

ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์
วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จังหวัดขอนแก่น

นางลัดด์ญาดา แก้วกรม



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

**The Member Needs in the Service Utilization of ;Khon Kaen Vocational College
Cooperatives Store Ltd.,Khon Kaen Province**

Mrs. Sanyada Kaewkrom

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives


School of Agriculture and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University


2013


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จังหวัดขอนแก่น
ชื่อและนามสกุล	นางสัณห์ญาดา แก้วกรม
แขนงวิชา	สหกรณ์
สาขาวิชา	เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2557

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น)


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. อังฉรา จิตตลดากร)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

ชื่อการศึกษา คั่นคว้ออิสระ ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น
จำกัด จังหวัดขอนแก่น

ผู้ศึกษา นางสัณห์ญาดา แก้วกรม รหัสนักศึกษ 2559001629 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ **ปีการศึกษา** 2556

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์ 2) ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์ 3) เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์โดยจำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก และ 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำนวน 3,037 คน ซึ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 353 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 20 ปี เป็นผู้ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 3 ปี สินค้าที่ซื้อประจำส่วนใหญ่คือเครื่องดื่ม ความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน 2) ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการของร้านสหกรณ์พิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหาร ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านเงินทุน และด้านวัสดุอุปกรณ์ มีความต้องการในระดับมากที่สุด ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการของร้านสหกรณ์โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านทางกายภาพ มีความต้องการในระดับมากที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านเจ้าหน้าที่ และด้านกระบวนการ มีความต้องการในระดับมาก 3) เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการของร้านสหกรณ์จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก พบว่า เพศและอาชีพของสมาชิกที่แตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการในปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ปัญหาจากการใช้บริการ คือ สินค้าของร้านสหกรณ์มีราคาสูง ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เปลี่ยนเจ้าหน้าที่สหกรณ์บ่อย สินค้าไม่หลากหลายและมีปริมาณน้อย การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ สำหรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านสหกรณ์ คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดร้านสหกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย การสำรวจความต้องการของสมาชิก การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย การระดมทุนจากสมาชิกสำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์ และการจัดจ้างเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถปฏิบัติงาน

คำสำคัญ ความต้องการในการใช้บริการ ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดขอนแก่น

Independent Study title: The Member Needs in the Service Utilization of ;
Khon Kaen Vocational College Cooperatives Store Ltd.,
Khon Kaen Province

Author: Mrs. Sanyada Kaewkrom; **ID:** 2559001629;

Degree: Master of Business Administration (Cooperatives);

Independent Study advisor: Achara Cheewatragoongit, Associate Professor;

Academic year: 2013

Abstract

The objectives were to study: 1) the general conditions of the members of cooperatives store; 2) the member needs in the services of cooperatives store; 3) the comparisons of member needs in different demographic factors; and 4) problems and suggestion for improving the services of cooperatives store.

The population was 3,037 members of Khon Kaen Vocational College Cooperatives Store Ltd. An accidental sampling was employed to select 353 samples. Data were collected by using a questionnaire and analyzed to have percentage, mean, standard deviation, t-test, analysis of variance, and content analysis.

The study results showed that 1) the majority of cooperatives members were female with age of 15-20 years, and studied at Khon Kaen Vocational College. Most of them had income of 5,000-10,000 baht a month and had been a member for 1-3 years. The purchasing products were beverages, and purchasing average was 2 times a month. 2) When they were asked to rate the level of needs for administrative factors, they said that they had highest needs in the factors of personnel, capital, and materials. The members also rated at the highest levels of needs in market mix components, products, place, sale promotion, and physical factors. They rated at much level of needs in price, personnel, and process. 3) Comparing demographic factors of members' needs, it was found that factors of sex and profession were related to members' needs, both in administrative and market mix factors, they were statistically significant different at 0.05 level. 4) Problems identified by members were high product prices, no sale promotion, high employee turnover, no wide product variety, and no systematically product display. The suggestions for store improvement were to arrange sale promotion, to make the store more orderly, to make a survey of members' needs, to acquire more modern equipment, to raise money from members to strengthen the cooperatives' financial status, and to hire more knowledgeable and capable employees.

Keywords: Needs in service, Vocational college cooperatives store, Khon Kaen Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จเป็นอย่างสูง จาก รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และรองศาสตราจารย์สังเสริม หอมกลิ่น ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่กรุณามอบวิชาความรู้อันมีค่าให้แก่ผู้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ รวมทั้ง บิดา มารดา และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน เอาใจใส่ และเป็นกำลังใจตลอดมา

ขอขอบคุณ คณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่ และสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ร่วมมือ และเสียสละเวลาให้ข้อมูลประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ประโยชน์และส่วนดีอันมีคุณค่า ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณและมอบความดีให้แก่บุพการี ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังความดี ความขยันหมั่นเพียร มานะอดทน และขอมอบให้กับครอบครัวของผู้ทำการศึกษาค้นคว้าทุกท่าน ครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนและประสิทธิประสาทวิชา อีกทั้ง เพื่อนนักศึกษาร่วมรุ่น MBA COOP 6 ทุกคน และเพื่อนร่วมงานที่ให้กำลังใจตลอดมา หากการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีความบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สันห์ญาดา แก้วกรม

