจึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้ เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน

แนวความคิดที่ 2 ได้เสนอลักษณะสำคัญ 3 ประการของบริการ ได้แก่

1. จับต้องไม่ได้
2. บริการเป็นกิจกรรมแทนที่จะเป็นสิ่งของ
3. การผลิตและการบริโภคเป็นกิจกรรมเดียวกัน

นอกจากนี้ ได้มีการเสนอตัวแบบการผลิตบริการสู่ลูกค้า องค์กรบริการถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นส่วนที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นได้ ได้แก่ระบบจัดการภายในของตัวองค์กรเอง ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการทำงานของพนักงานบริการในการติดต่อกับลูกค้า และมีผลต่อสภาพแวดล้อมภายใน และในส่วนที่ลูกค้ามองเห็นได้ จะประกอบด้วย 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ใช้ผลิตบริการ พนักงานบริการผู้ติดต่อกับลูกค้า และลูกค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต



ภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบการผลิตบริการสู่ลูกค้า

จากลักษณะดังกล่าว ทำให้การดำเนินงานทางการตลาดของบริการแตกต่างไปจากตัวสินค้า โดยองค์กรจะมีการเพิ่มหน้าที่ทางการตลาดอีก 2 หน้าที่ ซึ่งเกิดจากการผลิตและการบริโภคที่เกิดขึ้น

พร้อมกัน หน้าที่ทางการตลาดที่เพิ่มเติม คือ การตลาดภายใน และการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นงานประจำที่บริษัทต้องดำเนินการในเรื่องการกำหนดราคาค่าบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเล ที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่มุ่งสู่ลูกค้า

การตลาดภายใน (Internal Marketing) เป็นกิจกรรมของบริษัทที่มุ่งสู่พนักงานบริการในรูปของการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งสนับสนุนให้มีการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) เป็นกิจกรรมการให้บริการของพนักงานสู่ลูกค้า พนักงานต้องมีทักษะและสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้น

แนวความคิดที่ 3 เน้นความสำคัญของความจับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของบริการและได้กล่าวว่าธุรกิจสามารถเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดได้ในรูปของสินค้า บริการ หรือสินค้าและบริการร่วมกัน โดยแบ่งเป็นระดับได้ 4 ระดับด้วยกัน

1. ขายสินค้าที่มีลักษณะจับต้องได้ (A Pure Tangible Good) ไม่มีบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เกลือ สบู่ ยาสีฟัน วัตถุประสงค์ในการขายจะขายตัวสินค้าที่จับต้องได้
2. ขายสินค้าที่จับต้องได้และมีบริการควบคู่ไปด้วย (A Tangible Good with Accompanying Service) เช่น กานขายคอมพิวเตอร์ พร้อมบริการติดตั้งและสาธิตวิธีการใช้ วัตถุประสงค์ในการขายยังเน้นการขายตัวสินค้า
3. ขายบริการเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) เป็นเพียงส่วนเสริม (A Service with Accompanying Goods and Service) วัตถุประสงค์ในการขายเป็นการขายบริการที่จับต้องไม่ได้ มีบริการหรือสินค้าเป็นส่วนสนับสนุน เช่น ผู้โดยสารสายการบิน บริการที่ต้องการซื้อ คือ บริการขนส่ง ผู้โดยสารไม่ได้รับสิ่งที่มีตัวตนจากเงินที่จ่ายไป แต่จะได้รับอาหารพร้อมเครื่องดื่มระหว่างเดินทาง ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าที่เข้ามาเสริมให้บริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. ขายบริการอย่างแท้จริง (A Pure Service) เช่น ทนายความ บริษัทจัดหางาน เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพของบริการ (Service Quality) คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, น. 14)

ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย 2 คำ มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย คือ

Characteristics of Service Quality หมายถึง ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพบริการ มุ่งเน้นที่บุคลิกภาพ หรือลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้ให้บริการ หรือตัวบริการนั้น ๆ

Attributes of Service Quality หมายถึง คุณลักษณะทางคุณภาพของบริการ มุ่งเน้นถึงหน่วย วัด หรือประเด็นเปรียบเทียบ หรือมาตรวัดทั่วไป ที่ใช้วัดเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการ ของ หน่วยงานบริการ 2 แห่ง อาทิ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ความสะอาด ฯลฯ ถือว่าเป็น Attribute Factor ของคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถให้บริการล่วงหน้าได้ งานบริการเป็นการผลิตที่ผสมระหว่างเครื่องมือทางเทคนิคบวกกับทักษะของพนักงานบริการ โดยปกติคุณภาพงานบริการ สามารถแบ่งออกเป็น

- คุณภาพทางเทคนิค
- คุณภาพในการใช้เครื่องมือทางเทคนิค

คุณภาพของบริการที่ลูกค้ามองหาได้ สรุปไว้โดย Parasuraman, Zeithml and Berry ว่ามีอยู่ด้วยกัน 5 มุมมองด้วยกัน (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 54) คือ

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง องค์ประกอบทางกายภาพที่ประกอบขึ้นมาในการให้บริการต่าง ๆ เช่น ในธนาคาร ต้องมีสถานที่ให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการนั่งคอย มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องกดบัตรคิว หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นมุมมองที่ลูกค้าดูจากความสามารถในการส่งมอบบริการของพนักงานบริการ ได้ตรงตามเวลา และถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น การส่งพัสดุทางไปรษณีย์สามารถส่งได้ถูกต้องและตรงเวลาตามที่ระบุไว้

3. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) เป็นความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการ เช่น สำนักงานบัญชี มีพนักงานบัญชีที่พร้อมให้ความช่วยเหลือตอบคำถามลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาที่สำนักงาน

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้ในงานและความมีอริยาสัยของพนักงานบริการที่พร้อมจะให้คำอธิบายขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการให้บริการ ตลอดจนเพื่อลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ

5. การให้ความใส่ใจ (Empathy) เป็นความห่วงใยเอาใจใส่ที่พนักงานบริการมีให้กับลูกค้า พนักงานบริการสามารถที่จะให้การสื่อสารที่เข้าใจง่าย และจัดให้มีช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงข้อมูลของงานบริการนั้น ๆ ตลอดเวลา

ความคาดหวังของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีความแตกต่างกันไปตามประเภทของบริการ แต่ละประเภท หรือแม้แต่ความคาดหวังของคุณภาพที่คาดว่าจะได้รับจากบริการในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ลูกค้าที่มาใช้บริการ จะมีวิถีในการประเมินคุณภาพการบริการที่คล้ายกัน แต่มีมาตรฐานที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการมักจะเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการจากมาตรฐานที่เกิดจากความรู้เก่า หรือประสบการณ์เก่าที่ได้สะสมมา แล้วนำมาเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 48)

การประเมินคุณภาพบริการจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ได้รับ เทียบกับความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต เป็นความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากภายใน ในบางกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับบริการประเภทนี้มาก่อน ลูกค้ามักจะหาข้อมูลด้วยกานสอบถาม (Word of Mouth) จากคนที่มีประสบการณ์มาก่อน หรือหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ เช่น การโฆษณา หรือพนักงานขาย องค์ประกอบของโมเดลความคาดหวัง (Expectation Model) ของลูกค้าที่พัฒนาขึ้นมาโดย Zeithaml, Berry and Parasuraman (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 50) อ้างไว้ว่า

Expectation หรือความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แต่จะประกอบด้วย ความคาดหวังใน 2 ระดับ และระยะห่างที่ยอมรับได้ รวมเป็น 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. Desire Service หรือความคาดหวังที่ลูกค้าหวังไว้ว่าจะได้รับ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการและเชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการ หรือควรจะได้รับบริการ ตัวอย่างเช่น การหางานที่บริการโดยมหาวิทยาลัยในช่วงปิดเทอม นักศึกษาคงจะไม่มาติดต่อหางาน ถ้าเขาคิดว่าจะไม่ได้อานจากการบริการหางานนี้ นักศึกษาอาจจะตั้งความหวังเพิ่มว่า อยากจะได้อานที่อยู่ใกล้บ้าน และเป็นประเภทที่ตัวเองสนใจ ได้เงินค่าทำงานราคาดี แต่ในความเป็นจริงนักศึกษาก็รู้ว่า อาจจะมีปัญหาเรื่องโควตาการรับนักศึกษาฝึกงาน ทำให้้อาจจะไม่ได้งานที่ตรงกับสเปคที่ตัวเองตั้งความหวังไว้ทั้งหมด

2. Adequate Service จึงเป็นระดับขั้นต่ำของบบริการที่นักศึกษายอมรับได้ว่า การหางานในระหว่างปิดเทอม มีอุปสรรคอาจจะทำให้ไม่ได้งานตามที่ตั้งความหวังไว้ในตอนแรก ระยะห่างระหว่าง Desire Service กับ Adequate Service นี้เรียกว่า Zone of Tolerance

3. Zone of Tolerance จึงเป็นระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่นักศึกษาต้องการจะได้อานจากการบริการหางานของมหาวิทยาลัย กับสเปคงานขั้นต่ำที่นักศึกษายอมรับได้ นอกจากนี้แล้ว

Zone of Tolerance ยังเกิดจากความแตกต่างในการให้บริการประเภทอื่น เช่น ช่างตัดผม เนื่องจากความไม่แน่นอนที่เกิดจากการให้บริการของพนักงานบริการเอง หรือเกิดจากประเภทของบริการที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ หรือวัฒนธรรมดังได้กล่าวมาแล้ว

- ถ้าคุณภาพของบริการได้เกินกว่าที่คาดหวังไว้ตั้งแต่ตอนแรก ลูกค้าจะมีความรู้สึกว่าการบริการนั้น ๆ ดีมาก ซึ่งจะทำให้ลูกค้าพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดีต่อสินค้าบริการนั้น ๆ ซึ่งจะสามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการในระยะยาวในที่สุด

- ถ้าบริการทำได้เพียงเสมอกับที่ลูกค้าตั้งความคาดหวังไว้ในตอนแรก ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจ (Satisfaction)

- ถ้าบริการออกมาไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ในตอนแรก (Adequate Service) ลูกค้าจะไม่พอใจ

- และถ้าบริการไม่ดีมาก ๆ ลูกค้าจะโกรธ และนำไปบอกเล่าต่อ เพื่อไม่ให้คนอื่น ๆ มาซื้อบริการนั้น ๆ อีกต่อไป

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) มักจะมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นอย่างมาก คุณภาพบริการเป็นทัศนคติที่ลูกค้าสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการซื้อบริการนั้น ถ้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ลูกค้าก็จะมี ความพอใจในบริการ ซึ่งมีระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละคน แต่ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการประเมินผลที่ได้จากการรับบริการนั้นมา ณ ขณะนั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้าต่อการประเมินคุณภาพบริการ นั้นมีอยู่ 4 ปัจจัย (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 52) ได้แก่

1. Word of Mouth Communication เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพบริการ เพราะบริการเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ทำให้มีความเสี่ยง เพราะไม่สามารถทดลองก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามจากคนที่เคยใช้บริการนั้น ๆ มาก่อน

2. Personal Needs and Preferences เป็นความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษา ครอบครัวยุค ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นต้น

3. Past Experiences เป็นประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา ถ้าเราไปรับประทานอาหารที่ภัตตาคารอาหารอิตาลีแห่งหนึ่งเป็นประจำ เจ้าของร้านมักจะจัดของหวานขึ้นพิเศษให้เสมอทุกครั้ง เมื่อลูกค้ารับประทานอาหารที่ภัตตาคารนี้อีก ก็ย่อมคาดหวังว่า จะได้รับการดูแลเป็นพิเศษในลักษณะนี้ อีกเช่นเคย แต่ถ้าลูกค้าไม่เคยได้รับการดูแลที่เป็นพิเศษในลักษณะนี้มาก่อน แต่ได้รับเป็นครั้งแรก ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจเป็นพิเศษเหนือความคาดหมาย

4. External Communication ได้แก่ การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจมาใช้บริการ

การปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดีขึ้นเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่ต้องคอยลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของบริการที่ลูกค้าตั้งไว้ กับคุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับจริง ถ้า 2 สิ่งนี้มีความแตกต่างกันจะเกิดช่องว่างเกิดขึ้น เรียกว่า Gap of Service Quality

ปกติลูกค้าจะซื้อบริการ โดยการสร้างจินตนาการคุณภาพบริการอยู่ในใจ ซึ่งได้มาจากความต้องการส่วนตัว ประสบการณ์ในอดีตที่เคยได้รับบริการมาก่อน คำพูดที่ได้รับถึงคุณภาพบริการจากคนรอบข้าง และประการสุดท้ายได้มาจากการสื่อสารการตลาดที่บริษัทนั้น ๆ นำเสนอให้ลูกค้าเอง หลังจากการซื้อบริการ หรือรับบริการแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่ได้รับกับจินตนาการที่ตนได้สร้างไว้ในตอนแรก บริการที่ได้รับถ้าออกมาดีมาก ทำให้ลูกค้ามีความสุข มีความพึงพอใจ แสดงว่า บริการนั้นมีคุณภาพเหนือกว่าที่คิดไว้ในตอนแรก ถ้าบริการที่ได้รับออกมายังอยู่ในมาตรฐานที่ตั้งความหวังไว้ในใจ คุณภาพบริการที่ได้รับก็จะมีความเหมาะสม แต่ถ้าต่ำกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้ในใจ คุณภาพบริการที่ได้รับจะถือว่าได้ต่ำกว่ามาตรฐาน (สมวงศ์ พงศ์ศถาพร, 2547, น. 63)

