

**ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือ  
การเกษตร ในเขตพื้นที่ อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร**

**AFFECTING FACTORS TOWARDS SATISFACTION OF AGRICULTURAL  
TOOLS SHOP IN AMPHUR KLONGKLUNG, KAMPHAENGPHEP PROVINCE**

เฉลิมพล สหอารักขา

Chalermopol Saha-A-rakha

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรและ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในกลุ่มเกษตรกรในการเลือกใช้บริการสินค้าทางการเกษตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรที่ใช้บริการร้านค้าที่จำหน่าย และให้บริการสินค้าทางการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุงจำนวน 391 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพปลูกข้าว มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 101 ไร่ขึ้นไป มีรายได้ต่อปี 250,000-500,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 - 8 คน

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ พบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากในด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาด้านสถานที่ตั้ง และ ด้านราคาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และพบว่า ในด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

**คำสำคัญ:** ร้านเครื่องมือการเกษตร, บริการ

## Abstract

The purpose of this study was to 1) study personal character of farmers on service of agricultural tools shop and, 2) study satisfaction of consumers for service of agricultural tools shop. The sample in this study was 391 farmers who are living and shopping from the shop in the areas Klongklung.

The finding had been showed that the majority of customers were male with age between 36-45 years old, the level of education lower than bachelor degree, most of them were the paddy farmers and have the paddyfield more than 101 rai (unit of area equal to 1,600 square meters), the annual income of 250,000 – 500,000 Baht, and 4- 8 members in his (her) household.

The overall level of satisfaction was in the high level. When classified by each section, had found the high satisfaction of products (mean = 4.08), physical evidence (mean= 3.83) and price of products(mean = 3.83), but the promotion was the lowest satisfaction(mean = 3.52)

**Key words:** agricultural tools shop, service

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ 1 มกราคม 2551 แสดงให้เห็นว่า จำนวนประชากรรวมทั้งหมด ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน ประมาณ 63,038,000 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 ที่มีอยู่ 62,800,000 คน และในขณะที่ปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนประชากรอยู่ที่ 61,662,000 คน จึงทำให้เราได้มองเห็นถึงการอุปโภคบริโภค สินค้าและบริการในด้านต่างๆ โดยสินค้าที่มีความสำคัญที่สุดส่วนหนึ่ง คือ ปัจจัย 4 ซึ่งถ้าไม่มีระบบการจัดการที่ดีอาจเกิดปัญหาสุขภาพความ ขาดแคลนในอนาคตได้ และหนึ่งในนั้น คือสินค้า สำหรับการอุปโภคบริโภค คือสินค้าเกษตร

ในขณะที่ประเทศไทยมีพื้นที่เพื่อการเกษตรประมาณ 132 ล้านไร่ หรือร้อยละ 41 ของพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่เพื่อการเกษตรมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากการขยายตัวของเมือง ที่อยู่อาศัย ภาคอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม จนได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตอาหารของโลก ประชากรมากกว่าร้อยละ 60 ของประเทศ ดำรงชีพโดยอาศัย ภาคการเกษตรเป็นหลัก จากเนื้อที่ของประเทศ 320,696,888 ไร่ จัดเป็นเนื้อที่ถือครองเพื่อการเกษตร 132,478,570 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 41 ของเนื้อที่ทั้งหมด ซึ่งนับเป็นสัดส่วนสูงสุดของการใช้ที่ดินของประเทศไทย พื้นที่ 66,914,065 ไร่ของเนื้อที่ถือครองเพื่อการเกษตร

หรือคิดเป็นร้อยละ 51 เป็นที่นา รองลงมา ประมาณ 29,051,965 ไร่ หรือร้อยละ 22 ถูกใช้ไปเพื่อการผลิตพืชไร่

ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจำเป็นต้องเตรียมกลยุทธ์ในการวางแผนดำเนินการด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด จึงจำเป็นต้องพยายามหาแนวทางใหม่ๆ ในการแข่งขันเพื่อให้เกิดการได้เปรียบคู่แข่ง โดยคำนึงถึงศักยภาพของตลาด การเงิน การผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเป็นที่พอใจ และขึ้นชอบตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับคุณค่าของสินค้าหรือบริการในตลาด เพื่อสำรวจว่าใครให้ในสิ่งที่ดีที่สุด ธุรกิจต่างๆ ควรยึดเป็นแนวทางอย่างเคร่งครัดวารสารสำหรับผู้จัดจำหน่ายและผู้แทนจำหน่าย SKI “ผลิตในสิ่งที่เกษตรกรต้องการในราคาที่เหมาะสม มีการส่งมอบที่ตรงเวลา และมีบริการที่เป็นเลิศ”