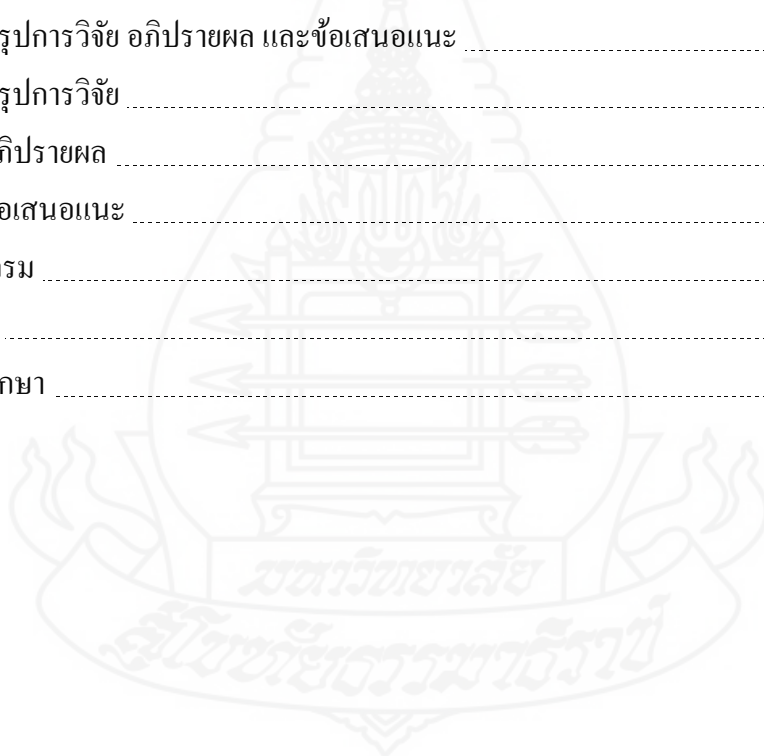
เมษายน 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสหกรณ์	7
แนวคิดการบริหารจัดการ	18
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
1. สภาพภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด	35
2. ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	40
3. เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก	49
4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ	59
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
สรุปการวิจัย	62
อภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	69
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	74
ประวัติผู้ศึกษา	83



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	ความสามารถในการทำกำไร ปี 2551 - 2555..... 17
ตารางที่ 2.2	ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินปีทางบัญชีสิ้นสุด 2553 - 2555..... 17
ตารางที่ 4.1	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 35
ตารางที่ 4.2	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 36
ตารางที่ 4.3	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ 36
ตารางที่ 4.4	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37
ตารางที่ 4.5	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก 37
ตารางที่ 4.6	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ 38
ตารางที่ 4.7	จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ 39
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเจ้าหน้าที่ 40
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ ในปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเงินทุน 41
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านวัสดุอุปกรณ์ 41
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านการจัดการ 42
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์ 43

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านราคา.....	44
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านสถานที่.....	45
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านการส่งเสริมการขาย.....	46
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านเจ้าหน้าที่.....	47
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านกระบวนการ.....	48
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านทางกายภาพ.....	48
ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามเพศ.....	49
ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามอายุ.....	50
ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามอาชีพ.....	50
ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	51
ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก.....	51
ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ.....	52
ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามเพศ.....	53
ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามอายุ.....	54
ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามอาชีพ.....	55
ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด : จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	56
ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก.....	57
ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ.....	58
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด : จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	59
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าร้อยละของจำนวนสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าความถี่ปัญหา อุปสรรคจากสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม ในการปรับปรุงการให้บริการ.....	60
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าความถี่ข้อเสนอแนะจากสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม ในการให้บริการ.....	61

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 4



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีการแข่งขันทางเศรษฐกิจกันอย่างมากรวมทั้งมีการแข่งขันในภาคการบริโภค ทั้งสินค้าและบริการ โดยปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและสังคม เพื่อช่วยเหลือประชาชนทุกภาคส่วนให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจและการเงิน จากนโยบายดังกล่าวทำให้มีการก่อตั้งสหกรณ์ในหลายพื้นที่ในประเทศไทย ข้อมูลจำนวนสหกรณ์แยกตามประเภทในปี 2556 ทั้งในภาคการเกษตร และนอกภาคการเกษตร โดยในภาคการเกษตร จำนวน 3,983 แห่ง และนอกภาคการเกษตรจำนวน 3,151 แห่ง (กรมส่งเสริมสหกรณ์ http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_coop56.html: 2556)

การสหกรณ์ที่มีการจัดตั้งอย่างแพร่หลายและมีความสำคัญประเภทหนึ่งคือ สหกรณ์ร้านค้า ในสหกรณ์นอกภาคการเกษตร สหกรณ์ร้านค้าได้ลดจำนวนลงและสวนทางกับจำนวนสหกรณ์ประเภทอื่น ๆ โดยในปี 2552 มีสหกรณ์ร้านค้าจำนวน 223 แห่ง แต่ในปี 2556 มีจำนวน 181 แห่ง เท่านั้น (กรมส่งเสริมสหกรณ์ http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_coop56.html: 2556)

จากข้อมูลดังกล่าวได้แสดงถึงการลดจำนวนของสหกรณ์ร้านค้า ซึ่งนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ที่ประเทศไทยได้ประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจครั้งรุนแรงที่สุดครั้งหนึ่งยังส่งผลกระทบต่อสถาบันการเงิน องค์กรธุรกิจน้อยใหญ่เป็นวงกว้าง จนถึงปัจจุบันผลแห่งวิกฤตนั้นยังไม่สามารถทำให้สถาบันองค์กรธุรกิจฟื้นตัวได้มากนัก ตรงข้ามธุรกิจบางประเภทกับทรุดตัวหรือหยุดชะงักไปโดยไม่มีโอกาสพลิกฟื้นกลับมาได้อีก รูปแบบธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่งค่อนข้างเห็นได้ชัดว่าไม่สามารถยืนหยัดต่อไปได้คือ ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า ร้านโชห่วย ซึ่งเป็นรูปแบบการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) นอกจากจะประสบกับภาวะทางเศรษฐกิจแล้วยังต้องเผชิญกับผลกระทบของการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่งขนาดใหญ่ ทั้งในและต่างประเทศอย่างรุนแรง สหกรณ์ร้านค้า (Cooperative Store) เองก็เช่นกัน นับเป็นรูปแบบธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่งที่มีมานานนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2480 ก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกันกับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