ช่องว่างของคุณภาพบริการ (Gap of Service Quality) มีอยู่ 7 ประการด้วยกัน คือ

ช่องว่างที่ 1 The Knowledge Gap เป็นความแตกต่างระหว่างความรู้ที่ผู้ให้บริการมี เปรียบเทียบกับความต้องการที่ลูกค้าต้องการ

ช่องว่างที่ 2 The Standard Gap เป็นความแตกต่างระหว่างความเชื่อของบริษัทในการออกแบบการบริการให้กับลูกค้า กับมาตรฐานการบริการที่ลูกค้าต้องการ

ช่องว่างที่ 3 The Delivery Gap เป็นความแตกต่างระหว่างมาตรฐานการส่งมอบบริการที่ตั้งไว้ กับบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้าในแต่ละครั้ง

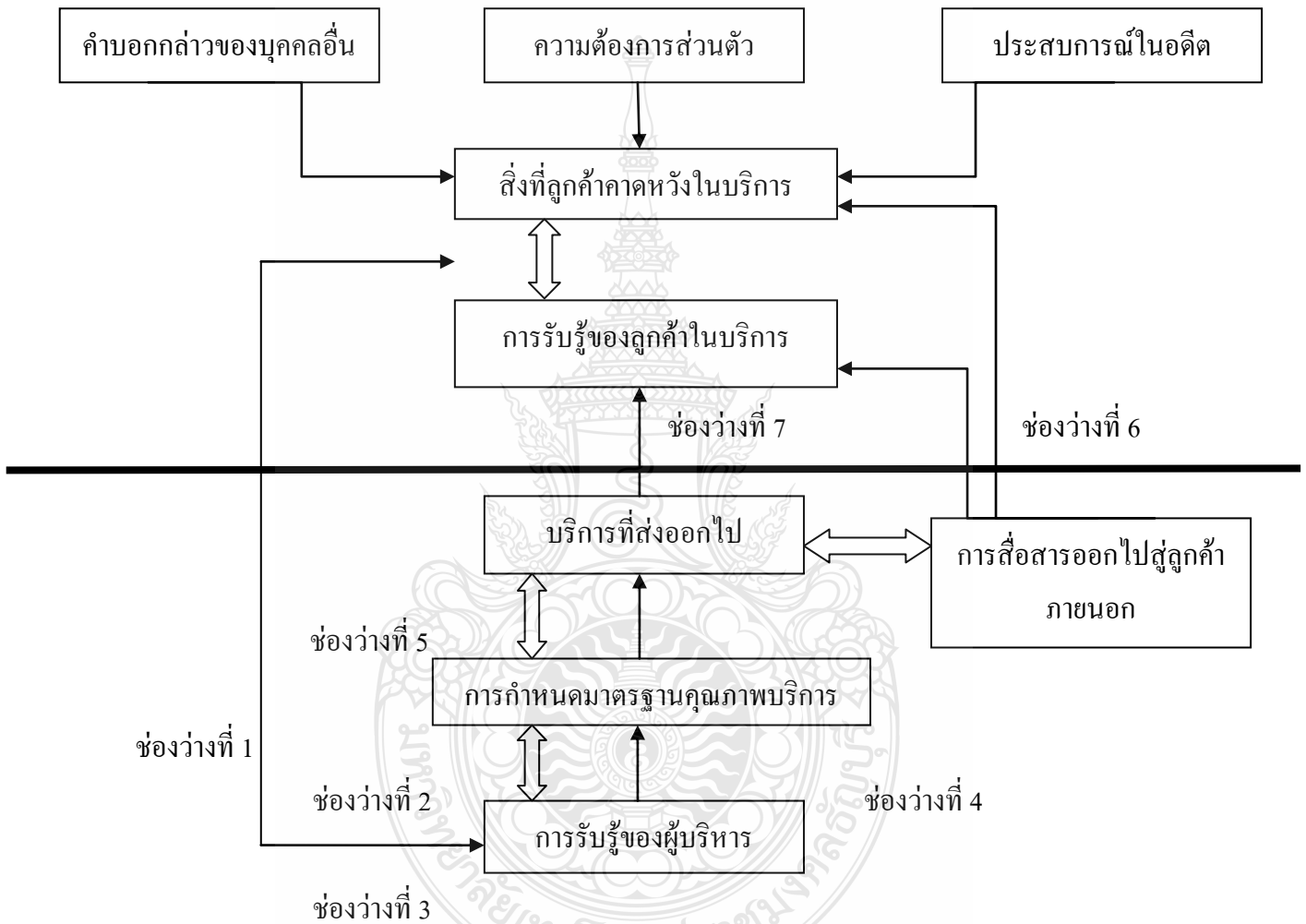
ช่องว่างที่ 4 The Internal Communication Gap เป็นความแตกต่างระหว่างข้อมูลบริการที่บริษัทสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ออกไป กับการบริการที่พนักงานขาย หรือพนักงานบริการคิดว่าควรจะเป็น

ช่องว่างที่ 5 The Perception Gap เป็นความแตกต่างระหว่างบริการที่ส่งออกไปในขณะนั้น เปรียบเทียบกับจินตนาการของบริการที่ลูกค้าต้องการ

ช่องว่างที่ 6 The Interpretation Gap เป็นความแตกต่างระหว่างข้อมูลบริการที่บริษัทสื่อออกไปผ่านสื่อต่าง ๆ เปรียบเทียบกับบริการที่ลูกค้าคิดว่าบริษัทได้สื่อออกมา

ช่องว่างที่ 7 The Service Gap ความแตกต่างระหว่างบริการที่ส่งมอบกับบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับ

ช่องว่างที่ 1, 6 และ 7 เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นภายนอก ระหว่างลูกค้ากับบริษัทผู้ให้บริการ ส่วนช่องว่างที่ 2-5 เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในบริษัท ช่องว่างที่ 7 เป็นช่องว่างที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นช่องว่างสุดท้ายที่ลูกค้าได้ตั้งความคาดหวังไว้จากข้อมูลที่บริษัทสื่อสารออกมา กับบริการที่ลูกค้าได้รับจากพนักงานบริการโดยตรง



ภาพที่ 2.2 แสดงช่องว่างของคุณภาพบริการ (Lovelock, 1996) อ้างถึงใน (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547, น. 62)

2.3 การบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน

เนื่องจากปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่มีอายุยาวนานในการบริหารจัดการ จะต้องดำเนินการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการถ้าเกิดมีการบริหารจัดการผิดพลาดในช่วงแรกจะส่งผลต่อผลผลิตในช่วง

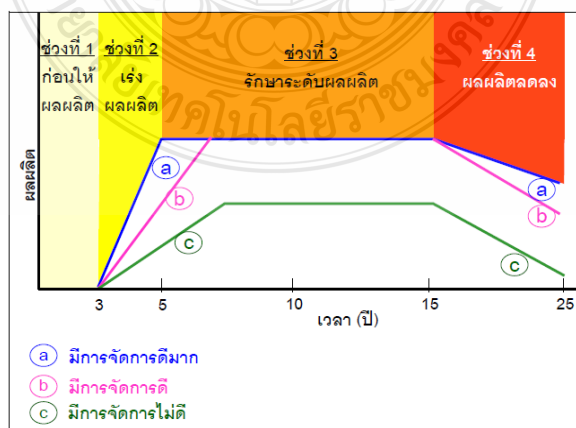
ต่อ ๆ ไปของปาล์มน้ำมัน การบริหารจะมีการจัดการแตกต่างกันตามช่วงอายุของปาล์ม ซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 ช่วงได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 การจัดการสวนปาล์มน้ำมันก่อนให้ผลผลิต : ต้องมีจัดการสวนปาล์มตั้งแต่เริ่มแรกปลูกจนถึงระยะก่อนที่จะการเก็บเกี่ยวผลผลิต ช่วงนี้จะใช้เวลา 30-36 เดือน หลังจากปลูก ในช่วงนี้เป้าหมายคือสร้างความสมบูรณ์ของปาล์มน้ำมัน ในด้านคุณภาพดินปาล์มน้ำมัน และจำนวนประชากรปาล์มน้ำมันในพื้นที่ปลูก

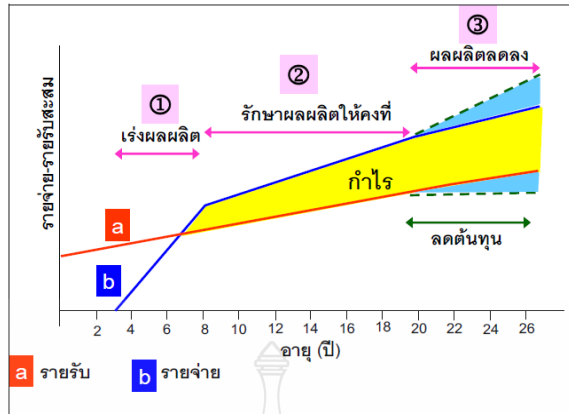
ช่วงที่ 2 การจัดการสวนปาล์มน้ำมันช่วงที่เร่งผลการผลิต : ช่วงนี้เมื่อปาล์มน้ำมันอายุครบ 3 ปี ตั้งแต่เริ่มต้นที่ให้ผลผลิตจนทำให้ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิตสูงสุดตามศักยภาพของปาล์มน้ำมันระยะเวลาขึ้นอยู่กับเทคนิคของการจัดการแต่ละบุคคลและความเหมาะสมของพื้นที่ปลูก รวมถึงการให้ปัจจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตที่แตกต่างกัน เช่น บางกรณีมีการจัดการที่ให้ผลผลิตสูงสุดภายในช่วงเวลา 2 ปีของช่วงที่ 2 (ผลผลิตที่ให้สูงสุดในปีที่ 5) แต่บางกรณีต้องใช้เวลาถึง 4 ปี หลังจากปลูก (ผลผลิตที่ให้สูงสุดในปีที่ 7)

ช่วงที่ 3 การจัดการสวนปาล์มน้ำมันช่วงรักษาระดับผลผลิตให้สูงสุด : จะเป็นการรักษาระดับผลผลิตที่สูงสุดให้มีความต่อเนื่องยาวนานมากที่สุด ดังอย่างเช่น การจัดการสวนปาล์มน้ำมันให้ผลผลิตสูงถึง 4 ตัน/ไร่/ปี ในปีที่ 6 และรักษาระดับการให้ผลผลิตระดับ 4 ตัน/ไร่/ปี จนปาล์มน้ำมันอายุ 20 ปี จะได้ผลผลิตรวมมากกว่าการรักษาระดับการให้ผลผลิตระดับ 4 ตัน/ไร่/ปี แค่ปาล์มอายุ 15 ปี (เมื่อปาล์มอายุ 16 ปี ระดับผลผลิตจะลดลง)

ช่วงที่ 4 การจัดการสวนปาล์มน้ำมันช่วงผลผลิตลดลง: เมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุมาก ๆ ขึ้นผลผลิตจะลดลง การที่ผลผลิตจะลดลงเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับจัดการสวนปาล์มน้ำมันในช่วงที่ 3 การจัดการสวนช่วงนี้จะเน้นที่ลดต้นทุนของการผลิต เช่น การใส่ปุ๋ยน้อยลง หรือตัดต้นปาล์มน้ำมันที่ให้ผลผลิตน้อย



ภาพที่ 2.3 การจัดการสวนปาล์มในช่วงต่าง ๆ



ภาพที่ 2.4 ผลตอบแทนจากการสวนปาล์มในช่วงต่าง ๆ

1. การจัดการสวนปาล์มปาล์มน้ำมันก่อนที่ให้ผลผลิต

การจัดการสวนปาล์มน้ำมันในช่วง 3 ปีแรกนับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากช่วงดังกล่าวเป็นการเตรียมพร้อมในการให้ผลผลิตหากมีการจัดการในช่วงดังกล่าวถูกต้องก็จะทำให้ปาล์มแสดงศักยภาพในการให้ผลผลิตถึงขั้นสูงสุด (ในช่วงที่ 2) ได้อย่างรวดเร็วการจัดการสวนในช่วงนี้เป็นการดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