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะผู้ประกอบการร้านค้าทางการเกษตรมีความเห็นว่า การทำการเกษตรมีหลายรูปแบบและวิธีการดำเนินงานก็แตกต่างกัน จึงมีความสนใจและต้องการจะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการบริหารจัดการการดำเนินการให้บริการแก่เกษตรกรที่มีความต้องการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการด้านต่างๆ ของ ร้านค้าที่มีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรในเขต อำเภอลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อตอบสนองความต้องการ

การของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุด โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดรูปแบบตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านราคา ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การบริการในส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การบริการก่อนการขาย (การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้า) การบริการในระหว่างการขาย (การใส่ถุงที่ปลอดภัย การคิดเงินที่รวดเร็ว การจัดสินค้าที่ถูกต้อง การแนะนำสินค้าที่ต้องใช้ร่วมกัน) การบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงให้ฟรี การรับประกันสินค้า การรับเปลี่ยนสินค้า) รวมถึงการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องว่ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการอย่างไร เพื่อให้การดำเนินการของธุรกิจสามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือเกษตร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในกลุ่มเกษตรกรในการเลือกใช้บริการสินค้าทางการเกษตร

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) และ 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวนหลังคาเรือน 17,542 หลังคาเรือน (ที่มา: สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2551)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรที่ใช้บริการร้านค้าที่จำหน่าย และให้บริการสินค้าทางการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุง จำนวน 391 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นสามส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตรโดยใช้คำถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบวัดของ Likert scale และส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงด้านบริการของร้านเครื่องมือการเกษตร เป็นคำถามแบบปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้านเนื้อหาสาระ (Content Analysis)

และใช้สถิติพรรณนานำเสนอข้อมูลที่รวบรวมในรูปแบบของตาราง ข้อมูลส่วนที่หนึ่งวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนที่สองวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วจัดอันดับตามค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของความพึงพอใจใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าส่วนมากเป็นเพศชายจำนวน 200 คน (ร้อยละ 51.2) อายุระหว่าง 36-45 ปีจำนวน 153 คน (ร้อยละ 39.1) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 374 คน (ร้อยละ 95.7) อาชีพปลูกข้าว จำนวน 295 คน (ร้อยละ 75.4) มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 21-50 ไร่จำนวน 182 คน (ร้อยละ 46.5) รายได้ต่อปี 250,000 – 500,000 บาท จำนวน 86 คน (ร้อยละ 22) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนระหว่าง 4-8 คนจำนวน 222 คน (ร้อยละ 56.8) และอาศัยอยู่ในตำบลคลองขลุง จำนวน 82 คน (ร้อยละ 21)

2. ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเกษตรกรที่มีต่อร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตร พบว่าส่วนมากที่สุดใช้บริการร้านเฉลิมผลการเกษตร และรองลงมาคือ ร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรอื่นๆ สำหรับด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องมือทางการเกษตรจากร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรสิ่งที่คำนึงถึง

พบว่า อันดับ 1 ร้านที่เคยใช้บริการเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.99 ระดับมาก) อันดับ 2 มีการให้บริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94 ระดับมาก) อันดับ 3 ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.89 ระดับมาก) อันดับ 4 ราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87 ระดับมาก) อันดับ 5 ร้านที่มีคนรู้จักแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.69 ระดับมาก) อันดับ 6 การตกแต่งร้านทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.60 ระดับมาก) และ อันดับ 7 ร้านค้ามีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.58 ระดับมาก) สำหรับเวลาที่เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร พบว่า อันดับ 1 ระหว่างเวลา 6.00-10.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.95 ระดับมาก) อันดับ 2 ระหว่างเวลา 10.01-14.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.63 ระดับมาก) และอันดับ 3 ระหว่างเวลา 14.00-16.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.27 ระดับปานกลาง)