สหกรณ์ร้านค้าเป็นสหกรณ์ที่ผู้บริโภคร่วมกันจัดตั้งขึ้น เพื่อจัดหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคและรวบรวมผลิตผล ผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป ในต่างประเทศนิยมเรียกว่า "สหกรณ์ของแม่บ้าน" โดยจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ในประเภทสหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคล ซึ่งสมาชิกผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นเจ้าของ สมาชิกลงทุนร่วมกันในสหกรณ์ด้วยความสมัครใจ เพื่อแก้ไขความเดือนร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภค และเพื่อผดุงฐานะทางเศรษฐกิจของตนและหมู่คณะร้านสหกรณ์แห่งแรกเกิดขึ้นที่เมืองรอซเซล ประเทศอังกฤษ เมื่อปี พ.ศ. 2387 (ค.ศ. 1844) มูลเหตุที่เกิดร้านสหกรณ์แห่งนี้ขึ้น เนื่องจากสมัยนั้นค่าจ้างแรงงานต่ำ เพราะโรงงานต่าง ๆ ได้นำเครื่องจักรมาใช้แทนแรงงานคนมากขึ้น คนงานได้รับความลำบากและยากจน จึงมีคนงานโรงงานทอผ้ากลุ่มหนึ่งจำนวน 28 คน ประชุมปรึกษาหารือกันและได้ตกลงกันให้ทุกคนเก็บออมเงินจากค่าจ้างไว้สัปดาห์ละ 3 เพนนี ซึ่งต้องใช้เวลาเกือบ 1 ปี จึงรวบรวมเงินได้ 28 ปอนด์ หลังจากนั้นได้ไปเช่าห้องแถวเล็ก ๆ ที่ตรอกคางคกเปิดร้านขายของชำขึ้น เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2387 ร้านสหกรณ์แห่งนี้มีชื่อเสียงมากเพราะเป็นร้านแรกที่จัดตั้งสำเร็จ และได้วางหลักการของร้านสหกรณ์ขึ้นถือปฏิบัติเป็นครั้งแรก ซึ่งต่อมาได้แพร่หลายไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งสหกรณ์ร้านค้าและสหกรณ์ประเภทอื่น ๆ (กรมส่งเสริมสหกรณ์ (<http://webhost.cpd.go.th/rlo/customer.html>: 2556))

สำหรับประเทศไทยได้เริ่มจัดตั้งร้านสหกรณ์เมื่อปี พ.ศ. 2480 โดยตั้งขึ้นในหมู่ชาวนชนบทของอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ร้านสหกรณ์แห่งนี้ต้องเลิกล้ม เนื่องจากได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ซึ่งต่อมาได้มีการจัดตั้งร้านสหกรณ์เพิ่มขึ้นอีกหลาย ๆ แห่ง (กรมส่งเสริมสหกรณ์ (<http://webhost.cpd.go.th/rlo/customer.html>: 2556))

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ได้รับการจดทะเบียนเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2523 เลขทะเบียนสหกรณ์ กพธ.64/2523 ประเภทสหกรณ์ร้านค้า สมาชิกแรกตั้ง จำนวน 108 คน ทุนเรือนหุ้น 9,150 บาท ปีทางบัญชีสิ้นสุด 31 ธันวาคมของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิก ได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภค อุปกรณ์การเรียน โดยการขายเป็นเงินสด ขายเป็นเงินเชื่อ และขายผ่อนชำระ สหกรณ์มีสมาชิก ณ 31 ธันวาคม 2555 จำนวน 3,037 คน (รายงานประจำปี: 2555)

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ยังมีอัตรากำไรอยู่ในระดับดี อย่างไรก็ตามบริเวณรอบวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่นมีการขยายตัวของร้านค้าสะดวกซื้อ โดยส่วนใหญ่แล้วความพอใจของสมาชิกสหกรณ์ที่มีต่อร้านสหกรณ์นั้น มีน้อยกว่าร้านค้าสะดวกซื้อในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความหลากหลายของสินค้า ความรวดเร็วของการจัดจำหน่ายสินค้า คุณภาพของสินค้า การจัดการส่งเสริมการขาย การจัดหมวดหมู่ของสินค้า และ

ความสุภาพของการให้บริการ สหกรณ์จำเป็นต้องมีการปรับการดำเนินงานให้สนองต่อความต้องการของสมาชิกเป็นอย่างยิ่ง จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในระยะยาว

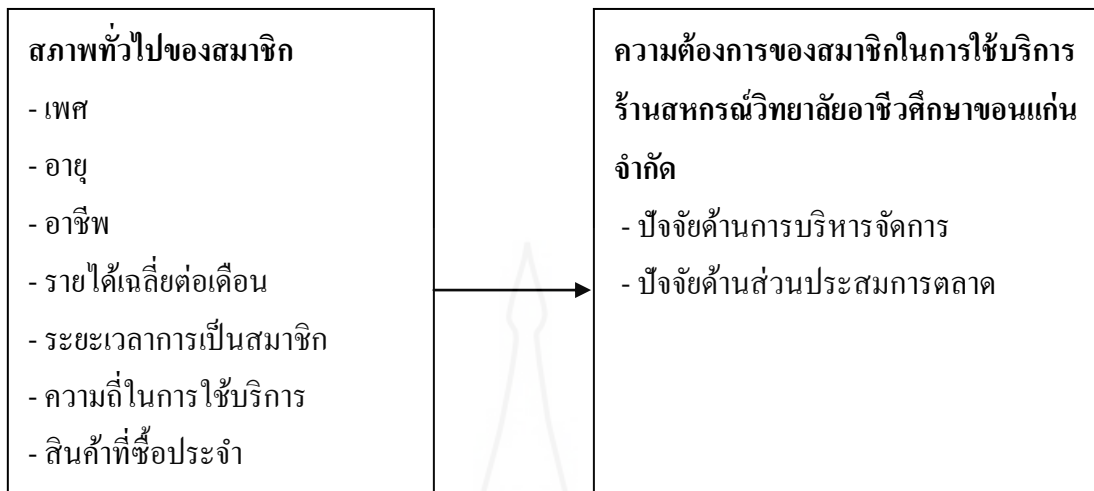
จากเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น การลดลงของจำนวนร้านสหกรณ์ทั่วประเทศ เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูง การขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยมีคุณภาพที่ดีกว่า อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของร้านสหกรณ์ในอนาคต ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ว่าสมาชิกสหกรณ์ต้องการให้ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด มีการปรับปรุงการให้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด อย่างไรก็ตาม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้น ตรงกับความต้องการของสมาชิก โดยจะเป็นประโยชน์ต่อร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ร้านสหกรณ์ทั่วประเทศ และยังส่งผลต่อสมาชิกสหกรณ์ทุกคนที่จะได้รับผลประโยชน์จากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้กับสหกรณ์

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด
- 2.2 เพื่อศึกษาความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก
- 2.4 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยขอบเขตการศึกษาจะศึกษาความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

4.2 ด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำนวน 353 คน จากจำนวนสมาชิกสหกรณ์ตามบัญชีรายชื่อสมาชิก ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2555 จำนวน 3,037 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ

4.3 ด้านระยะเวลา ช่วงเวลาที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถาม 2 เดือน ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2556 ถึง 31 มกราคม 2557

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 สหกรณ์ หมายถึง ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

5.2 สมาชิก หมายถึง สมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

5.3 ความต้องการ หมายถึง ความจำเป็นในการใช้สินค้าหรือบริการทุกประเภท เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

5.4 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การจัดการภารกิจภายในสหกรณ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามนโยบายแผนงานที่ได้กำหนดไว้ โดยอาศัยทรัพยากรในการบริหารจัดการ 4 ประการ ได้แก่

5.4.1 **เจ้าหน้าที่ (Man)** หมายถึง ทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจของสหกรณ์ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ

5.4.2 **เงินทุน (Money)** หมายถึง ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่าง ๆ ของสหกรณ์การดำเนินการต่อไปได้

5.4.3 **วัสดุอุปกรณ์ (Materials)** หมายถึง อุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสหกรณ์

5.4.4 **การจัดการ (Management)** หมายถึง กระบวนการ (Process) ของการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organization) การสั่งการ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ความพยายามของสมาชิกในสหกรณ์ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดไว้

5.5 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด หมายถึง การตลาดเกิดจากการนำเอาส่วนประสมหลักทางการตลาดมาใช้ เพื่อให้สหกรณ์บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยจัดส่วนประสม (Mixture) ของส่วนประสมหลักดังกล่าวให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และสถานการณ์ เพื่อให้การตลาดที่นำมาใช้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

5.5.1 **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยสหกรณ์ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของผู้มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ

5.5.2 **ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์

5.5.3 **การส่งเสริมการขาย (Promotion)** หมายถึง เครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล

5.5.4 **การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง ช่องทางใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากสหกรณ์ไปยังตลาด

5.5.5 **บุคคล (People)** หมายถึง บุคคลทั้งหมดในสหกรณ์ที่ให้บริการ

5.5.6 **กระบวนการให้บริการ (Process)** หมายถึง ลำดับขั้นตอนการให้บริการ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

5.5.7 **สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)** หมายถึง สิ่งที่อยู่บริโศคสามารถมองเห็นเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้บริการ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ได้แนวทางในการปรับปรุงการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก

6.2 สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ใช้เป็นแนวทางในการไปแนะนำส่งเสริมเกี่ยวกับการดำเนินงานของสหกรณ์อื่นที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกันได้



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการศึกษา โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานที่ศึกษาค้นคว้านี้ เพื่อใช้ประกอบการทำงานและช่วยชี้นำทิศทางการทำการศึกษา โดยมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสหกรณ์
 - 1.1 ประวัติและวิวัฒนาการของสหกรณ์
 - 1.2 ประวัติการสหกรณ์ในประเทศไทย
 - 1.3 ประวัติสหกรณ์ร้านค้า
 - 1.4 หลักการสหกรณ์
 - 1.5 ข้อมูลทั่วไปของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด
2. แนวคิดการบริหารจัดการ
3. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสหกรณ์

1.1 ประวัติและวิวัฒนาการของการสหกรณ์

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 9) อ้างถึงใน สมเกียรติ ฉายไชน์ (2542: 17) ได้กล่าวถึงประวัติและวิวัฒนาการของการสหกรณ์ได้มีการริเริ่มเกิดขึ้น ดังนี้

1.1.1 สมัยโบราณ สมาคมออมทรัพย์ และเครดิตซึ่งเป็นสหกรณ์ประเภทหนึ่ง ในปัจจุบันได้มีเป็นครั้งแรก ในประเทศจีนสมัยราชวงศ์ฮวง (Hondynasty) รวม 200 ปี ก่อนคริสตกาล ได้ก่อตั้งในรูปสหกรณ์ โดย Pong Hong คหบดีผู้มั่งคั่งและทรงอิทธิพล แต่สมาคมดังกล่าวก็ยังอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลในชุมชนที่เป็นสมาชิกไม่มากนัก การรวมกลุ่มเป็นสมาคมก็เพื่อที่จะช่วยเหลือสมาชิกในการกู้ยืมเงิน โดยสมาชิกแต่ละคนจะต้องลงเงินเป็นจำนวนเท่า ๆ กัน เป็นงวด ๆ