วัตถุประสงค์ที่ 1 ให้มีประชากรปาล์มน้ำมัน ที่ให้ผลผลิตครบทั้งพื้นที่หากมีต้นปาล์มตายระหว่างการปลูกจะต้องปลูกซ่อมภายใน 6-8 เดือนโดยใช้กล้าปาล์มที่มีอายุ 16-18 เดือน นอกจากนั้นต้นปาล์มทุกต้นที่ปลูกจะต้องให้ผลผลิต (จะต้องมีการสร้างดอกตัวเมีย) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำเกิดจากในแปลงมีต้นปาล์มซึ่งไม่ให้ผลผลิต ซึ่งอาจเกิดจากคุณภาพของกล้าปาล์มที่นำมาปลูกหรือเกิดจากกล้าปาล์มที่นำมาปลูกไม่ได้ผ่านกระบวนการคัดกล้าผิดปกติทั้ง ทำให้มีปาล์มที่ผิดปกติ (ซึ่งไม่ให้ทะลาย) ถูกนำมาปลูกด้วยต้นปาล์มเหล่านี้จะต้องมีการทำลายและปลูกทดแทนโดยปกติหลังจากปลูกปาล์ม 1 ปี กล้าปาล์มจะแทงช่อดอกให้เห็นหากกล้าปาล์มต้นใดไม่มีการแทงช่อดอกภายใน 18 เดือน ก็ควรทำลายและปลูกทดแทนด้วยกล้าปาล์มใหม่ที่มีอายุ 16-18 เดือนทันที ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่ 1 ไร่ มีจำนวนต้นปาล์มที่ปลูก 22 ต้น หากทุกต้นให้ผลผลิต 150 กก./ต้น/ปี ก็จะทำได้ผลผลิต $150 \times 22 = 3,300$ กก./ไร่/ปี แต่ถ้าหากมีต้นกล้าผิดปกติซึ่งไม่ออกทะลาย 4 ต้น/ไร่ (ปกติต้นกล้าที่ไม่มีการคัดทิ้งจะมีต้นกล้าผิดปกติประมาณ 20%) ทำให้มีประชากรปาล์มที่ให้ผลผลิตเพียง 18 ต้น/ไร่ ดังนั้นจะได้ผลผลิตเพียง $150 \times 18 = 2,700$ กก./ไร่ ทำให้เกษตรกรสูญเสียผลผลิตไป 600 กก./ไร่/ปี ซึ่งการสูญเสียดังกล่าวจะเกิดขึ้นต่อเนื่องทุกปี แต่ต้นทุนการผลิตได้แก่ปุ๋ยยังคงเท่าเดิม (เกษตรกรยังคงใส่ปุ๋ยให้กับต้นปาล์มที่ไม่ได้รับผลผลิตเพราะคิดว่าสักวันต้นปาล์มอาจจะให้ผลผลิต)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ให้แต่ละต้นมีความสมบูรณ์อย่างเต็มที่เพื่อเตรียมพร้อมในการให้ผลผลิต หลังจากอายุครบ 3 ปี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ จะต้องดำเนินการดังนี้

- การหักช่อดอกทิ้ง : โดยปกติหลังจากปลูกปาล์ม 12-16 เดือน ปาล์มจะแทงช่อดอกให้เห็น หากปล่อยช่อดอกนี้ไว้จะเจริญเป็นทะลายแต่ทะลายดังกล่าวจะมีขนาดเล็ก เกษตรกรส่วนใหญ่จะปล่อยทิ้งไว้ซึ่งจะเน่าและอาจเป็นแหล่งสะสมโรคทะลายเน่าได้ ในการสร้างทะลายดังกล่าวจะมีการนำอาหารมาใช้ทำให้ต้นปาล์มสูญเสียอาหารเป็นเหตุให้การเจริญเติบโตของลำต้นลดลง ดังนั้นจึงควรมีการหักช่อดอกทิ้ง (ก่อนที่ให้เกิดด้วยว่าเป็นดอกตัวผู้หรือดอกตัวเมียเพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการทำลายต้น และทำการปลูกใหม่ตามการดำเนินการของวัตถุประสงค์ที่ 1)



ภาพที่ 2.5 ปาล์มที่มีช่อดอกก่อนอายุ 30 เดือน ซึ่งให้ทะลายที่ไม่สมบูรณ์จะต้องตัดทิ้ง

- ห้ามแต่งทางใบจนถึงระยะการเก็บเกี่ยว (30 เดือน) : ในช่วงดังกล่าวปาล์มกำลังเจริญเติบโตจำเป็นต้องมีการสร้างอาหารมากดังนั้นต้นปาล์มจึงต้องมีการสังเคราะห์แสงมาก การแต่งทางใบออกจะเป็นการลดพื้นที่ในการสังเคราะห์แสงทำให้ต้นปาล์มมีการสร้างอาหารน้อยลง และการตัดทางใบออกยังทำให้โคนลำต้นมีขนาดเล็กด้วย



ภาพที่ 2.6 ต้นปาล์มมีการแต่งทางใบก่อนอายุ 30 เดือน ทำให้การเจริญเติบโตช้า

- ห้ามใช้สารกำจัดวัชพืชประเภทฮอร์โมน : การกำจัดวัชพืชควรจะใช้การตัดหญ้า ห้ามใช้ยากำจัดวัชพืชประเภทคลอซิมเพราะจะเป็นผลกระทบต่อต้นปาล์ม ทำให้ยอดปาล์มแห้งและตายได้ ทำให้ใบปาล์มน้ำมันที่แตกยอดออกมาใหม่จะแห้งเหี่ยวและจะทำให้ชะงักการเจริญเติบโต ถ้าเป็นมากต้นปาล์มน้ำมันอาจจะตายได้



ภาพที่ 2.7 ปาล์มที่ถูกยากำจัดวัชพืช

- การรักษาความชื้น : โดยนำเศษวัชพืชหรือเหง้าปาล์มน้ำมัน (ทะเลาะปาล์มเปล่า) ที่ผ่านกระบวนการเอาเมล็ดปาล์มน้ำมันจากโรงงานมาปกคลุมโคนเพื่อรักษาความชื้นให้กับปาล์ม การใช้ทะเลาะเปล่าปาล์มน้ำมันมาคลุมโคนในอัตรา 30 กิโลกรัม/ต้น คลุมโคนต่อเนื่องตั้งแต่ปลูกจนปาล์มน้ำมันอายุได้ 3 ปี จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ในปีที่ 4, 5 และ 6 ในปีที่ 4 ปาล์มน้ำมันจะให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น 11% ปีที่ 5 ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น 23% และปีที่ 6 ปาล์มให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น 36% เมื่อเปรียบเทียบกับปาล์มที่ไม่คลุมโคน



ภาพที่ 2.8 การใช้ทะลายเปล่าคลุมโคน

- การให้ปุ๋ย : ควรให้ปุ๋ยอินทรีย์ + ปุ๋ยเคมี ในการให้ปุ๋ยเคมีควรจะให้ตามค่าวิเคราะห์ตามตัวอย่างดินและตัวอย่างของใบปาล์มน้ำมันใบ ในปาล์มน้ำมันที่มีอายุน้อยจะใช้ตัวอย่างใบที่ 9 วิเคราะห์ปริมาณธาตุอาหาร

2. การจัดการสวนปาล์มน้ำมันช่วงเร่งผลผลิต

การจัดการสวนปาล์มในช่วงนี้มีความสำคัญมาก ผลสำเร็จในการจัดการในช่วงนี้จะมากหรือน้อยมีผลจากการจัดการในช่วงที่ 1 ด้วย หากช่วงที่ 1 มีการจัดการได้อย่างถูกต้องก็จะทำให้การจัดการในช่วงนี้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในช่วงนี้ปาล์มยังไม่มีข้อจำกัดเรื่องแสงเนื่องจากยังไม่มีการบังแสงระหว่างต้น ดังนั้น ปาล์มจะแสดงศักยภาพของพันธุ์ในการให้ผลผลิตอย่างเต็มที่ทำให้ปาล์มมีการใช้ปุ๋ยมาก ดังนั้นการให้ปุ๋ยที่ถูกต้องในปริมาณที่พอเพียงจึงเป็นสิ่งสำคัญ

ข้อควรคำนึงในการจัดการสวนปาล์มในช่วงนี้ได้แก่

1) การใช้ปุ๋ยที่ถูกต้องและเหมาะสม : ปาล์มในช่วงนี้จะมีการใช้ปุ๋ยในปริมาณที่มาก เนื่องจากปาล์มจะให้ผลผลิตสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นการใช้ปุ๋ยจึงควรมีการวิเคราะห์ตัวอย่างดินและตัวอย่างใบเพื่อจะไม่ทำให้ปาล์มขาดปุ๋ย (กรณีใส่ปุ๋ยน้อยกว่าความต้องการ) หรือใส่ปุ๋ยมากเกินไป (ทำให้สิ้นเปลือง, เพิ่มค่าใช้จ่าย) (ดูรายละเอียดในการจัดการปุ๋ย) ปาล์มที่เป็นพันธุ์ที่มีคุณภาพดีและมีการจัดการสวนดีจะให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ระยะเวลาในช่วงที่เร่งผลผลิตมีระยะเวลาด้านลง ปาล์มที่เป็นพันธุ์ที่คุณภาพไม่ดีและมีการจัดการสวนไม่ดี จะทำให้ช่วงที่เร่งผลผลิตมีระยะเวลานานขึ้น



ภาพที่ 2.9 ศักยภาพการให้ผลผลิตของพันธุ์ปาล์มที่ต่างกัน

2) การแต่งทางใบ : ในช่วงนี้ปาล์มยังไม่มีอาการบังแสงระหว่างต้นประกอกับเป็นช่วงที่ปาล์มต้องการอาหารสูง ดังนั้นควรรักษาใบปาล์มไว้ให้มากที่สุด ในการเก็บเกี่ยวทะลายไม่ควรตัดทางใบที่รองทะลายออกในตอนที่ยังเกี่ยวทะลาย โดยปกติในปาล์มที่มีอายุ 4-5 ปี ควรเก็บใบที่รองทะลายไว้ 2-3 ทางใบ แต่เมื่อปาล์มอายุ 6 ปี จะเก็บทางใบไว้ 2 ทางใบ ซึ่งเกษตรกรจะเรียกว่า ทางรองรับทะลายและทางรองรับน้ำ



ภาพที่ 2.10 การแต่งทางใบปาล์มในช่วงเร่งการให้ผลผลิต

3) การรักษาความชื้น : การรักษาความชื้นให้กับปาล์มจะช่วยทำให้ปาล์มมีผลผลิตสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ถึงจุดสูงสุดของศักยภาพการให้ผลผลิต การรักษาความชื้นอาจทำได้โดยการใช้ทะลายเปล่าคลุม หรือตั้งระบบน้ำให้กับปาล์มก็ได้



ภาพที่ 2.11 การใช้ทะเลสาบปล้ำคลุม



ภาพที่ 2.12 การให้น้ำกับปล้ำ

4) การเก็บเกี่ยว : จะต้องกำหนดรอบการเก็บเกี่ยว ซึ่งอาจเป็น 15 วันหรือ 20 วัน ทะเลสาบปล้ำที่เหมาะสมในการเก็บเกี่ยวควรเป็นทะเลสาบที่สุกเต็มที่ โดยสังเกตว่ามีผลร่วง 3-5 ผล/ทะเลสาบ ปล้ำปล่อยให้ปล้ำสุกมากเกินไปจะทำให้มีผลร่วงมาก หากเก็บผลร่วงไม่หมดจะทำให้ผลร่วงดังกล่าว งดการจัดการสวนปล้ำในช่วงนี้จะบ่งบอกถึงการได้กำไรหรือขาดทุนของเจ้าของสวนได้ หากมีการจัดการดีก็จะทำให้คืนทุนได้เร็ว เนื่องจากปล้ำได้ให้ผลผลิตสูงสุดในช่วงเวลาที่สั้น ในทางตรงกันข้ามหากช่วงนี้มีการจัดการสวนไม่ดีจะทำให้ต้องใช้เวลาที่จะทำให้ปล้ำได้ผลผลิตสูงสุดนาน ซึ่งอาจทำให้ประสบกับการขาดทุนในการทำสวนปล้ำได้

3. การจัดการสวนปล้ำในช่วงรักษาระดับผลผลิตที่สูงสุด

หลังจากมีการจัดการสวนจนปล้ำได้ผลผลิตสูงสุดแล้ว (ซึ่งในแต่ละสวนจะใช้ระยะเวลาที่ต่างกัน หากมีการจัดการสวนที่ดีปล้ำอาจให้ผลผลิตสูงสุดเมื่ออายุ 6 ปี) จะต้องรักษาระดับของผลผลิตที่สูงสุดนี้ให้ต่อเนื่องยาวนานที่สุดในช่วงนี้ (หลังจากปล้ำอายุมากกว่า 6 ปี) ปล้ำจะเริ่มมี

