

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

The effected factors of reclaimed lumber purchase decision in Muang Nakhonsrithammarat.

รัชฎ์ลักษณ์ ดวงคงทอง

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท

2. การตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

3.1 เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Topic: The factors influence the decision to purchase an processed old wood in
Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province

Researcher name: Thanyaluck Duangkongtong

Year: 2018

Abstract

This research aims to study were the demographic characteristics and the relationship of demographic factors and the decision to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. Sampling group by using the formula of 400 Taro Yamane. Use questionnaires as a tool to collect data. Statistics used include mean, standard deviation and statistical analysis.

The research found that

1. Demographic factors found that most of the respondents were male, aged between 41-50 year, a bachelor's degree in a career in business and revenue per month, during 30,001-40,000 baht
2. Purchase an processed old wood, the overall level is very important, with an average of 3.95
3. The results of the hypothesis,
 - 3.1 Different sex affect to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province not significantly at the level of .05
 - 3.2 Different age affect to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province differing significantly at the level of .05
 - 3.3 Education level affect to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province not significantly at the level of .05
 - 3.4 Different occupations affect to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province differing significantly at the level of .05
 - 3.5 Different monthly income affect to purchase an processed old wood in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province differing significantly at the level of .05

บทนำ

ป่าไม้เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งมีชีวิต เนื่องจากป่าไม้มีประโยชน์เป็นแหล่งวัตถุดิบของปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค และมีประโยชน์ในการรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม ด้วยภูมิอากาศในประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในเขตร้อนทำให้มีป่าไม้มาก ไม่จึงเป็นวัสดุที่นำไปใช้ในการก่อสร้างและหาได้ง่าย มีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น งานโครงสร้าง งานตกแต่ง เครื่องเรือน ทำบานประตูหน้าต่าง แกะสลักต่างๆ ฯลฯ

แต่ในปัจจุบันมีการสำรวจพื้นที่ป่าไม้ในไทยโดยพื้นที่ป่าไม้ลดลงอย่างต่อเนื่อง จากการแปลภาพถ่ายดาวเทียมโดยกรมป่าไม้ ปี 2559 พบว่า ปัจจุบันมีพื้นที่ป่าไม้ ร้อยละ 31.58 ของพื้นที่ในประเทศไทย หรือเท่ากับ 102.17 ล้านไร่ คิดเป็น 163,479.69 ตารางกิโลเมตร ลดลงจากปี 2558 ร้อยละ 0.02 หรือประมาณ 65,500 ไร่ และจากสถิติพื้นที่ป่าไม้ประเทศไทยจากปี 2557-2559 ที่ผ่านมา พื้นที่ป่าลดลง ร้อยละ 0.02 ทุกปี เมื่อพิจารณาปริมาณป่าแยกเป็นรายภูมิภาคนั้น ภาคเหนือ มีพื้นที่ป่ามากที่สุด คือ ร้อยละ 64.37 รองลงมา คือ ภาคตะวันตก ร้อยละ 59.03, ภาคใต้ ร้อยละ 24, ภาคตะวันออก ร้อยละ 21.84, ภาคกลาง ร้อยละ 21.09 และภาคที่มีพื้นที่ป่าไม้เหลือน้อยที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 14.93 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการลดลงของพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด คือ ร้อยละ 36.38 รองลงมาคือ ภาคใต้ มีพื้นที่ป่าไม้ลดลง ร้อยละ 34.82 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 27.68, ภาคตะวันตก ร้อยละ 24.45 ภาคกลาง ร้อยละ 23.01 และภาคเหนือ ร้อยละ 9.1 พื้นที่ป่าไม้ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเริ่มคงที่อยู่ที่ร้อยละ 31 หากพิจารณาพื้นที่ป่าไม้ที่ลดลง กับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มของประชากรทำให้การใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้นในหลาย ๆ ด้าน เช่น การสร้างที่อยู่อาศัย การทำการเกษตร ทำให้เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ อุปทาน ของการใช้ไม้ทั้งอุตสาหกรรมผลิตกระดาษ เฟอร์นิเจอร์ และพลังงาน ฯลฯ (มูลนิธิสืบนาเคเศียร, 2561)