รายเดือน รายสัปดาห์ ในระยะเวลาดังกล่าว พร้อมด้วยดอกเบี้ยในอัตราที่ตกลงกัน สมาชิกแต่ละคนที่ลงเงินในสมาคมจะได้รับเงินคืนพร้อมด้วยดอกเบี้ย ซึ่งแบ่งเท่า ๆ กัน

1.1.2 สมัยกลาง ระหว่าง ค.ศ. 500 - 1400 มีสหภาพแรงงาน (Trade Union) เป็นสมาคมของผู้ใช้แรงงาน เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกเกี่ยวกับราคา คุณภาพของผลผลิตและชั่วโมงการทำงาน กล่าวกันว่า สหภาพแรงงานนี้กำเนิดมาจากสมาคมอุตสาหกรรมสมัยโรมัน และทำให้เกิดสหกรณ์ผู้บริโภคในปัจจุบัน ในระหว่างสมัยกลางนี้ ได้มีสมาคมทำนองสหกรณ์การเกษตรแห่งแรกก่อตั้งขึ้นราวศตวรรษที่ 13 ผู้ผลิตนมชาวสวิสได้ดำเนินการทำเนยร่วมกัน

1.1.3 สมัยปฏิวัติอุตสาหกรรม ในสมัยปฏิวัติอุตสาหกรรม เป็นจุดกำเนิดของแนวความคิดด้านการสหกรณ์ ในความหมายทางวิชาการที่ใช้เป็นหลักการพื้นฐานอยู่ในปัจจุบัน และถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งก็จะเห็นว่าแนวความคิดด้านการสหกรณ์ที่กล่าวนี้ ได้เริ่มเ้ามูลมาพร้อมกับการปฏิวัติใหญ่ในประเทศฝรั่งเศสตอนปลายศตวรรษที่ 18 (1789) สาเหตุเนื่องจากประชาชนประสบความยากจน และถูกเอารัดเอาเปรียบทั้งทางเศรษฐกิจและการเงิน ผลแห่งการปฏิวัติครั้งนี้ได้แพร่อุดมคติของประชาธิปไตยที่ว่า ทุกคนเกิดมาพร้อมสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ซึ่งต่อมาได้แพร่หลายไปยังนานาประเทศ อุดมคติทางประชาธิปไตยนี้ได้ก่อให้เกิดแนวคิดทางเศรษฐกิจด้วยว่า ประชาชนควรมีสิทธิประกอบการเศรษฐกิจ โดยเสรี โดยปราศจากการแทรกแซงของรัฐ และให้เอกชนมีสิทธิในทรัพย์สิน อันก่อให้เกิดลัทธิเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) และอุดมคติข้างต้นยังผลให้เกิดความก้าวหน้าในทางการศึกษาและศิลปะวิทยาการต่าง ๆ เป็นอันมากซึ่งสรุป ได้ 2 ประการ คือ

- 1) การเปลี่ยนแปลงเทคนิคในการผลิต (Technical Change) มีการใช้เครื่องจักรแทน แรงงานคน
- 2) การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ (Economic Change) ผู้เป็นเจ้าของกิจการผลิตต้องมีทุนมาก พวกนายทุนเท่านั้นซึ่งสามารถดำเนินการผลิตแบบใหม่ได้

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 2 ประการนี้ ได้นำไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) ระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 18 - 19 โดยเกิดขึ้นที่อังกฤษเป็นแห่งแรก

ระหว่างศตวรรษที่ 18 - 19 ได้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นในยุโรปมีการนำเอาเครื่องจักรมาใช้แทนแรงงานคน ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ คือ เกิดภาวะการว่างงานและเศรษฐกิจตกต่ำทั่วไป การเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงครั้งนี้เริ่มต้นจากประเทศอังกฤษ ชาวอังกฤษต้องประสบกับปัญหาความเดือดร้อนอย่างมากมา จากการที่นายทุนใช้เครื่องจักรแทนแรงงาน มีการปลดคนงานออกจากโรงงาน ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยต้องเลิกกิจการไป สภาพสังคมทั่วไปมีการแบ่งชนชั้นออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายนายทุน และทางฝ่ายกรรมกร นายทุนพยายาม