3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร ให้ความสำคัญตามการจัดอันดับ ดังนี้ อันดับ 1 ด้านสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.77 ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08 ระดับมาก) อันดับ 3 ด้านราคาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จำหน่ายในร้านจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83 ระดับมาก) อันดับ 4 ด้านพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82 ระดับมาก) อันดับ 5 ด้านกระบวนการให้บริการของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.77 ระดับมาก) อันดับ 6 ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ตรวจซ่อมเครื่องมือทางการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.71 ระดับมาก) อันดับ

7 ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.52 ระดับมาก)

### อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร มีดังนี้

1. ความพึงพอใจโดยรวม ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด สาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่าผู้บริหารกิจการร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุง มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตสะดวกสามารถหาได้ง่าย มีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจนสอดคล้องกับความคิดเห็นของพุทธชาด (2540:15-16) ที่กล่าวว่า งานสำคัญของธุรกิจคือ ให้บริการความแตกต่างจากคู่แข่ง คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของสมวงศ์ (2546:81-91) ได้กล่าวถึงส่วนผสมการตลาดของธุรกิจบริการว่า ประกอบไปด้วย 7 ส่วนด้วยกัน คือ 1.สินค้าหรือบริการ 2.ราคา 3.สถานที่จำหน่าย 4.การส่งเสริมการตลาด 5.คน 6.เหตุการณ์ทางกายภาพ 7.การนำเสนอ

2. ความพึงพอใจรายด้าน เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการ

ของร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชรเป็นรายด้านพบว่า

ด้านสถานที่ตั้ง โดยภาพรวมและองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในสถานที่ตั้งมาก สาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่า สถานที่ตั้งอยู่ในเขตที่สะดวกสามารถหาได้ง่าย การตกแต่งสถานที่สวยงามเป็นสัดส่วน มีความสะอาดภายในร้าน ความกว้างของสถานที่ไม่คับแคบ มีป้ายแสดงราคาให้เห็นได้ชัดเจน มีชั้นวางสินค้าเกษตรที่เป็นระบบและเป็นระเบียบ มีที่จอดรถสะดวกสบาย ซึ่งเกิดจากผู้บริหารมีการศึกษาถึงความเหมาะสมของสถานที่ตั้งของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรจากพฤติกรรมของเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2545:6) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภค การได้รับมาซึ่งเป็นกิจกรรมที่นำไปสู่การซื้อหรือการยอมรับผลิตภัณฑ์ไว้บริโภค ซึ่งหมายถึง วิธีการที่ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ได้แก่วิธีใด ที่ไหน เมื่อไหร่ สำหรับการจัดสินค้าทิ้งไป คือผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้

ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร โดยภาพรวมและองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรมาก สาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่า มีผลิตภัณฑ์หลายประเภทจำหน่าย

ในร้านที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีตรา ยี่ห้อและคุณภาพที่ดีเหมาะสม และมีสินค้าใหม่ๆ จำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจาก ปัจจุบันตลาดเป็นของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร โดยภาพรวมและองค์ประกอบ เมื่อเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการมาก สาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่า มีการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว

ด้านราคาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จำหน่ายในร้าน โดยภาพรวม และองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านราคาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จำหน่ายในร้านมาก สาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่าราคาสินค้าและบริการแต่ละประเภทมีความเหมาะสมกับราคาตลาดทั่วไป เพราะว่าราคาผลิตภัณฑ์และบริการเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการตัดสินใจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมและองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดมาก โดยสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการลดราคาค่าบริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของมาส โลว์ โดยมีข้อสมมติขั้นพื้นฐาน ดังนี้ 1) มนุษย์มีความต้องการหลายประการ และเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด 2) ความต้องการ

จะมีความสำคัญแตกต่างกัน 3) บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน 4) เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการบ้างความต้องการของตนแล้วความจำเป็นสิ่งนั้นจะหมดไป และ 5) บุคคลจะเริ่มสนใจในความต้องการสำคัญอย่างอื่นต่อไป

ด้านพนักงานให้บริการในร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร โดยภาพรวมและองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านพนักงานให้บริการในร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรมาก โดยสาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่าการให้คำแนะนำในการใช้เครื่องมือทางการเกษตร มารยาทของพนักงานที่ให้บริการ อธิบายของพนักงานในร้าน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อความพึงพอใจและเกิดการใช้บริการซ้ำ