การแข่งขันระหว่างต้น เนื่องจากทรงพุ่มจะชนกัน ทำให้มีการแย่งปัจจัยในการเจริญเติบโต โดยเฉพาะปัจจัยแสงแดด การปลูกป่าล้มในระยะปลูกที่ชิดเกินไปจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในช่วงนี้ โดยจะทำให้ผลผลิตลดลงอย่างรวดเร็วและต้นป่าล้มมีอัตราการสูงรวดเร็วกว่าปกติ ดังนั้น จะต้องตระหนักถึงความเหมาะสมของระยะปลูกของแต่ละพันธุ์ เนื่องจากบางพันธุ์มีการแนะนำให้ปลูกในระยะที่ชิด เกษตรกรจะต้องถามข้อมูลของความยาวทางใบของพันธุ์ดังกล่าวด้วย เช่น มีการแนะนำในปลูกในระยะ 8 เมตร แต่ทางใบป่าล้มยาว 6 เมตร เมื่อป่าล้มเจริญเต็มที่จะทำให้มีการซ้อนระหว่างทางใบของต้นที่อยู่ใกล้กัน เท่ากับ 4 เมตร (6+6-8 เมตร) ซึ่งจะทำให้ทางใบเกิดการแย่งปัจจัยแสง ดังนั้นก่อนตัดสินใจเลือกพันธุ์ที่มีการแนะนำให้ปลูกระยะชิด จำเป็นต้องสอบถามขนาดของทรงพุ่มโดยละเอียดด้วยได้มีการศึกษาการให้ผลผลิตของป่าล้มที่มีอายุ 14 ปี สายพันธุ์เดียวกันและมีการให้ปุ๋ยต่อต้นเท่ากัน แต่มีระยะปลูกแตกต่างกันคือ 8x8x8 เมตร, 9x9x9 เมตร และ 10x10x10 เมตร พบว่าการให้ผลผลิตในปีที่ 4 ระยะปลูก 9x9x9 เมตร ให้ผลผลิตสูงที่สุด (4,374 กก./ไร่) ระยะปลูก 10x10x10 เมตร ให้ผลผลิตรองลงมา (3,578 กก./ไร่) และระยะปลูก 8x8x8 เมตร ให้ผลผลิตต่ำที่สุด (1,558 กก./ไร่) เมื่อคำนวณค่า VCR พบว่าระยะปลูก 8x8x8 เมตร มีค่า VCR เพียง 1.02 นั้นหมายถึงหากมีการลงทุน 100 บาท จะมียาได้ 102 บาท ในขณะที่ระยะปลูก 9x9x9 เมตร และ 10x10x10 เมตรจะมีค่า VCR เท่ากันคือ 2.79 แต่ระยะปลูก 9x9x9 เมตร จะได้กำไรต่อไร่ในปีที่ 4 สูงที่สุด (7,166 บาท/ไร่/ปี) สำหรับข้อมูลการเจริญเติบโตพบว่าผลของระยะปลูกไม่ทำให้พื้นที่ใบ น้ำหนักแห้งทางใบ และความยาวทางใบมีความแตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะเฉพาะของพันธุ์ซึ่งในการศึกษาได้ใช้ป่าล้มพันธุ์เดียวกัน แต่ความสูงและเส้นรอบวงของลำต้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจนในการปลูกในระยะชิดจะทำให้ป่าล้มมีความสูงมากกว่าการปลูกระยะห่าง โดยระยะปลูก 8x8x8 เมตร จะมีความสูงของลำต้น 645.8 ซม. ในขณะที่ระยะปลูก 9x9x9 เมตร มีความสูง 611.7 ซม. และระยะปลูก 10x10x10 เมตร ป่าล้มจะมีความสูงเพียง 607.8 ซม. สำหรับขนาดของลำต้นพบว่าในการปลูกในระยะชิดจะทำให้ป่าล้มมีขนาดลำต้น (วัดจากเส้นรอบวงลำต้น) น้อยกว่าการปลูกในระยะห่าง โดยพบว่าป่าล้มที่ปลูกระยะ 8x8x8 เมตร จะมีเส้นรอบวงของลำต้นเพียง 204.5 ซม. ในขณะที่ป่าล้มซึ่งปลูกในระยะ 9x9x9 เมตร และ 10x10x10 เมตร จะมีเส้นรอบวงของลำต้น 240.0 ซม. และ 244.0 ซม. ตามลำดับ

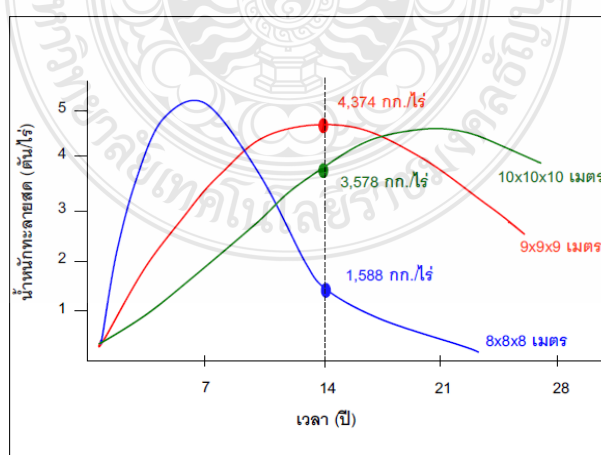
ตารางที่ 2.1 ผลผลิตและรายได้จากการปลูกปาล์มที่มีระยะปลูกต่างกัน

ระยะปลูก (เมตร)	จำนวนประชากร/ ไร่	ผลผลิต (กก./ไร่)	กำไร (บาท/ไร่)	VCR*
8x8x8	29	1,558	960	1.02
9x9x9	22	4,374	7,166	2.79
10x10x10	18	3,578	5,866	2.79

ตารางที่ 2.2 ลักษณะการเจริญเติบโตของปาล์มน้ำมัน

ระยะปลูก (เมตร)	พื้นที่ใบ (เมตร)	น้ำหนักแห้งใบ (กก.)	ความยาวทาง ใบ(ซม.)	ความสูง(ซม.)	เส้นรอบวงลำ ต้น (ซม.)
8x8x8	9.8	4.0	619.1	645.8	204.5
9x9x9	9.7	4.4	597.6	611.7	240.0
10x10x10	9.9	4.5	608.4	607.8	244.0

การปลูกปาล์มในระยะที่ชิด (8x8x8 เมตร) จะให้ผลผลิต/ไร่ สูงในช่วงแรก เนื่องจากมีจำนวนต้น/ไร่สูงกว่าในระยะปลูกที่กว้างกว่า แต่เมื่อปาล์มอายุมากขึ้นการแข่งขันระหว่างต้นจะมากขึ้นทำให้ผลผลิต/ไร้อลดลง ในขณะที่การปลูกปาล์มในระยะห่างขึ้นจะมีจำนวนต้น/ไร่ น้อยกว่าในช่วงแรกและจะให้ผลผลิต/ไร้น้อยแต่จะค่อยเพิ่มขึ้นเมื่อปาล์มอายุมากขึ้น



ภาพที่ 2.13 การให้น้ำกับปาล์ม การคาดคะเนผลผลิตในแต่ละช่วงของระยะปลูกต่าง ๆ



ลักษณะต้นปาล์มที่ปลูกระยะชิด



ลักษณะต้นปาล์มที่ปลูกระยะปกติ

ภาพที่ 2.14 ลักษณะทรงพุ่มของปาล์มที่มีระยะปลูกต่างกัน

ข้อคำนึงในการจัดการสวนปาล์มในช่วงนี้ได้แก่

1) การจัดการเรื่องปุ๋ย : ในช่วงนี้ปาล์มจะต้องการปุ๋ยในอัตราสูงการใส่ปุ๋ยอย่างถูกต้องและเหมาะสมจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ตัวอย่างดินและตัวอย่างใบเพื่อนำข้อมูลไปศึกษา กำหนดชนิดและอัตราปุ๋ยที่ใช้

2) การแต่งทางใบ : ในช่วงนี้ปาล์มจะมีทางใบที่ยาวคลุมพื้นที่ทำให้มีการซ้อนทับของทางใบ การเก็บทางใบไว้มากเกินไปจะมีผลเสียมากกว่าผลดี เนื่องจากใบปาล์มจะทำหน้าที่ในการสังเคราะห์แสงแต่ถ้าหากใบถูกบังแสงการสังเคราะห์แสงก็จะมีประสิทธิภาพลดลง แต่เนื่องจากใบปาล์มมีชีวิตรอดจึงต้องมีการหายใจซึ่งต้องใช้พลังงาน ดังนั้นการเก็บรักษาใบปาล์มควรเก็บไว้ในปริมาณที่เหมาะสม โดยตัดใบที่มีการถูกแสงทิ้งโดยทั่วไปจะเก็บรักษาไว้ 1-2 ทางใบ (ตามความเหมาะสม) นอกจากนั้นการแต่งทางใบมากเกินไปจะทำให้ลดพื้นที่การสังเคราะห์แสง และทำให้ต้นปาล์มสูงเร็วขึ้น



แต่งทางใบที่ถูกตัด

แต่งทางใบมากเกินไป

แต่งทางใบน้อยเกินไป

ภาพที่ 2.15 การแต่งทางใบปาล์มในช่วงรักษาระดับผลผลิตสูงสุด

3) การวางทางใบ : ในการเก็บเกี่ยวทะลายจำเป็นต้องมีการตัดทางใบด้านล่างออกเพื่อความสะดวกในการเก็บเกี่ยวนอกจากนั้นในรอบปีจะมีช่วงแล้งที่ปาล์มไม่ให้ทะลายแต่ยังคงมีการสร้างทางใบตามปกติซึ่งทางใบเหล่านี้จะต้องตัดออก ในอดีตเกษตรกรมักจะเรียงทางใบเป็นกองแถวยาวระหว่างแถวปาล์ม ซึ่งการวางแบบดังกล่าวจะทำให้มีการย่อยสลายยากและเป็นที่อาศัยของหนูซึ่งจะมาทำลายผลผลิต การวางทางใบที่ถูกตัดสำหรับสวนปาล์มที่เป็นพื้นที่ราบควรวางกระจายทิ้งแปลงเพื่อช่วยต่อการย่อยสลายเป็นปุ๋ยอินทรีย์และยังช่วยรักษาความชื้น ลดการชะล้างของหน้าดินและเป็นการควบคุมวัชพืชได้อีกวิธีหนึ่ง ในการวางทางใบให้ตัดส่วนของโคนทางซึ่งมีหนามวางกองระหว่างต้น ส่วนทางใบ (ซึ่งตัดโคนทางออกแล้ว) ให้วางกระจายทั่วทั้งสวน โดยเว้นพื้นที่รอบ โคนต้นรัศมี 1-2 เมตร เพื่อความสะดวกในการเก็บผลปาล์มร่วงสำหรับสวนปาล์มที่ปลูกในพื้นที่ลาดชันจำเป็นต้องวางทางใบเป็นแนวขวางการไหลของน้ำเพื่อลดความรุนแรงที่เกิดจากการชะล้าง



การวางทางแบบปูระหว่างแถวปาล์ม



การวางทางแบบกองเป็นแถวยาวระหว่างแถวปาล์ม

ภาพที่ 2.16 การวางทางใบ

4) การสังเกตต้นปาล์มน้ำมันที่ผิดปกติและให้ผลผลิตน้อย : ถึงแม้จะมีการคัดเลือกต้นปาล์มที่มีคุณภาพดีโดยปลูกกล้าปาล์มที่มีการคัดกล้าแล้วก็ตาม รวมถึงปลูกซ่อมทดแทนต้นปาล์มที่ไม่มีดอกตัวเมีย (ซึ่งทำในช่วง 1 ปีแรกของการปลูก) แล้วก็ตาม เมื่อปาล์มอายุมากขึ้นอาจพบว่าต้นปาล์มบางต้นที่ให้ผลผลิตต่ำกว่าปกติ ต้นปาล์มเหล่านี้จะต้องทำเครื่องหมายไว้และบันทึกการให้ผลผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อประเมินว่าคุ้มต่อการลงทุนหรือไม่และควรจะโค่นทำลายหรือไม่หากข้อมูลบ่งบอกว่าต้นปาล์มดังกล่าวให้ผลผลิตไม่คุ้มต่อการลงทุน ควรจะโค่นทิ้งทันทีเพื่อลดการแข่งขันระหว่างต้น การโค่นปาล์มที่ให้ผลผลิตน้อยหรือไม่ให้ผลผลิตทิ้งในช่วงนี้อาจทำให้ผลผลิตรวมต่อไร่เพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากจะทำให้ปาล์มที่อยู่ใกล้เคียงได้รับปัจจัยแสงมากขึ้นซึ่งมีผลทำให้ผลผลิตเพิ่ม นอกจากนี้ยังเป็นการลดต้นทุนของปุ๋ยที่ใส่ให้กับต้นที่ให้ผลผลิตต่ำ

4. การจัดการสวนปาล์มน้ำมันช่วงผลผลิตลดลง

เมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุมากขึ้นการแข่งขันระหว่างต้นปาล์มมากขึ้นด้วย ทั้งในด้านปัจจัยของแสงและการซัดกันของทรงพุ่ม ช่วงการลดลงของผลผลิตจะแตกต่างกันในแต่ละสวน ในบางสวนผลผลิตอาจจะลดลงหลังจากปาล์มอายุมากกว่า 20 ปี แต่บางสวนผลผลิตอาจจะลดลงตั้งแต่ปาล์มอายุ 15 ปี โดยเฉพาะสวนปาล์มที่มีระยะปลูกชิดผลผลิตจะลดลงอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นการจัดการสวนปาล์มในช่วงนี้จะมุ่งเน้น 2 ประการ คือ (1) ทำให้ผลผลิตลงช้าที่สุด (2) ลดต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะต้นทุนในการใช้ปุ๋ย ดังนั้นการจัดการสวนปาล์มในช่วงผลผลิตลดลงควรดำเนินการดังนี้

1) การใช้ปุ๋ย : เนื่องจากปาล์มให้ผลผลิต/ต้น น้อยลง ดังนั้นการใช้ปุ๋ยจะต้องลดลงจากช่วงที่รักษาระดับผลผลิต การให้ปุ๋ยกับปาล์มในช่วงนี้หากมากเกินไปจะทำให้มีการเจริญเติบโตทางลำต้นมาก ซึ่งอาจจะมีปัญหาทำให้ทางใบใหญ่และมีน้ำหนักมากซึ่งอาจทำให้ทางใบหักได้ในช่วงฤดูแล้ง ซึ่งการหักของทางใบจะมีผลต่อการพัฒนาของทะลายที่ทางใบนั้นรองรับอยู่ การใช้ปุ๋ยในช่วงนี้จึงมีความจำเป็นมากที่จะต้องมีการวิเคราะห์ตัวอย่างใบและดินเพื่อกำหนดอัตราการใช้ปุ๋ยที่ถูกต้องเหมาะสม