แสวงหากำไรจากการลงทุนมากที่สุด โดยการเอารีดเอาเปรียบฝ่ายกรรมกรทุกวิถีทาง จากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในครั้งนี้ บรรดากรรมกรที่ถูกบีบคั้นทั้งหลาย จึงเริ่มแสวงหาหนทางที่จะปลดปล่อยความทุกข์ยากของพวกตน ประกอบกับเวลานั้นมีนักเศรษฐศาสตร์ที่มีความคิดอยากจะช่วยพยุลงฐานะของสังคมให้ดีขึ้น ได้เสนอแนวทางปรับปรุงสภาพทางเศรษฐกิจให้เกิดความเป็นธรรมแก่สังคม โดยการร่วมมือระหว่างผู้ที่เดือดร้อนให้รู้จัก การช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แนวความคิดดังกล่าวได้ก่อให้เกิดระบบสหกรณ์ขึ้นในเวลาต่อมาบุคคลแรกที่สอนให้คนทั่วไปรู้จักคำว่า สหกรณ์ คือ โรเบิร์ต โอเวน ชาวอังกฤษ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้กำเนิดการสหกรณ์ขึ้นในโลก และได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการสหกรณ์ เดิมโอเวนเป็นคนที่ยากจน แต่ความเฉลียวฉลาดและรู้จักวิธีการทำมาหากิน จึงทำให้เขาได้มีโอกาสเป็นผู้จัดการ และมีหุ้นส่วนเป็นเจ้าของโรงงาน เขาเป็นนายจ้างที่มีความหวังดีต่อกรรมกร จึงได้ปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ทั่วไปของคนงานให้ดีขึ้น หลังจากนั้นโอเวนได้หาวิธีช่วยเหลือกรรมกรอื่น ๆ โดยสอนให้รู้จักการช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อขจัดปัญหาความเดือดร้อนต่าง ๆ ซึ่งเป็นวิธีการของระบบสหกรณ์ โอเวนเสนอให้จัดตั้งชมรมสหกรณ์ (Co-operative Community) ให้ชมรมสหกรณ์นี้ผลิตสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ใช้เอง โดยไม่ใช้เครื่องจักรทรัพย์สินของชมรมเป็นของส่วนรวม เพื่อมิให้สภาพนายทุนปะปนอยู่ในชมรม การจัดตั้งชมรมสหกรณ์นี้จะต้องใช้เงินทุน และที่ดินเป็นจำนวนมาก และโอเวนก็ได้พยายามเผยแพร่แผนการจัดตั้งชมรมสหกรณ์ เพื่อให้คนทั่วไปได้เข้าใจสหกรณ์ในฐานะสมาคมเพื่อเศรษฐกิจ แต่โอเวนยังไม่สามารถจัดตั้งชมรมสหกรณ์ในประเทศอังกฤษได้ เพราะมีปัญหาเกี่ยวกับสภาพสังคมในสมัยนั้น โอเวนจึงได้เดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกา และทดลองจัดตั้งชมรมขึ้นเป็นครั้งแรกที่นิวฮาโมนี รัฐอินเดียนา สหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ.2368 ให้ชื่อว่า นิวฮาโมนี (New Harmony) แต่ได้ล้มเลิกไปในระยะเวลาต่อมา เนื่องจากไม่ได้คัดเลือกสมาชิกและไม่มีกิจกรรมเพียงพอให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย นอกจากนั้นยังมีปัญหาเกี่ยวกับการปกครองและศาสนา อย่างไรก็ตามแนวความคิดของ โอเวนก็มีอิทธิพลต่อนักปฏิรูปทางเศรษฐกิจ เขาได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความร่วมมือร่วมใจระหว่างมนุษย์ ในอันที่จะช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อยกมาตรฐานความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น

อีกท่าน คือ นายแพทย์วิลเลียม คิง อาศัยอยู่ที่เมืองไบรตัน ประเทศอังกฤษ เป็นผู้นิยมแนวความคิดทางสหกรณ์ของโอเวน แต่เห็นว่าโครงการของโอเวนต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ซึ่งจะทำให้เป็นจริงได้ยาก นายแพทย์คิงจึงเริ่มต้นจากการชี้แจงให้คนงานรวมทุนกันคนละเล็กน้อยจัดตั้ง “สมาคมการค้า” (Trading Association) ในรูปสหกรณ์ขึ้น เมื่อปี พ.ศ.2370 เป็นรูปร้านสหกรณ์จำหน่ายสินค้า แต่มีข้อแตกต่างไปจากร้านสหกรณ์ในปัจจุบัน คือ กำไรที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของร้านสหกรณ์นี้จะไม่นำมาแบ่งปันกัน แต่จะเก็บสมทบไว้เป็นทุนเพื่อใช้ขยายงานของร้าน

สหกรณ์ต่อไป จนสามารถจัดตั้งชมรมสหกรณ์ตามแบบโอเวนได้ ซึ่งจากการกระทำดังกล่าวทำให้ร้านค้าแบบสหกรณ์ในรูปแบบนี้ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากการเก็บกำไรทั้งหมดไว้ไม่จ่ายคืนสมาชิก ทำให้สมาชิกไม่ศรัทธาสหกรณ์ อย่างไรก็ตามกิจการของนายแพทย์คิงก็คล้ายกับร้านสหกรณ์ในปัจจุบัน ฉะนั้นในวงการร้านสหกรณ์สมัยนี้จึงให้เกียรติแก่ท่านมาก

สหกรณ์สมาคมแห่งแรกที่ดำเนินการประสบผลสำเร็จ และเป็นแบบฉบับในโลกก็คือร้านสหกรณ์แห่งเมืองรอซเดล ประเทศอังกฤษ ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2387 โดยกรรมการช่างทอผ้าจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีรายได้น้อยและประสบปัญหาในด้านการซื้อหาเครื่องอุปโภคบริโภคอันจำเป็นแก่การครองชีพ เช่น ราคาแพง มีการปลอมปนและถูกเบียดเบียนในการชั่ง ตวง วัด ประกอบกับการได้รับแนวความคิดจากโรเบิร์ต โอเวน ในการรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์ เพื่อช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และไม่ต้องตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของอุตสาหกรรมและพ่อค้า ซึ่งมีอำนาจการผลิตทางการค้าในสมัยนั้น จึงได้ร่วมกันจัดตั้งเป็นสมาคมประกอบด้วยผู้ริเริ่ม 28 คน โดยรวมทุนจัดตั้งร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภคจากนั้นนำเงินที่รวบรวมได้ไปซื้อสิ่งของที่จำเป็นแก่การครองชีพ โดยจัดซื้อในราคาขายส่งมาขายให้แก่สมาชิก และให้สมาชิกเสียสละเวลาช่วยกิจการของร้าน