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ปริมาณพื้นที่ป่าไม้ในประเทศไทยลดลงมีหลายสาเหตุ แต่สาเหตุสำคัญ ๆ คือ การลักลอบตัดไม้ทำลายป่า ตัวการของปัญหานี้ คือ นายทุนพ่อค้าไม้ เจ้าของโรงเลื่อย เจ้าของโรงงานแปรรูปไม้ ผู้รับสัมปทานทำไม้ และชาวบ้านทั่วไป ซึ่งการตัดไม้เพื่อเอามาใช้ประโยชน์นั้นมีทั้งวิธีที่ถูกและผิดกฎหมาย ปริมาณป่าไม้ที่ถูกทำลายนั้นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามอัตราเพิ่มของจำนวนประชากร เช่น ไม้ในการปลูกสร้างบ้านเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตรกรรม เครื่องเรือน และถ่านในการหุงต้ม เป็นต้น (กรมป่าไม้, 2561) ทำให้ในปัจจุบันนี้ ไม้กลายเป็นวัสดุที่หายาก และมีราคาแพง ดังนั้นการเลือกใช้ไม้เก่าจึงเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยลดการทำลายป่าไม้และยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายได้

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นถึงปัญหาของจำนวนป่าไม้ที่ลดลง โดยมีสาเหตุหลักมาจากจากการลักลอบตัดไม้ทำลายป่า ในปัจจุบันการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าในประเทศไทยทุกๆ 1 ชั่วโมง มีป่าไม้ถูกทำลายไปเท่ากับ 26 สนามฟุตบอล และหากยังมีการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าแบบนี้ ส่งผลให้อีก 100 ปีข้างหน้า ป่าไม้จะหมดไปจากประเทศไทยซึ่งส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากปัญหาข้างต้นที่กล่าวมา ไม้เก่าแปรรูปจึงเป็นทางเลือกของลูกค้า เพราะราคาของไม้เก่าแปรรูปไม่สูงมาก มีปริมาณให้เลือกมาก ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ป้องกันความร้อนได้ดี และช่วยให้

ประหยัดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง อีกทั้งผู้ที่ทำธุรกิจรับซื้อไม้เก่าแปรรูปยังมีไม่มาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปและจะได้นำผลการศึกษามาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนพัฒนาให้ภาพรวมในอนาคตของธุรกิจให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ช่วงระยะเวลาในการศึกษา คือ ตั้งแต่ ธันวาคม 2561 ถึง มกราคม 2562

นิยามศัพท์เฉพาะ

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งการผสมผสานเครื่องมือต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคสินค้ากลุ่มเป้าหมาย ส่วนส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนส่วนประสมทางการตลาดแบ่งเป็น 7 กลุ่ม หรือ เรียกว่า “7Ps” ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7. กระบวนการ (Process)

ไม้เก่าแปรรูป หมายถึง ไม้ที่มีขายตามท้องตลาดเป็นขนาดหน้าตัดต่างๆ เช่น 1"x3" 2"x4" เป็นต้น ไม้เก่าแปรรูปได้มาจากการตัดท่อนซุงออกเป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการ ไม้เก่าแปรรูปสามารถนำไปใช้ได้ทั้งส่วนโครงสร้างอาคารที่รับน้ำหนัก และส่วนอื่น ๆ ของอาคารที่ไม่ใช่โครงสร้าง

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคจะเกิดความต้องการ ความต้องการจะเกิดขึ้นเองหรือสิ่งกระตุ้นก็ได้เมื่อเกิดการกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคก็จะเริ่มค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด และทำการพิจารณาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือก โดยผู้บริโภคได้มีการพิจารณาและประเมิน โดยมีการนำมาเปรียบเทียบจนได้ทางเลือกที่พอใจที่สุด ที่สามารถสนองความต้องการและเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เขาชอบมากที่สุด

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม Hauser and Duncan (n.d. อ้างถึงใน ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2553) ได้ให้คำนิยาม ประชากรศาสตร์ว่า หมายถึง การศึกษาขนาดโครงสร้างการกระจายตัว และส่วนประกอบของประชากรการเปลี่ยนแปลงประชากรที่เกิดขึ้น และองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงประชากร

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2003) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่กิจการต่าง ๆ ใช้ผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการ สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ "The Four Ps" ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