ด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ โดยภาพรวมและองค์ประกอบเป็นรายข้อพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ โดยสาเหตุน่าจะเป็นเพราะว่าร้านที่จำหน่ายเครื่องมือการเกษตรมีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ส่งผลทำให้ร้านจำหน่ายเครื่องมือการเกษตรสามารถให้บริการลูกค้าที่มีได้และรวดเร็ว

#### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรในเขตพื้นที่

อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร คือ เกษตรกรส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรที่เคยใช้บริการเป็นประจำ มีการให้บริการที่ดี อยู่ใกล้ที่พักอาศัย และมีราคาที่เหมาะสม ดังนั้นถ้าต้องการให้ลูกค้ามาใช้บริการเป็นประจำ ทางร้านควรจะให้บริการที่ดีให้กับกลุ่มเกษตรกร รวมถึงมีการคิดค่าสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสม

2. เรื่องด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายถือว่าเป็นสาเหตุสำคัญที่มีอิทธิพลต่อเกษตรกรในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร ดังนั้น ทางร้านควรมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทไว้จำหน่ายในร้าน

3. เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรส่วนมากมีอายุ 36-45 ปี โดยมีอาชีพส่วนใหญ่ปลูกข้าวและปลูกพืชไร่ และใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรในช่วยเวลา 6.00 - 10.00 น. ดังนั้นร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตร จึงควรที่จะปรับเปลี่ยนช่วงของการบริการให้สอดคล้องกับช่วงระยะเวลาของกลุ่มเกษตรกร และเพื่อเพิ่มความต้องการและความบ่อยครั้งของการใช้บริการ ทางร้านควรจัดการในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเวลาที่คนน้อย หรือ มีอุปสงค์ส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป เป็นต้น

4. ควรมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า รวมถึงควรมีการแนะนำในการใช้เครื่องมือทางการเกษตร โดยมีราคาสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับราคาตลาดทั่วไป

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ศึกษา ผู้วิจัยเฝ้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตอำเภอคลองขลุงเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจทำการศึกษารื่องร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรน่าจะศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของเกษตรกรในการให้บริการของร้านจำหน่ายเครื่องมือทางการเกษตรในเขตอำเภออื่น หรืออาจ เป็นการให้บริการซ่อมเครื่องมือทางการเกษตร เพื่อให้ทราบแนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการตรวจซ่อมเครื่องมือทางการเกษตร

#### บรรณานุกรม

- กิตติมา ปรีดีดีดก. (2544). **ทฤษฎีการบริหารองค์การ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชนะการพิมพ์.
- ชูศักดิ์ อุดมศรีและนราศรี ใววนิชกุล. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ** พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสานต์การพิมพ์.

ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2545). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธภัคศรา การินทร์ (2545). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเดอะริเจนท์อะปาร์ตเมนต์จังหวัดเพชรบุรี**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นปภา พิสิฐมุกดา. (2551). **การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด(ไทย)จำกัด(มหาชน)และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปริญญา สัตยธรรม. (2550). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา: บริษัทวายเอชเอสอินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด**. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รัตนา เพชรพรรณ. (2539). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อกิจกรรมบริการด้าน**



โยธาของสำนักงานเขต  
กรุงเทพมหานครศึกษาเปรียบเทียบ  
ระหว่างเขตชั้นใน ชั้นกลาง และ  
ชั้นนอก. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม,  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ลักษณะดี จิระมิตร. (2544). การศึกษาพฤติกรรม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ Orange.

สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2549). ทฤษฎีและ

ปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหาร

การตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงปี

2546 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร

สมพงษ์ เกษมสิน. (2526). การบริหาร.

กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.

สมพร ภู่วาง. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อการให้บริการของโซว์รูมโตโยต้า  
ขอนแก่นในจังหวัดขอนแก่น.  
วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการบริหาร  
ทั่วไป รัฐประศาสนศาสตร์  
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุภากรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค.  
กรุงเทพฯ: ไฮไลสตีกพับลิชชิง.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค.  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). ความพึงพอใจ  
ของลูกค้าในกรบริการของ  
ธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)  
สาขาเงินกทา และสาขามุกดาหาร.  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.