ต่อมาเมื่อมีสมาชิกเพิ่มและธุรกิจการค้าขยายใหญ่ขึ้น ก็ได้มีการทำธุรกิจกับบุคคลภายนอกด้วย นักสหกรณ์รอซเดลหรือที่เรียกกันว่าผู้นำแห่งรอซเดล ได้กำหนดหลักปฏิบัติไว้ 10 ประการ ซึ่งมีสาระสำคัญหลายประการที่ถูกยึดถือเป็นหลักสหกรณ์สากลมาจนถึงปัจจุบัน แม้เวลาจะล่วงเลยมาเป็นเวลานานแต่ร้านสหกรณ์รอซเดลก็ยังคงอยู่ และกลายเป็นร้านที่มีขนาดใหญ่ยิ่งกว่านั้นวิธีการของร้านสหกรณ์สำหรับผู้บริโภคแบบนี้ ได้เผยแพร่หลายออกไปสู่ประชาชนกลุ่มอื่น ๆ ปัจจุบันร้านสหกรณ์ที่ถือหลักการสำคัญ ๆ อย่างเดียวกันนี้ มีอยู่ในประเทศต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

ส่วนสหกรณ์ประเภทอื่น ๆ เช่น สหกรณ์ที่ช่วยเหลือสมาชิกให้กู้ยืมเงินไปทำทุน หรือสหกรณ์เครดิต หรือสหกรณ์สินเชื่อก็เช่นเดียวกัน สหกรณ์เหล่านี้เกิดจากความขัดสน และความเดือดร้อนของเกษตรกรและกรรมกร เนื่องจากหาเงินกู้ยืมมาประกอบการทำมาหากินได้ยาก และแม้ว่าจะกู้มาได้ก็ต้องเสียดอกเบี้ยแพง จนไม่สามารถหารายได้มาให้เพียงพอกับการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นได้เป็นเหตุให้มีหนี้สินมาก เมื่อปี พ.ศ. 2393 นายเซอร์มัน ชูลซ์ ชาวเยอรมัน ผู้พิพากษาแห่งเมืองเดลิทซ์ ได้คิดจัดตั้งสหกรณ์ประเภทหาทุนขึ้นในหมู่ชาวเมือง ผู้เป็นช่างฝีมือ และพ่อค้าขนาดเล็ก โดยรวบรวมขึ้นเป็นองค์การเพื่อจัดหาทุนให้สมาชิกกู้ยืม

ในปี พ.ศ. 2405 นายฟริดริค วิลเฮล์ม ไรฟไฟเซน ชาวเยอรมัน นายกเทศมนตรีเมืองเฮดเฮสดอร์ฟ ได้จัดตั้งสหกรณ์หาทุนขึ้นในหมู่ชาวชนบท ซึ่งเป็นเกษตรกรโดยจัดเป็นองค์การ เพื่อจัดหาทุนให้แก่สมาชิกผู้ยืมเช่นเดียวกัน ในเวลาต่อมาการรวมกันเป็นสหกรณ์เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนก็ได้แพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์และเป็นตัวอย่างในการจัดตั้งสหกรณ์แก่ชาวบ้าน และชาวเมืองมาจนถึงปัจจุบัน

1.2 ประวัติการสหกรณ์ในประเทศไทย

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 12) อ้างถึงใน สมเกียรติ ฉายาโชน (2542: 26 - 28) ได้กล่าวถึงประวัติการสหกรณ์ในประเทศไทยไว้ว่า ประเทศไทยได้เริ่มมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้น ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ระบบเศรษฐกิจของชนบทที่ค่อย ๆ เปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อเลี้ยงตัวเองมาสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อการค้า ความต้องการเงินทุนในการขยายการผลิต และการครองชีพจึงมีเพิ่มขึ้น ชาวนาที่ไม่มีทุนรอนของตนเองก็หันไปกู้ยืมเงินจากบุคคลอื่น ทำให้ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง และยังถูกเอาเปรียบจากพ่อค่านายทุนทุกวิถีทางอีกด้วย ชาวนาจึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบอยู่ตลอดเวลา ทำนาได้ข้าวเท่าใดก็ต้องขายใช้หนี้เกือบหมด นอกจากนี้การทำนายังคงมีผลผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ถ้าปีไหนผลผลิตเสียหายก็จะทำให้หนี้สินพอกพูนมากขึ้นเรื่อย ๆ จนลูกหนี้บางรายต้องโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่เจ้าหนี้ และกลายเป็นผู้เช่านาหรือเร่ร่อนไม่มีที่ดินทำกินไปในที่สุด จากสภาพปัญหาความยากจนของชาวนาในสมัยนั้น ทำให้ทางราชการคิดหาวิธีช่วยเหลือด้วยการจัดหาเงินทุนมาให้กู้ และคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำ ความคิดนี้ได้เริ่มขึ้นในปลายรัชกาลที่ 5 โดยกำหนดวิธีการที่จะช่วยชาวนาในด้านเงินทุนไว้ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 จัดตั้งธนาคารเกษตรเพื่อให้เงินกู้แก่ชาวนา แต่ขัดข้องในเรื่องเงินทุน และหลักประกันเงินกู้ ความคิดนี้จึงระงับไป