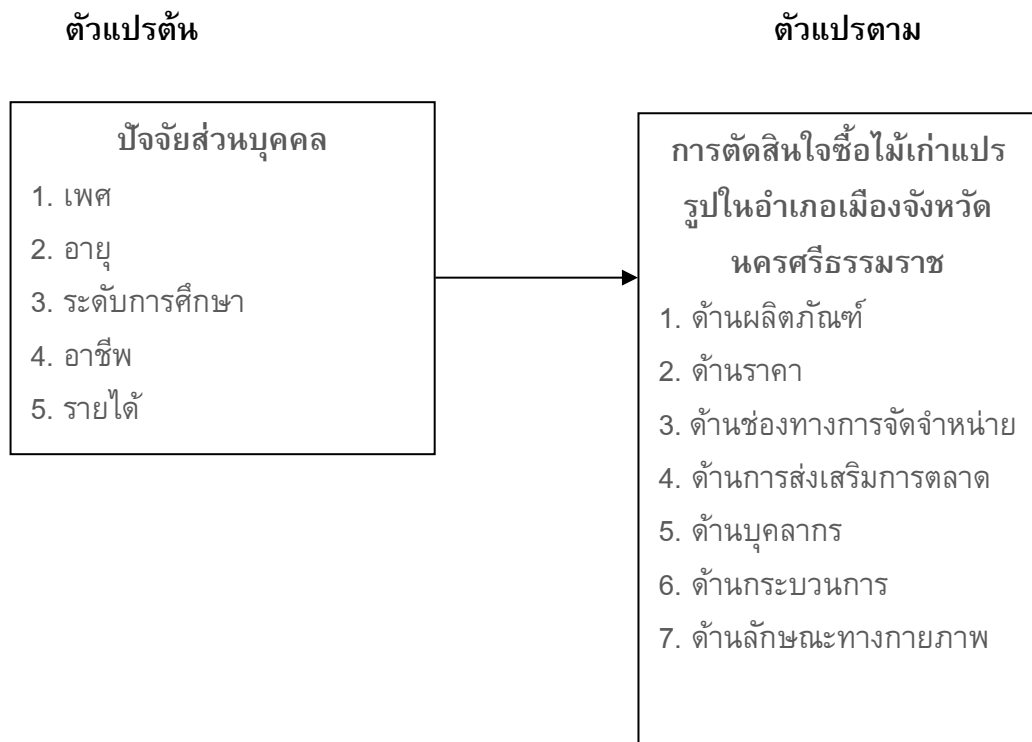
Kotler (2012) กล่าวเพิ่มเติมว่า ในการทำการตลาดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในปัจจุบัน ส่วนประสมทางการตลาด หรือ The Four Ps นั้นไม่เพียงพอต่อการสร้างความต้องการและความพึงพอใจต่อลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น จึงได้เพิ่มปัจจัยขึ้นมาอีก 3 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และกระบวนการ (Process)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ กระบวนการซึ่งเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลหรือของกลุ่มที่เกี่ยวกับการเลือกการใช้หรือการจับจ่ายซื้อหาสินค้าและบริการต่าง ๆ แนวความคิดหรือประสบการณ์ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจในเรื่องที่จะเป็นและสิ่งที่ต้องการ คำจำกัด

ความนี้รวมไปถึงเรื่องความหลากหลายกิจกรรม และจำนวนของบทบาทซึ่งคนทั่ว ๆ ไปกำลังอยู่ในฐานะของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐาน

1. ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา 400 ชุด โดยประมาณค่าสัดส่วน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5 % ซึ่งหาค่าของกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตร

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

n = จำนวนตัวอย่าง

P = สัดส่วน/ค่าของโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจ

Z = ค่าจากตารางในระดับความเชื่อมั่นต่าง ๆ

E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้จากการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่า
$$n = \frac{0.50(1-0.50)(1.96^2)}{(0.05^2)}$$

จำนวนตัวอย่าง = 384.16 หรือ 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจซื้อไม่เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคลากร
- ด้านกระบวนการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Close-End Question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์และมีคุณภาพ โดยสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยลักษณะของการตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Likert Scale) เป็นมาตรวัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน มีคำถามจำนวน 35 ข้อ แบ่งได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์	5	ข้อ
2) ด้านราคา	5	ข้อ
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	ข้อ
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	5	ข้อ
5) ด้านบุคลากร	5	ข้อ
6) ด้านกระบวนการให้บริการ	5	ข้อ
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ	5	ข้อ

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 นี้ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert แปลผลระดับความคิดเห็น ดังนี้ (Best & Kahn, 1993)

ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง

2

เห็นด้วยน้อย

1

เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (validity) ว่า ตรงตามจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence-IOC) จากสูตร ดังนี้ (Rovinelli & Hambleton, 1997)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา

R = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับการศึกษา

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับการศึกษา

-1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามไม่มีความสอดคล้องกับการศึกษา

เกณฑ์ค่า IOC แต่ละรายข้อต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 โดยแบบสอบถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1 แสดงว่า มีความเที่ยงตรงของเนื้อหา

4. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างประชากร

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท การตัดสินใจซื้อไม่เกาแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้นด้านบุคลากรให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญด้านบุคลากร มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ

ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม่เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับสินค้ามีอายุการใช้งานนาน มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา สินค้ามีความแข็งแรง คงทน ไม่ยืดและหดตัว และสินค้ามีความหลากหลายรูปแบบในการใช้งาน และสินค้าสะท้อนแนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระดับความสำคัญน้อยที่สุด บริการช่วยออกแบบชิ้นงานให้ตามความต้องการของลูกค้า

ด้านราคา อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับราคาถูกกว่าที่อื่น มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับงบประมาณที่ได้จัดเตรียมไว้ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับมีหน้าร้าน มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา มีขายผ่านแอปพลิเคชัน (Application) เช่น LINE และมีขายผ่านออนไลน์ (Online) เช่น Facebook และระดับความสำคัญน้อยที่สุด มีบริการขายผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call center)

ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้นมีส่วนลดราคา เมื่อซื้อปริมาณที่มาก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับมีส่วนลดราคา เมื่อซื้อปริมาณที่มาก มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา มีป้ายโฆษณาร้านขนาดใหญ่ ใจกลางเมือง และแจกของของสมนาคุณเมื่อลูกค้าแอดไลน์ (LINE) ของร้านค้า และมีส่วนลดราคา ลูกค้ากดไลค์แฟนเพจทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และระดับความสำคัญน้อยที่สุด โฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น

ด้านบุคลากร อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับผู้ขายมีความรู้ สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำสินค้าในร้านได้ มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา ผู้ขายมีความกระตือรือร้น ให้บริการได้รวดเร็วทันใจ และระดับความสำคัญน้อย ผู้ขายให้บริการแบบคุ่นเคยและเป็นกันเอง และผู้ขายมีการยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีอัตราค่าที่ดี มีค่าเฉลี่ย

ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับมีบริการรับคืนสินค้า มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา มีการบริการ

คัดเลือกไม้ที่รวดเร็วตามความต้องการลูกค้า และมีความถูกต้องในการชำระเงิน และมีบริการจัดส่งสินค้า และระดับความสำคัญน้อยที่สุด มีความรวดเร็วในการรับรายการสั่งซื้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับมีที่จอดรถได้สะดวก มาเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา มีการจัดร้านค้า สวยงาม และดีไซน์สอดคล้องกับแนวคิดของสินค้า และร้านค้ามีบรรยากาศที่ดี มีแสงสว่างและกว้างขวาง และร้านค้ามีความสะอาด สวยงาม และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีการจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก และสรุปได้ว่า เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปใน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน

ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช ไม่ต่างกัน

อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เก่าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 **ด้านผลิตภัณฑ์** อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บริการช่วยออกแบบชิ้นงานให้ตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

1.2 **ด้านราคา** อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น จะช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

1.3 **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีบริการขายผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call

center) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นด้วย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นการให้การสนับสนุนท้องถิ่นตนเอง

1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีความรวดเร็วในการรับรายการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้า

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น เป็นการสร้างความสะดวก รวดเร็วให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช หากผู้ที่สนใจมีความต้องการผลการศึกษาในเรื่องอื่น ๆ ที่มีความครอบคลุมมากขึ้น เช่น ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพิ่มเติม เช่น คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ทราบข้อมูลสมบูรณ์มากขึ้นที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของร้านรับซื้อไม้เท้าแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

บรรณานุกรม

ชนกร นิรันดร์นุต. (2559). *กรณีศึกษาออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เหลือใช้ในอุตสาหกรรม*

แปรรูปไม้เพื่อส่งเสริมงานตกแต่งทางสถาปัตยกรรม. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรม
ศาสตรมหาวิทาลัยนเรศวร ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2559.

ธัญมัย เจียรกุล. (2559). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของ*

วัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทย. วารสาร ธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม -
มิถุนายน 2559).

ปราโมทย์ ประสาทกุล. 2553. *ประชากรศาสตร์ สารัตถศึกษาเรื่องประชามนุษย์*. กรุงเทพฯ:

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

พันธุ์ติฐ เทียนทอง. (2553). *ปัจจัยการผลิตที่มีอิทธิพลต่อผลผลิตของโรงงานแปรรูปไม้*

ยางพาราในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย ศรี
นครินทรวิโรฒ.

ภรณ์ แยมพันธ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป*

ตราดอยคำ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนา

ศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์.

Kotler, P., & Keller. (2009). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey: Prentice-
Hall.

SCG, 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2562 จาก

<https://www.scgbuildingmaterials.com/th/LivingIdea/NewBuild/FYI.aspx>