ภาพที่ 2.17 ใช้ปุ๋ยมากเกินไปทางใบจะหักในช่วงแล้ง

2) ลดการแข่งขันภายในต้น : จำนวนทางใบที่มากเกินไปจะเป็นต้นเหตุของการแข่งขันภายในต้นเดียวกันของปาล์มน้ำมัน ทางใบล่างจะมีประสิทธิภาพในการสังเคราะห์แสงต่ำมาก เนื่องจากมีการบังแสงจากทางใบด้านบน ดังนั้นการแต่งทางใบในช่วงนี้จะมีการเก็บทางใบไว้เฉพาะทางใบรองรับทะลายเท่านั้น



ภาพที่ 2.18 ปาล์มอายุมากที่ให้ผลผลิตสูง

3) ลดการแข่งขันระหว่างต้น : ทำได้โดยการลดจำนวนประชากรโดยการทำลายต้นที่ให้ผลผลิตต่ำออก (ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนของการใช้ปุ๋ยด้วย) การลดจำนวนประชากรอาจทำเป็นระบบก็ได้ เช่น ลดประชากรลง 10% 15% หรือ 20% ซึ่งการลดประชากรปาล์มอย่างเป็นระบบหลังจากปาล์มให้ผลผลิตลดลงอย่างมาก จะใช้วิธีการลดประชากร 50% และมีการปลูกทดแทน



ภาพที่ 2.19 การปลูกทดแทนในสวนปาล์มเก่า

ที่มา: library.dip.go.th/multim6/ebook/IB%20กศอ18%20ป511.7.pdf

2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชลบุรี

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือริมฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 12 องศา 30 ลิปดา -13 องศา 43 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศา 45 ลิปดา -101 องศา 45 ลิปดาตะวันออก ระยะทางจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 34 (ถนนสายบางนา-ตราด) รวมระยะทางประมาณ 81 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีเส้นทางพิเศษหมายเลข 7 หรือ Motorway (กรุงเทพฯ-ชลบุรี) ระยะทาง 79 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 45 นาทีเท่านั้น จังหวัดชลบุรีมีพื้นที่ทั้งสิ้น 2,726,875 ไร่ (4,363 ตารางกิโลเมตร) คิดเป็นร้อยละ 0.85 ของพื้นที่ประเทศไทย (พื้นที่ของประเทศไทยประมาณ 320,696,875 ไร่ หรือ 513,115 ตารางกิโลเมตร)

ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ ติดกับจังหวัดระยอง

ทิศตะวันออก ติดกับจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดระยอง

ทิศตะวันตก ติดกับชายฝั่งทะเลตะวันออกอ่าวไทย



ภาพที่ 2.20 แผนที่จังหวัดชลบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชลบุรีมีการผสมผสานกันมากถึง 5 แบบ ทั้งที่ราบลูกคลื่นลาดเนินเขา ที่ราบชายฝั่งทะเล ที่ราบลุ่มแม่น้ำบางปะกง พื้นที่สูงชันและภูเขา รวมถึงเกาะน้อยใหญ่อีกมากมายที่ราบลูกคลื่นและเนินเขาของจังหวัดชลบุรี พบได้ทางด้านตะวันออกของจังหวัด ในเขตอำเภอบ้านบึง พนัสนิคม หนองใหญ่ ศรีราชา บางละมุง สัตหีบ และบ่อทอง พื้นที่นี้มีลักษณะสูง ๆ ต่ำ ๆ คล้ายลูกกระพรวน ปัจจุบันพื้นที่นี้ส่วนใหญ่ถูกใช้ไปในการปลูกมันสำปะหลัง สำหรับที่ราบชายฝั่งทะเล นั้นพบตั้งแต่ปากแม่น้ำบางปะกงถึงอำเภอสัตหีบ เป็นที่ราบแคบ ๆ ชายฝั่งทะเล มีภูเขาลูกเล็ก ๆ สลับเป็นบางตอนถัดมาคือ พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำบางปะกง มีลำน้ำคลองหลวงยาว 130 กิโลเมตร ต้นน้ำอยู่ที่อำเภอบ่อทองและอำเภอบ้านบึง ผ่านพนัสนิคม ไปบรรจบเป็นคลองพานทองไหลลงสู่แม่น้ำบางปะกง โดยดินตะกอนอันอุดมสมบูรณ์จากการพัดพาของแม่น้ำบางปะกงนั่นเอง ได้ก่อให้เกิดที่ราบลุ่มเหมาะต่อการเกษตรกรรม ส่วนพื้นที่สูงชันและภูเขานั้น อยู่ตอนกลางและด้านตะวันออกของจังหวัด ตั้งแต่อำเภอเมืองฯ บ้านบึง ศรีราชา หนองใหญ่ และบ่อทอง ที่อำเภอศรีราชานั้น เป็นต้นน้ำของอ่างเก็บน้ำบางพระ แหล่งน้ำอุปโภคบริโภคหลักแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี จังหวัดชลบุรีมีชายฝั่งทะเลยาวถึง 160 กิโลเมตร เว้าแหว่งคดโค้งสวยงาม เกิดเป็นหน้าผาหิน หาดทรายทอดยาว ป่าชายเลน ป่าชายหาด ฯลฯ ซึ่งอ่าวแหล่งหนึ่งสามารถพัฒนาไปเป็นท่าจอดเรือกำบังคลื่นลมได้เป็นอย่างดี อาทิ ท่าจอดเรือรบที่อำเภอสัตหีบ เป็นต้น สำหรับเกาะสำคัญ ๆ มีอยู่ไม่น้อยกว่า 46 เกาะ เช่น เกาะสีชัง เกาะค้างคาว เกาะรีน เกาะไผ่ เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาก เกาะขาม เกาะแสมสาร และเกาะครามที่อยู่ในเขตทหารเรือของอำเภอสัตหีบ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์และอนุบาลเต่าทะเลที่หายากและใกล้สูญพันธุ์ของไทย เป็นต้น โดยเกาะเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นปราการธรรมชาติ ช่วยป้องกันคลื่นลม ทำให้ชลบุรีไม่ค่อยมีคลื่นขนาดใหญ่ ต่างจากจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งมักมีคลื่นใหญ่กว่า ด้วยเหตุนี้เองชายฝั่งของชลบุรีจึงเต็มไปด้วย ท่าจอดเรือประมง และเหมาะแก่การสร้างท่าจอดเรือพาณิชย์ขนาดใหญ่ อาทิ ท่าเรือแหลมฉบัง เป็นต้น ภูมิประเทศอันหลากหลายดังกล่าว หล่อหลอมให้ชลบุรีสามารถพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตร อุตสาหกรรม การพาณิชย์ การท่องเที่ยว และการคมนาคมที่สะดวกสบาย

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดชลบุรีมีลักษณะอากาศแบบมรสุมเขตร้อน (Tropical Climate) โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ส่งผลให้จังหวัดชลบุรีมีฤดูกาลแตกต่างกันอย่างชัดเจน 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูร้อน เดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม อากาศค่อนข้างอบอ้าว แต่ไม่ถึงกับร้อนจัด
 ฤดูฝน เดือนสิงหาคม-เดือนตุลาคม มีฝนกระจายทั่วไป โดยมีกตกหนักในเขตป่า
 และภูเขา

ฤดูหนาว เดือนพฤศจิกายน-เดือนกุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวจัด ทว่าเย็นสบาย ท้องฟ้า
 สดใส ปลอดโปร่ง และมีแดดทั้งวัน นับเป็นช่วงเวลาซึ่งชายหาดจะคึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยว ส่วน
 ภาคเกษตรในฤดูนี้เป็นเวลาที่ค่อนข้างแล้ง เพราะฝนทิ้งช่วงหลายเดือน

ระยะทางจากอำเภอเมืองฯ ไปยังอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี

บ้านบึง	10.03	กิโลเมตร
พนัสนิคม	26.28	กิโลเมตร
ศรีราชา	23.98	กิโลเมตร
พานทอง	23.48	กิโลเมตร
บางละมุง	47.25	กิโลเมตร
เกาะสีชัง	24.05	กิโลเมตร
เกาะจันทร์	49.65	กิโลเมตร
หนองใหญ่	53.45	กิโลเมตร
บ่อทอง	59.16	กิโลเมตร
สัตหีบ	85.85	กิโลเมตร

ระยะทางจากจังหวัดชลบุรี ไปยังจังหวัดใกล้เคียง

ฉะเชิงเทรา	43	กิโลเมตร
สมุทรปราการ	64	กิโลเมตร
ระยอง	98	กิโลเมตร
จันทบุรี	164	กิโลเมตร
ตราด	234	กิโลเมตร

ที่มา : <http://www.chonburi.go.th>

2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท อีสเทิร์น ปาล์มมอยล์ จำกัด

ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2535 ทำการผลิตน้ำมันปาล์มดิบจัดส่งจัดจำหน่ายให้อุตสาหกรรม
 ทำน้ำมันพืชและเป็นโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบแห่งแรกในภาคตะวันออกของไทย ซึ่งปัจจุบันบริษัท

อีสเทิร์น ปาล์มออยล์ จำกัด ได้ทำการปรับปรุงระบบใหม่ ที่มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยมากขึ้นกว่าเดิม มีกำลังการผลิต 45-60 ตันต่อชั่วโมง

นโยบายการบริหาร

ด้านองค์การและการเรียนรู้

ฝ่ายบริหารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ มีระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อความเป็นผู้นำในธุรกิจยางพาราและปาล์มน้ำมันในภาคตะวันออก ฝ่ายบริหารมุ่งหมายที่จะเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม เป็นองค์กรที่มีธรรม มีความโปร่งใส และมีส่วนช่วยในการสนับสนุนและนำความเจริญรุ่งเรืองมาสู่สังคม

สินค้าและบริการ

น้ำมันปาล์มดิบ (CPO)

น้ำมันเมล็ดในปาล์ม (CPKO)

กากปาล์ม (Palm Cake)

กะลาปาล์ม (Shell)

เส้นใยปาล์ม (Fiber)

ระบบมาตรฐานที่ได้รับการรองรับ

ได้รับรองมาตรฐาน QSME จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 จากสถาบัน NQA

การบรรจุและการขนส่ง



แทงก์เก็บน้ำมันปาล์มดิบ



การขนส่งน้ำมันปาล์มดิบ

ภาพที่ 2.21 การบรรจุและการขนส่งน้ำมันปาล์มดิบ

ติดต่อสอบถามได้ที่

157 หมู่ที่ 2 ถนนชลบุรี-แกลง ตำบลเขาชก อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี 20190

โทรศัพท์ 038-168555 โทรสาร 038-168559

2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด

เดิมพื้นที่ทำการเกษตรของจังหวัดชลบุรี จะเป็นพื้นที่ปลูกอ้อย มันสำปะหลัง สับปะรด และยางพารา แต่เนื่องจากพืชดังกล่าวมีราคาลดต่ำลงทุกปีเกษตรกรจึงได้คิดที่จะหาพืชชนิดอื่นมาปลูกทดแทน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2529 คุณการุณ จินตนาเลิศ ได้เดินทางไปเที่ยวที่ภาคใต้ เห็นเกษตรกรส่วนใหญ่ของภาคใต้ปลูกปาล์มน้ำมัน จึงมีความสนใจและเล็งเห็นว่าปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่มีอนาคตเมื่อกลับมาถึงจังหวัด ชลบุรี จึงได้รวมกลุ่มกันจัดซื้อเกษตรกรของจังหวัดชลบุรีและจังหวัดใกล้เคียงเห็นว่าปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่ดูแลรักษาง่ายและขณะนั้นผลปาล์มน้ำมันมีราคา สูง จึงได้ขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเพิ่มมากขึ้น เมื่อปาล์มน้ำมันให้ผล จึงเกิดปัญหาเนื่องจากภาคตะวันออกไม่มีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มที่สามารถรองรับผลปาล์มสดจำนวนมาก ได้ทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องจ้างรถบรรทุกผลปาล์มสดไปยังโรงงานที่จังหวัดชุมพร ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง คุณการุณ จินตนาเลิศ จึงศึกษาความเป็นไปได้ที่จะสร้างโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขึ้น และได้จัดตั้งบริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด โดยจดทะเบียนเป็นบริษัท เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะรองรับผลปาล์มสดที่มีอยู่ในปัจจุบันและผลปาล์ม สดที่เพิ่มขึ้นในอนาคต สามารถผลิตน้ำมันปาล์มดิบที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ด้วยกระบวนการผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้ บริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด ยังเป็นแหล่งให้ความรู้และคำปรึกษากับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน คณาจารย์ นักเรียน นักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ และประชาชนทั่วไป โดย

- ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปลูก การดูแลรักษา การให้น้ำ และการเก็บตัวอย่างใบปาล์มไปวิเคราะห์ เพื่อลดต้นทุนของเกษตรกร
- ให้ความรู้ในด้านกระบวนการผลิตน้ำมันปาล์มดิบที่ได้คุณภาพมาตรฐาน
- ให้ความรู้ในเรื่องน้ำมันไบโอดีเซล เพื่อทดแทนน้ำมันดีเซลในเครื่องยนต์ดีเซล เนื่องจากบริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้วิจัยและพัฒนา น้ำมันไบโอดีเซล และได้รับเชิญให้จัดนิทรรศการเผยแพร่ความรู้ในด้านประโยชน์ ข้อจำกัดและขั้นตอนการทำน้ำมันไบโอดีเซล ทั้งในจังหวัดชลบุรี จังหวัดเชียงใหม่ และอีกหลายจังหวัดทางภาคใต้

บริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด

ผู้ก่อตั้ง นายสุภชัย จินตนาเลิศ และนายชนะ จินตรัตน์วงศ์ ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ

ก่อตั้งเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2542

มีทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท

ตั้งอยู่เลขที่ 97 ม.4 ต.ห้างสูง อ.หนองใหญ่ จ.ชลบุรี

จำนวนพนักงาน 120 คน

กำลังการผลิต 90 ตันผลปาล์มต่อชั่วโมง

มาตรฐานที่ได้รับการรองรับ

ระบบการจัดการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008

ระบบการจัดการและควบคุมการผลิตอาหารให้ปลอดภัย GMP

ระบบประกันคุณภาพด้านความปลอดภัยของอาหาร HACCP

ระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล

ระบบประกันคุณภาพด้านอาหารและยา

www.suksomboon.com E-mail : info@suksomboon.com Tel : 038-442999

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑารัตน์ (2548) ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและความต้องการปรับปรุงบริการด้านต่าง ๆ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคาร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test และ F-test และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษารูปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพสมรสมากกว่าโสดเล็กน้อย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 72% และทำงานเป็นพนักงานในสถานประกอบการ 4 แห่ง ได้แก่ บริษัทมินิแบไทย จำกัด การไฟฟ้านครหลวง บริษัท คอลเกต ปาล์ม โอลีฟ จำกัด และบริษัท พรอดเตอร์ แอนด์ แกรมเบ็ด จำกัด ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 - 25,000 บาท และระยะเวลาในการใช้สินเชื่ออยู่ในช่วงใช้มานานไม่เกิน 6 เดือน วงเงินที่ใช้จะอยู่ในช่วง 30,000 - 69,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ คือ อายุ สถานภาพการสมรส และอาชีพ ส่วนพฤติกรรม

การใช้บริการที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการคือ ระยะเวลาที่ใช้ และ วงเงินในการ
กู้ยืม

ศศิการต์ ตั้งสิริตระกูล (2553) ศึกษาการให้คุณภาพการให้บริการให้บริการลูกค้า แคมป์
คอนโทรลส์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกับบริษัทตั้งแต่เปิด
ดำเนินกิจการถึงปัจจุบัน จำนวนทั้งหมด 360 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย จำนวน(ความถี่)ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การ
วิเคราะห์ความแตกต่างใช้ การวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ
(One Sample t-test) ถ้าพบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) โดย
ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบทางสถิติหัวข้อ
งานค้นคว้าอิสระทางสถิติ

ผลของการวิจัยสรุปได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ทำงานในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
มีระยะเวลาการติดต่อกว่า 7 ปีขึ้นไป และมีสถานที่ตั้งอยู่ภาคกลาง

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการสรุปได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ประเภท
ผลิตภัณฑ์ Control Valve (Globe, Ball, Butterfly, etc) ตราสินค้าที่นึกถึง คือ Samsom โดยมีเหตุผลใน
การเลือกผู้ขายตราสินค้าที่ความเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้า/ความคงทน คู่แข่งกับการใช้งานผู้ที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าคือ ตัวเอง ในระยะเวลาในกระบวนการสั่งซื้อ 3-4 สัปดาห์และ
งบประมาณการสั่งซื้อของลูกค้าในแต่ละครั้งต่ำกว่า 100,000 บาท

โดยภาพรวมลูกค้าให้ระดับคุณภาพในด้านแน่นอน ในระดับคุณภาพดี เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อพบว่า ลูกค้าให้ระดับของคุณภาพดีในด้านพนักงานมีความรู้ในงาน และมีประสบการณ์
สามารถให้คำแนะนำได้ คุณภาพในด้านความเชื่อถือ ความรวดเร็ว การเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์
สัมผัสได้ โดยภาพรวมมีระดับคุณภาพปานกลาง

จิตลดา เทวีทวารักษ์ (บทคัดย่อ, 2549) ได้วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสายการบิน
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการของสายการบินเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเปรียบเทียบระดับ
คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสาย
การบินเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ
ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัยและการสร้างบริการ
ให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง

ภรรคพล อุทธะทอง (บทคัดย่อ, 2552) วิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ สาขาสีลม สาขาพันธุ์ทิพย์ พลางค์ สาขาเซียร์รังสิต สาขามานูญครอง และสาขาศรีนครินทร์ ผลการวิจัย พบว่า ด้านของข้อมูลทั่วไป ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 5,000-14,999 บาท ด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้ศูนย์บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสินค้าที่นำมาใช้บริการ ที่ระดับราคา 2,000-11,999 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ประเภทของสินค้าที่เข้ารับบริการ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่มีอายุการใช้งานของสินค้านับจากวันที่ซื้อถึงวันที่ส่งซ่อมน้อยกว่า 1 ปี และเหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการคือเป็นศูนย์บริการมาตรฐานและอยู่ใกล้และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการและด้านการประสานงานการบริการ

วรลักษณ์ พลสมย และ ปุณณนัส ยศกันโท (บทคัดย่อ, 2551) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลอันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งของการใช้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินนกแอร์ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การให้บริการด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริการมีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าระดับความพึงพอใจสูงสุด หากพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายประเด็น พบว่าผู้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ เครื่องบินมีมาตรฐานความปลอดภัยในการบิน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ความสะอาดของห้องผู้โดยสารและห้องน้ำ มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่าง ๆ และสนามบินที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับการเดินทาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วิธีการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 การศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ศึกษาได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดให้มีระดับความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (W.G.cochran)

โดยใช้สูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาต้องการสุ่ม

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เท่ากับ 1.65 (ความเชื่อมั่น 90%) $\gg Z = 1.65$

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) $\gg Z = 1.96$

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เท่ากับ 2.58 (ความเชื่อมั่น 99%) $\gg Z = 2.58$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้น ๆ) เช่น

ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10
ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05
ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01
สามารถแทนค่าสูตรในการคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$
$$n = 385$$

ฉะนั้น เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น จะได้ขนาดตัวอย่าง (n) เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ดังนั้น เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการ ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำผลการศึกษาดังกล่าวมากำหนดเป็นเนื้อหาในแบบสอบถาม
2. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ
3. สร้างข้อคำถามให้ครอบคลุม

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบความแม่นยำตรงเชิงพินิจ (Face Validity) เมื่อสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจะให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ราย ตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหา
2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้จริง ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ

และความสมบูรณ์ในคำถาม จากนั้นจึงนำผลการสอบถามไปคำนวณค่า Reliability Coefficient Alpha เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของข้อความแต่ละตอนในแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

เมื่อ α คือ ค่าความเที่ยง
 n คือ จำนวนข้อ
 S_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_x^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการลงรหัสและคำนวณหาค่า Alpha ด้วยคำสั่งในคอมพิวเตอร์ หากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552, น. 144) และหากพบข้อบกพร่องในขั้นตอนใดคณะผู้วิจัยจะนำไปปรับปรุงแก้ไขจนผ่านทุกขั้นตอน

ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีส่วนประกอบที่สามารถแบ่งได้ 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน รายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดคือ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้ตอบได้อย่างอิสระ หรือแสดงความคิดเห็น

โดยแบบสอบถามทั้งหมดในส่วนนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตรงกับความคิดเห็นในระดับใดระดับหนึ่ง ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำการให้คะแนนตามระดับโดยกำหนดให้

1) ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงปฏิฐาน (Positive) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ถ้าตอบ มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

ถ้าตอบ มาก ให้คะแนน 4 คะแนน

ถ้าตอบ ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน

ถ้าตอบ น้อย ให้คะแนน 2 คะแนน

ถ้าตอบ น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน

2) ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงนิเสธ (Negative) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ถ้าตอบ มากที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน

ถ้าตอบ มาก ให้คะแนน 2 คะแนน

ถ้าตอบ ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน

ถ้าตอบ น้อย ให้คะแนน 4 คะแนน

ถ้าตอบ น้อยที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้ว แบ่งระดับเพื่อวัดระดับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี เป็น 3 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการคำนวณหาความกว้างของช่วงคะแนน สำหรับการตีความระดับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับคะแนน}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

เกณฑ์การวัดระดับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 3.67-5.00 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในระดับสูง

คะแนนเฉลี่ย 2.34-3.66 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.33 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในระดับต่ำ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกเก็บรวบรวมไว้เพื่อใช้ในการดำเนินการศึกษา สามารถแบ่งข้อมูลออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Pretest) และทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมแล้ว จึงนำแบบสอบถามฉบับจริงจำนวน 400 ชุด ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง กระจายแบบสอบถามไปตามเกษตรกร ผู้รวบรวม

แบบสอบถามจะเก็บข้อมูล โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามลำพัง และคอยอธิบายหรือตอบคำถาม
เมื่อมีข้อสงสัย และรอเก็บแบบสอบถามทันทีภายหลังการตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เกี่ยวกับลักษณะเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี โดยเก็บรวบรวมจากเอกสาร แผ่นพับ เว็บไซต์ ของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี และข้อมูลอื่น ๆ จาก ห้องสมุด หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง และคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์โดยใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบ t-test (Independent Sample) และ F-test (One-way ANOVA) ทดสอบความต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และความสัมพันธ์ (Correlation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี คณะผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 3 คุณสมบัตินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

	ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	247	61.75
	หญิง	153	38.25
อายุ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 30 ปี	38	9.50
	31- 40 ปี	138	34.50
	41- 50 ปี	101	25.25
	51- 60 ปี	79	19.75
	61 ปีขึ้นไป	44	11.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	273	68.25
	ปริญญาตรี	104	26.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

	ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	200	50.00
	30,001 – 60,000 บาท	68	17.00
	60,001 – 90,000 บาท	56	14.00
	90,001 – 110,000 บาท	53	13.25
	110,001 – 130,000 บาท	23	5.75
ประสบการณ์	น้อยกว่า 5 ปี	76	19.00
	5-10 ปี	235	58.75
	15-20 ปี	44	11.00
	มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	45	11.25

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชายจำนวนร้อยละ 61.75 (247 คน) ส่วนมากที่สุดอายุ 31-40 ปี จำนวนร้อยละ 34.50 (138 คน) รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวนร้อยละ 25.25 (101 คน) น้อยที่สุดอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 30 ปี จำนวนร้อยละ 9.50 (38 คน) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวนร้อยละ 68.25 (273คน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวนร้อยละ 50.00 (200 คน) รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 60,000 บาท จำนวนร้อยละ 17.00 (68 คน) น้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001-130,000 บาท จำนวนร้อยละ 5.75 (23 คน) ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี จำนวน ร้อยละ 58.75 (235 คน)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
ด้านการให้ความมั่นใจ	4.35	0.53	สูง	1
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	4.29	0.50	สูง	2
ด้านการให้ความใส่ใจ	4.22	0.54	สูง	3
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.21	0.52	สูง	4
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.85	0.69	สูง	5
ภาพรวม	4.17	0.47	สูง	

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พบว่าด้านการให้ความมั่นใจมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.29) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 5 ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีระบบและมาตรฐานการทำงาน	4.27	0.57	สูง	1
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร	4.26	0.60	สูง	2
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	4.17	0.61	สูง	3
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำตามข้อสัญญาที่ตกลงไว้กับเกษตรกร	4.15	0.64	สูง	4
ภาพรวม	4.21	0.52	สูง	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านความน่าเชื่อถือในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีระบบและมาตรฐานการทำงานมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.26) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำตามข้อสัญญาที่ตกลงไว้กับเกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานบริการให้ความสะดวกในการใช้บริการ	4.25	0.56	สูง	1
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการที่รวดเร็วแก่เกษตรกร	4.23	0.61	สูง	2
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ตรงตามความต้องการของเกษตรกร ในทุก ๆ ด้าน เช่น จัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ปาล์มน้ำมัน	4.04	0.78	สูง	3
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีบริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรพาไปดูงานยังต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย	2.91	1.50	ปานกลาง	4
ภาพรวม	3.85	0.69	สูง	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานบริการให้ความสะดวกในการใช้บริการมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการที่รวดเร็วแก่เกษตรกร มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.23) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีบริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรพาไปดูงานยังต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซียมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจ

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการกับผู้รับซื้อ เช่น ฐานะทางการเงินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันดี	4.46	0.62	สูง	1
พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความสุภาพอย่างสม่ำเสมอ	4.32	0.61	สูง	2
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานที่สามารถอธิบายข้อสงสัยและแก้ไขปัญหาของเกษตรกรได้ เช่น การบำรุงดูแลรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมัน	4.26	0.74	สูง	3
ภาพรวม	4.35	0.53	สูง	

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการกับผู้รับซื้อ เช่น ฐานะทางการเงินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันดีมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความสุภาพอย่างสม่ำเสมอมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.32) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 3 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานที่สามารถอธิบายข้อสงสัยและแก้ไขปัญหาของเกษตรกรได้ เช่น การบำรุงดูแลรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับ
ซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านการให้ความใส่ใจ

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า เช่น ให้ข้อมูล ข่าวสารอยู่เป็นประจำ เรื่องราคา การดูแลบำรุงรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมัน	4.23	0.59	สูง	1
พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เช่น สอบถามปัญหาของปาล์มน้ำมัน ถามสารทุกข์สุก	4.21	0.66	สูง	2
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียน และตระหนักต่อปัญหาดังกล่าว	4.20	0.61	สูง	3
ภาพรวม	4.22	0.54	สูง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านการให้ความใส่ใจในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า เช่น ให้ข้อมูล ข่าวสารอยู่เป็นประจำ เรื่องราคา การดูแลบำรุงรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เช่น สอบถามปัญหาของปาล์มน้ำมันถามสารทุกข์สุกมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.21) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 3 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียน และตระหนักต่อปัญหาดังกล่าวมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถใช้งานได้ง่าย เช่น มีน้ำ ขนบ บริการพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันแต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพ	4.36	0.58	สูง	1
เวลาทำการของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเป็นเวลาที่เหมาะสม	4.31	0.57	สูง	3
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ในเครื่องจักรช่วยในการลงปาล์มน้ำมัน	4.12	0.70	สูง	4
ภาพรวม	4.29	0.50	สูง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถใช้งานได้ง่าย เช่น มีน้ำ ขนบ บริการมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันแต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ในเครื่องจักรช่วยในการลงปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตอนที่ 3 คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวม

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			
	Mean	SD.	ระดับ	ลำดับ
ฐานะทางการเงินของบริษัท	4.44	0.60	สูง	1
พื้นที่ลานเทปาล์มน้ำมัน	4.35	0.60	สูง	2
สวัสดิการต่าง ๆ เช่น ค่าสวัสดิการในการส่งปาล์มน้ำมัน	4.31	0.62	สูง	3
อัยาศัยของพนักงาน	4.30	0.58	สูง	4
มีการบริการที่หลากหลาย เช่น เครื่องดื่ม ขนม	4.29	0.62	สูง	5
ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัท	4.24	0.54	สูง	6
อัตรากำลังการผลิตต่อวัน	4.22	0.62	สูง	7
การบริหารงานของผู้บริหาร	4.18	0.58	สูง	8
จำนวนพนักงานของบริษัท	4.14	0.68	สูง	9
มาตรฐานที่ได้รับการรองรับ	4.13	0.72	สูง	10
ปริมาณต้นกล้าพันธุ์ปาล์มน้ำมัน	4.09	0.69	สูง	11
จำนวนจุดรับซื้อปาล์มน้ำมัน	4.08	0.66	สูง	12
รับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ(เกษตรกร)	4.08	0.73	สูง	13
ความเชี่ยวชาญทางด้านความรู้	4.07	0.76	สูง	14
ราคาในการรับซื้อปาล์มน้ำมัน	4.04	0.70	สูง	15
กฎ ระเบียบต่าง ๆ ของบริษัท	3.96	0.81	สูง	16
เอกสารความรู้เกี่ยวกับปาล์มน้ำมัน	3.81	0.87	สูง	17
รวม	4.16	0.48	สูง	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี พบว่าด้านฐานะการเงินของบริษัทมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาในด้านพื้นที่ลานเทปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นใน

ระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 17 ในด้านเอกสารความรู้เกี่ยวกับปาล์ม น้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.81)

สมมติฐานการศึกษา

ตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	ชาย (n=247)		หญิง (n=153)		df	t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี	4.14	0.45	4.23	0.51	291.311	-1.898	0.059

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่าเพศที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	แหล่งความแปรผัน	df	SS	MS	F	p
คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี	ระหว่างกลุ่ม	4	2.009	0.502	2.272	0.061
	ภายในกลุ่ม	395	87.321	0.221		
	รวม	399	89.330			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าอายุที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	แหล่งความแปรผัน	df	SS	MS	F	p
คุณภาพการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.717	0.858	3.889	0.021**
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันราย	ภายในกลุ่ม	397	87.613	0.221		
ใหญ่ใน จ.ชลบุรี	รวม	399	89.330			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.12 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	n	\bar{X}	ต่ำกว่า	ปริญญาดรี	สูงกว่า
			4.13	4.23	4.37
ต่ำกว่าปริญญาดรี	273	4.13	-	-0.10	-0.24*
ปริญญาดรี	104	4.23		-	-0.14
สูงกว่าปริญญาดรี	23	4.37			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาดรีมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่าผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาดรี และผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีระดับการศึกษานอกเหนือไปจากที่กล่าวแล้วมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม
น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	แหล่งความแปรผัน	df	SS	MS	F	p
คุณภาพการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.649	2.662	13.366	0.000**
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันราย	ภายในกลุ่ม	395	78.680	0.199		
ใหญ่ใน จ.ชลบุรี	รวม	399	89.330			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างของระดับ
ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ
ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	\bar{X}	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ	30,001- 30,000 บาท	60,001- 60,000 บาท	90,001- 90,000 บาท	110,001- 110,000 บาท	130,000 บาท
				4.03	4.15	4.40	4.38	4.41
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	200	4.03	-	-0.11	-0.37*	-0.35*	-0.38*	
30,001-60,000 บาท	68	4.15		-	-0.26*	-0.24*	-0.26*	
60,001-90,000 บาท	56	4.40			-	0.02	0.00	
90,001-110,000 บาท	53	4.38				-	-0.02	
110,001-130,000 บาท	23	4.41					-	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการฯ ต่ำ
กว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-90,000 บาท
90,001-110,000 บาทและ 110,001-130,000 บาท ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาทมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการฯ ต่ำกว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-90,000 บาท 90,001-110,000 บาทและ 110,001-130,000 บาทและผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนอกเหนือไปจากที่กล่าวแล้วมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการฯ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำแนกตามประสบการณ์

ปัจจัย	แหล่งความแปรผัน	df	SS	MS	F	p
คุณภาพการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.581	0.527	2.379	0.069
ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี	ภายในกลุ่ม	396	87.748	0.222		
	รวม	399	89.330			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่าประสบการณ์(การทำงาน)ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมุติฐานการศึกษา

การทดสอบเพื่อวัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้วิธีการทางสถิติด้วยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient (r) หรือ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

เกณฑ์การพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ไพศาล หวังพานิช, 2526, น. 168-169) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
ต่ำกว่า 0.20	ต่ำ
0.20 – 0.39	ค่อนข้างต่ำ
0.40 – 0.59	ปานกลาง
0.60 – 0.79	ค่อนข้างสูง
0.80 ขึ้นไป	สูง หรือสูงมาก

นอกจากนี้ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ใกล้เคียง 1 หรือ -1 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูง และถ้าค่า $r = 1$ หรือ -1 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันแบบสมบูรณ์

ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ
Pearson Correlation	0.864
Sig. (2-tailed)	0.000**
ระดับความสัมพันธ์	สูง

หมายเหตุ**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.864$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวมเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจะเพิ่มสูงขึ้นตามกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
การบริหารงานของผู้บริหาร	Pearson Correlation	0.619
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	สูง
ภาพลักษณ์, ชื่อเสียงของบริษัท	Pearson Correlation	0.547
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน (ต่อ)

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
ฐานะทางการเงินของบริษัท	Pearson Correlation	0.468
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
จำนวนพนักงานของบริษัท	Pearson Correlation	0.556
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
กฎระเบียบต่างๆของบริษัท	Pearson Correlation	0.547
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
อัตรากำลังการผลิตต่อวัน	Pearson Correlation	0.666
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	สูง
มาตรฐานที่ได้รับการรองรับ	Pearson Correlation	0.542
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ภาพรวม	Pearson Correlation	0.726
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.17 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.726$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
ความเชี่ยวชาญทางด้านความรู้	Pearson Correlation	0.609
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	สูง
เอกสารความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปาล์ม	Pearson Correlation	0.652
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	สูง
ภาพรวม	Pearson Correlation	0.706
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	สูง

จากตารางที่ 4.18 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.706$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำมน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำมน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
อัตราค้ำของพนักงาน	Pearson Correlation	0.548
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ราคาในการรับซื้อปล้ำมน้ำมัน	Pearson Correlation	0.311
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ
จำนวนจุดรับซื้อปล้ำมน้ำมัน	Pearson Correlation	0.440
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ปริมาณต้นกล้าพันธุ์ปล้ำมน้ำมัน	Pearson Correlation	0.509
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ภาพรวม	Pearson Correlation	0.566
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำมน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.566$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำมน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้า

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
พื้นที่ลานเทปล้ำน้ำมัน	Pearson Correlation	0.519
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
รับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ (เกษตรกร)	Pearson Correlation	0.472
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ภาพรวม	Pearson Correlation	0.580
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.580$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปล้ำน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้

คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน	คุณภาพการให้บริการ	
สวัสดิการต่าง ๆ เช่น ค่าสวัสดิการส่งปาล์มน้ำมัน	Pearson Correlation	0.584
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
มีการบริการที่หลากหลาย เช่น เครื่องดื่ม ขนม	Pearson Correlation	0.586
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง
ภาพรวม	Pearson Correlation	0.674
	Sig. (2-tailed)	0.000**
	ระดับความสัมพันธ์	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.21 พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.674$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะ

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
1	ราคาปาล์มปรับตัวช้าไม่ทันภาคใต้	5
2	พนักงานควรพูดจาสุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส	3
3	อยากให้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรได้มีโอกาสไปศึกษาดูงาน เช่น ประเทศมาเลเซีย	2
4	ควรมีการบริการแบบครบวงจร การบำรุงรักษาสวนปาล์ม	2

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะ (ต่อ)

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
5	บริษัทควรเพิ่มค่าแรง	2
6	ทางบริษัทน่าจะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจแปลงแนะนำในการบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน และมีทุนหมุนเวียน ในด้าน เงิน ปุ๋ย อุปกรณ์	1

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะด้วยจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับแรก (5 คน) ว่า ราคาปาล์มปรับตัวช้าไม่ทันภาคใต้ รองลงมาเป็นข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 2 (3 คน) ว่า พนักงานควรพูดจาสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส ต่อจากนี้เป็นข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 3 (2 คน) ว่า อยากให้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานเช่น ประเทศมาเลเซีย ควรมีการบริการแบบครบวงจร การบำรุงรักษาสวนปาล์ม และบริษัทควรเพิ่มค่าแรง และข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะเป็นลำดับ 4 และเป็นลำดับสุดท้าย (1 คน) ว่า ทางบริษัทน่าจะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจแปลงแนะนำในการบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน และมีทุนหมุนเวียน ในด้าน เงิน ปุ๋ย อุปกรณ์



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ในจังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี
3. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี
4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน

รายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

สมมุติฐานการวิจัย มีดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ

สมมุติฐานที่ 2 คุณสมบัติผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ
ขอบเขตของการวิจัยมีดังนี้

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ในการศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี มีดังนี้ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า การให้ความใส่ใจต่อลูกค้า สิ่งที่สามารถจับต้องได้

2. ขอบเขตทางด้านพื้นที่

พื้นที่เกษตรกรที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้ง ใน จ.ชลบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี ซึ่ง จะทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเฉพาะผู้ที่ทำการปลูกปาล์มน้ำมันใน จ.ชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ศึกษาได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในจังหวัดชลบุรีใน จ.ชลบุรี โดยใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ดังนั้น จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร โดยคำนวณจากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งคำนวณได้ 385 ตัวอย่าง สำรองเพื่อความคลาดเคลื่อน 15 ตัวอย่าง

4. ขอบเขตทางด้านเวลา

การศึกษาอยู่ในช่วงเวลาระหว่างเดือนกรกฎาคม 2556 ถึงเดือน มกราคม 2557 โดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

วิธีการดำเนินงานวิจัยมีดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ซึ่งจะทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ศึกษาได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีส่วนประกอบที่สามารถแบ่งได้ 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดคือ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้ตอบได้อย่างอิสระ หรือแสดงความคิดเห็น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกเก็บรวบรวมไว้เพื่อใช้ในการดำเนินการศึกษา สามารถแบ่งข้อมูลออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Pretest) และทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมแล้ว จึงนำแบบสอบถามฉบับจริงจำนวน 400 ชุด ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง กระจายแบบสอบถามไปตามเกษตรกร ผู้รวบรวมแบบสอบถามจะเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามลำพัง และคอยอธิบายหรือตอบคำถามเมื่อมีข้อสงสัย และรอเก็บแบบสอบถามทันทีภายหลังการตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เกี่ยวกับลักษณะเกษตรกรผู้มาใช้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี โดยเก็บรวบรวมจากเอกสาร แผ่นพับ เว็บไซต์ ของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี และ ข้อมูลอื่น ๆ จาก ห้องสมุด หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างและคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

2) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบ t-test (Independent Sample) และ F-test (One-way ANOVA) ทดสอบความต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD และความสัมพันธ์ (Correlation)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี ส่วนมากที่สุดอายุ 31-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

1. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านการให้ความมั่นใจมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.29) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 5 ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านความน่าเชื่อถือในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีระบบและมาตรฐานการทำงานมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.26) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำตามข้อสัญญาที่ตกลงไว้กับเกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.15)

3. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานบริการให้ความสะดวกในการใช้บริการมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการที่รวดเร็วแก่เกษตรกรมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.23) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีบริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรพาไปดูงานยังต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซียมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91)

4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านการให้ความมั่นใจในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการพบว่าด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการกับผู้รับซื้อ เช่น ฐานะทางการเงินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความสุภาพอย่างสม่ำเสมอมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.32) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 3 ในด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานที่สามารถอธิบายข้อสงสัยและแก้ไขปัญหาของเกษตรกรได้ เช่น การบำรุงดูแลรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

5. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านการให้ความใส่ใจในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

พบว่าด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า เช่น ให้ข้อมูล ข่าวสาร อยู่เป็นประจำ เรื่องราคา การดูแลบำรุงรักษาพันธุ์ปาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์ม น้ำมันมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เช่น สอบถามปัญหาของปาล์มน้ำมัน ถามสารระ ทุกข์สุขมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.21) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 3 ใน ด้านผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียน และตระหนักต่อปัญหาดังกล่าว มีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.20)

6. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพการ ให้บริการพบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถใช้งานได้ง่าย เช่น มีน้ำ ขนมน บริการมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาในด้านพนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันแต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพมีระดับ ความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 4 ในด้านผู้รับซื้อ ปาล์มน้ำมันมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ในเครื่องจักรช่วยในการลงปาล์ม น้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตอนที่ 3 คุณสมบัตินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัตินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันราย ใหญ่ใน จ.ชลบุรี ในภาพรวมในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48) และเมื่อ พิจารณาในปัจจัยแต่ละด้านที่เกี่ยวกับคุณสมบัตินของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีพบว่า ด้านฐานะการเงินของบริษัทมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสูงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาในด้านพื้นที่ลานเทพาล์มน้ำมันมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงเป็นลำดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลำดับสุดท้ายเป็นลำดับที่ 17 ในด้านเอกสารความรู้เกี่ยวกับปาล์มน้ำมันมีระดับความ คิดเห็นในระดับสูง(ค่าเฉลี่ย 3.81)

สมมุติฐานการศึกษา

1. พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการ ให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. พบว่าอายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการ ให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. พบว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีระดับการศึกษานอกเหนือไปจากที่กล่าวแล้วมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

5. พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. พบว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-90,000 บาท 90,001-110,000 บาท และ 110,001-130,000 บาท ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาทมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่าผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-90,000 บาท 90,001-110,000 บาทและ 110,001-130,000 บาทและผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนอกเหนือไปจากที่กล่าวแล้วมีระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

7. พบว่าประสบการณ์(การทำงาน)ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.864$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวมเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจะเพิ่มสูงตามกัน

9. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.726$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมัน

เพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

10. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.706$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

11. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.566$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับปานกลาง

12. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้าในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.580$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านการให้ความใส่ใจต่อลูกค้าในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับปานกลาง

13. พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.674$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ในภาพรวมจะเพิ่มตามในระดับค่อนข้างสูง

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะด้วยจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับแรก (5 คน) ว่า ราคาปาล์มปรับตัวช้าไม่ทันภาคใต้ รองลงมาเป็นข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 2 (3 คน) ว่า พนักงานควรพูดจาสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส ต่อจากนี้เป็นข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 3 (2 คน) ว่า อยากให้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานเช่น ประเทศมาเลเซีย ควรมีการบริการแบบครบวงจร การบำรุงรักษาสวนปาล์ม และบริษัทควรเพิ่มค่าแรง และข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะเป็นลำดับ 4 และเป็นลำดับ

สุดท้าย (1 คน) ว่า ทางบริษัทน่าจะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจแปลงแนะนำในการบริหารจัดการสวนปาล์ม น้ำมัน และมีทุนหมุนเวียน ในด้าน เงิน บัญชี อุปกรณ์

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 จากผลการศึกษาที่พบว่าความแตกต่างของเพศ อายุ และประสบการณ์(ทำงาน) ไม่ส่งผลต่อความแตกต่างของระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ (2548) ที่ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการคืออายุ สถานภาพการสมรส และอาชีพ โดยผลการวิจัยทั้งสองชิ้นไม่สอดคล้องกัน

5.2.2 จากผลการศึกษาที่พบว่า คุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการให้ความใส่ใจและด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ในความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับสูงซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ จิตลดา เทวีทิวารักษ์ (บทคัดย่อ, 2549) ได้วิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่าเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการของสายการบินเอเชียน่าและเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัยและการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยทั้งสองชิ้นมีส่วนที่สอดคล้องกันในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง (ความต้องการของ) ลูกค้า การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ ซึ่งต่างอยู่ในระดับสูง

5.2.3 จากผลการศึกษาที่พบว่าคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.864$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมื่อคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันในภาพรวมเพิ่มขึ้น ระดับคุณภาพการให้บริการจะเพิ่มสูงตามกัน ย่อมเป็นจริงเพราะถ้าผู้รับซื้อน้ำมันปาล์มมีคุณสมบัติที่ดีเป็นต้นว่ามีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น ด้านการเงิน ฯลฯ ย่อมทำให้คุณภาพการให้บริการดีไปด้วยเป็นต้นว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 จากผลการศึกษาที่พบว่าในเรื่องคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี นั้น ด้านฐานะการเงินของบริษัทนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นสูงเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องรักษาฐานะการเงินของบริษัทให้มั่นคงเพราะส่งผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการของผู้รับซื้อน้ำมันในสายตาของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.3.2 จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะด้วยจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับแรก (5 คน) ว่าราคาปาล์มปรับตัวช้าไม่ทันภาคใต้ รองลงมาเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 2 (3 คน) ว่า พนักงานควรพูดจาสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส ต่อจากนี้เป็นข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะมากเป็นลำดับ 3 (2 คน) ว่า อยากให้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานเช่น ประเทศมาเลเซีย ควรมีการบริการแบบครบวงจร การบำรุงรักษาสวนปาล์ม และบริษัทควรเพิ่มค่าแรง และข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะเป็นลำดับ 4 และเป็นลำดับสุดท้าย (1 คน) ว่า ทางบริษัทน่าจะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจแปลงแนะนำในการบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน และมีทุนหมุนเวียน ในด้าน เงิน ภาษี อุปกรณ์

ดังนั้น ข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการควรนำไปพิจารณาปรับปรุงการดำเนินงานให้กิจการก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 เมื่อพิจารณาคำตอบจากข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าคำตอบที่น่าสนใจและจะเป็นประโยชน์ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้รับซื้อน้ำมันปาล์มรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี แต่เนื่องจากมีจำนวนผู้ตอบค่อนข้างน้อย จึงน่าที่จะมีการวิจัยเชิงคุณภาพหรือการวิจัยเชิงปริมาณที่กำหนดจำนวนผู้ตอบให้มากพอสมควร เพื่อจะได้คำตอบที่น่าเชื่อถือได้ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

5.4.2 ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันกับคุณภาพการให้บริการพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.864$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางเดียวกันนั้นน่าจะมีการศึกษาว่าตัวแปรอิสระที่เป็นคุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันที่เป็นตัวแปรย่อยใดมีอิทธิพลมากน้อยต่อคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวแปรตาม ซึ่งคำตอบที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ของ จ.ชลบุรี ต่อไป

บรรณานุกรม

- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ทรงช่าง.
- จิตรลดา เทวีทิวารักษ์. (2549). **คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียना**. (ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์).
- จุฑารัตน์ ปราชญ์ไทกร. (2548). **ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสินค้าส่วน
บุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ไพศาล หวังพานิช. (2526). **การวัดผลการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ภรรคพล อุดระทอง. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ
บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร**. (ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2554). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรลักษณ์ พลสมม และปณณัฐศยศกัน โท. (2551). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์**.
พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น).
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : บริษัท แบรินด์เอง จำกัด.
- เอกชัย พฤกษ์อำไพ. (2548). **คู่มือปาล์มน้ำมัน**. กรุงเทพฯ : เฟ้ท-แพล้น พับลิชชิ่ง.
- พินคำ โรหิตเสถียร สืบค้นจาก <http://blog.lib.kmitl.ac.th>
- อาศยา โชติพานิชย์ สืบค้นจาก <http://phichit.dlt.go.th/mumng/m4.pdf>
- พรรณี ชูดีวัฒนาดา สืบค้นจาก <http://sabaisabai.20m.com2sabai-goodservice.html>
- ข้อมูลจังหวัดชลบุรี สืบค้นจาก <http://www.chonburi.go.th>
- ไพรพนา ศรีเสน สืบค้นจาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th>

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่อยู่หน้าข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวของแต่ละข้อ

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. อายุ

[] 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี

[] 2. 31 – 40 ปี

[] 3. 41 – 50 ปี

[] 4. 51 – 60 ปี

[] 5. 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับของการศึกษา

[] 1. ต่ำกว่าป.ตรี

[] 2. ป.ตรี

[] 3. สูงกว่าป.ตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

[] 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท

[] 2. 30,001 – 60,000 บาท

[] 3. 60,001 – 90,000 บาท

[] 4. 90,001 – 110,000 บาท

[] 5. 110,001 – 130,000

[] 5. 130,001 บาทขึ้นไป

5. ประสบการณ์

[] 1. น้อยกว่า 5 ปี

[] 2. 5 – 10 ปี

[] 3. 15 – 20 ปี

[] 4. มากกว่า 20 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี
 คำชี้แจง โปรดขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวของแต่ละข้อ

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร					
2. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีระบบและมาตรฐานการทำงาน					
3. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำตามข้อสัญญาที่ตกลงไว้กับเกษตรกร					
4. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ					
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
5. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีบริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรพาไปดูงานยังต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย					
6. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานบริการให้ความสะดวกในการใช้บริการ					
7. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการที่รวดเร็วแก่เกษตรกร					
8. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ตรงตามความต้องการของเกษตรกร ในทุกๆ ด้าน เช่น จัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ปาล์มน้ำมัน					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการให้ความมั่นใจ					
9. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีพนักงานที่สามารถอธิบายข้อสงสัยและแก้ไขปัญหาของเกษตรกรได้ เช่น การบำรุงดูแลรักษา พันธุ์ปาล์ม					
10. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการกับผู้รับซื้อ เช่น ฐานะทางการเงินของผู้รับซื้อปาล์มดี					
11. พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความสุภาพอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านการให้ความใส่ใจ					
12. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียน และตระหนักต่อปัญหาดังกล่าว					
13. พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า เช่น ให้ข้อมูล ข่าวสาร อยู่เป็นประจำ เรื่องราคา การดูแลบำรุงรักษาพันธุ์ปาล์ม น้ำมัน					
14. พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เช่น สอบถามปัญหาของปาล์มน้ำมัน ถามสารทุกข์สุข					
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้					
15. ผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ในเครื่องจักรช่วยในการลงปาล์มน้ำมัน					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
16. พนักงานของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันแต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพ					
17. เวลาทำการของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันเป็นเวลาที่เหมาะสม					
18. สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันสามารถใช้งานได้ง่าย เช่น มีน้ำ ขนม บริการ					

ตอนที่ 3 คุณสมบัติของผู้รับซื้อปาล์มน้ำมันรายใหญ่ใน จ.ชลบุรี

คำชี้แจง โปรดขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวของแต่ละข้อ

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การบริหารงานของผู้บริหาร					
2. ภาพลักษณ์ , ชื่อเสียงของบริษัท					
3. ฐานะทางการเงินของบริษัท					
4. สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่าสวัสดิการในการส่งปาล์มน้ำมัน					
5. จำนวนพนักงานของบริษัท					
6. กฎ ระเบียบต่างๆ ของบริษัท					
7. อธิยาศัยของพนักงาน					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. พื้นที่ลานเทปาล์มน้ำมัน					
9. อัตรากำลังการผลิตต่อวัน					
10. มีบริการที่หลากหลาย เช่น เครื่องดื่ม ,ขนม					
11. ความเชี่ยวชาญทางด้านความรู้					
12. มาตรฐานที่ได้รับการรองรับ					
13. ราคาในการรับซื้อปาล์มน้ำมัน					
14. จำนวนจุดรับซื้อปาล์มน้ำมัน					
15. ปริมาณต้นกล้าพันธุ์ปาล์มน้ำมัน					
16. เอกสารความรู้เกี่ยวกับปาล์มน้ำมัน					
17. รับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ(เกษตรกร)					

ตอนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ประวัติผู้เขียน	นายจรวิตร สุขวัฒนานุกิจ
วัน เดือน ปีเกิด	18 ตุลาคม 2531
ที่อยู่	100/2 หมู่ 3 ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี 20170
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม สาขาเครื่องจักรกล เกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
เบอร์โทรศัพท์	086-8471919
อีเมล	jaruwat18@hotmail.com