วิธีที่ 2 วิธีการสหกรณ์ประเภทหาทุน วิธีนี้เกิดจากรัฐบาลโดยกระทรวงพระคลังมหาสมบัติในปัจจุบัน คือ กระทรวงการคลังได้เชิญ เซอร์เบอร์นาร์ด ฮันเตอร์ หัวหน้าธนาคารแห่งมัตราช ประเทศอินเดียเข้ามาสำรวจหาช่องทางช่วยเหลือชาวนา ได้เสนอว่าควรจัดตั้งธนาคารให้กู้ยืมแห่งชาติดำเนินการให้กู้ยืมแก่ราษฎร โดยมีที่ดินและหลักทรัพย์อื่นเป็นหลักประกัน เพื่อป้องกันมิให้ชาวนาที่กู้ยืมเงินทอดทิ้งที่นาหลบหนี้สิน ส่วนการควบคุมเงินกู้และการเรียกเก็บเงินกู้ ท่านได้แนะนำให้จัดตั้งเป็นสมาคมที่เรียกว่า โคออปอเรทีฟ โซไซตี้ (Cooperative Society) โดยมีหลักการร่วมมือกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งคำนี้พระราชวรวงศ์เธอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ได้ทรงบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทยว่า สมาคมสหกรณ์ จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเริ่มศึกษาวิธีการสหกรณ์ขึ้นในปี พ.ศ. 2457 แต่ก็มีได้ดำเนินการอย่างไร จนกระทั่งในปี 2458 ได้มีการเปลี่ยนกรมสถิติ

พยากรณ์เป็นกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ประกอบด้วยส่วนราชการ 3 ส่วน คือ การพาณิชย์ การสถิติพยากรณ์ และการสหกรณ์

การตั้งส่วนราชการสหกรณ์นี้ ก็เพื่อจะให้มิเจ้าหน้าที่ดำเนินการทดลองจัดตั้งสหกรณ์ขึ้น พระราชวรวงศ์เชอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ในฐานะทรงเป็นอธิบดีกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ ขณะนั้นได้ทรงพิจารณาเลือกแบบอย่างสหกรณ์เครดิตที่จัดกันอยู่ในต่างประเทศหลายแบบ ในที่สุดก็ทรงเลือกแบบไรฟ์ไฟเฟิน และทรงยืนยันไว้ในรายงานสหกรณ์ฉบับแรกว่า เมื่อได้พิจารณาละเอียดแล้ว ได้ตกลงเลือกสหกรณ์ชนิดที่เรียกว่า ไรฟ์ไฟเฟิน ซึ่งเกิดขึ้นในเยอรมันก่อน และซึ่งมุ่งหมายที่จะอุปถัมภ์คนจนผู้ประกอบกิจการย่อย ๆ เห็นว่าเป็นสหกรณ์ชนิดที่เหมาะสมที่สุด สำหรับประเทศไทยจากการที่พระองค์ที่ทรงเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานสหกรณ์ขึ้นในประเทศไทย บุคคลทั้งหลายในขบวนการสหกรณ์จึงถือว่าพระองค์ทรงเป็นพระบิดาแห่งการสหกรณ์ไทย

สำหรับรูปแบบของไรฟ์ไฟเฟินก็คือ สหกรณ์เพื่อการกู้ยืมเงินที่มีขนาดเล็ก สมาชิกจะได้รับความรับผิดชอบร่วมกัน ทำให้สะดวกแก่การควบคุม ท้องที่ที่ได้รับการพิจารณาให้จัดตั้งสหกรณ์ คือ จังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีผู้คนไม่หนาแน่น และเป็นราษฎรที่พึ่งอพยพมาจากทางใต้ จึงต้องการช่วยเหลือผู้อพยพ ซึ่งประกอบอาชีพการเกษตรให้ตั้งตัวได้ รวมทั้งเพื่อเป็นการชักจูงราษฎรในจังหวัดอื่นที่มีผู้คนหนาแน่นให้อพยพมาในจังหวัดนี้ และเข้าทำประโยชน์ในที่ดินอย่างเต็มที่ ต่อมากรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ จึงได้ทดลองจัดตั้งสหกรณ์หาทุนขึ้น ณ ท้องที่อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกเป็นแห่งแรกใช้ชื่อว่า สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้ จัดทะเบียนเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2459 โดยมีพระราชวรวงศ์เชอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ เป็นนายทะเบียนสหกรณ์ พระองค์แรกนับเป็นการเริ่มต้นแห่งการสหกรณ์ในประเทศไทยอย่างสมบูรณ์

ในระยะแรก สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้มีสมาชิกจำนวน 16 คน ทุนดำเนินงาน 3,080 บาท ซึ่งเป็นเงินจากค่าธรรมเนียมแรกเข้า 80 บาท และเงินทุน จำนวน 3,000 บาท ได้อาศัยเงินกู้จากแบงก์สยามกัมมาจล จำกัด ซึ่งก็คือธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน โดยมีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติเป็นผู้ค้ำประกัน และเสียดอกเบี้ยให้ธนาคารในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี คิดดอกเบี้ยจากสมาชิกในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี กำหนดให้สมาชิกส่งคืนเงินต้นในปีแรก จำนวน 1,300 บาท แต่เมื่อครบกำหนดสมาชิกสามารถส่งคืนเงินต้นได้ถึง 1,500 บาท ทั้งส่งดอกเบี้ยได้ครบทุกราย แสดงให้เห็นว่าการนำวิธีการสหกรณ์เข้ามาช่วยแก้ไขความเดือดร้อนของชาวนาได้ผล และจากความสำเร็จของสหกรณ์วัดจันทร์ดังกล่าว รัฐบาลจึงได้คิดขยายกิจการสหกรณ์ไปยังจังหวัดอื่น แต่การจัดตั้งสหกรณ์ในระยะแรกนั้น นอกจากจะมีข้อจำกัดของเงินทุนแล้วยังมีข้อจำกัดในทางกฎหมายด้วย เพราะพระราชบัญญัติเพิ่มเติมสมาคม พ.ศ. 2459 ทำให้การจัดการสหกรณ์ไม่กว้างขวางพอที่จะขยายสหกรณ์ออกไป หากจะให้การจัดตั้งสหกรณ์เจริญก้าวหน้าและมีความมั่นคงจะต้องออก

กฎหมายควบคุมให้มีขอบเขตกว้างขวาง ดังนั้น ในเวลาต่อมาทางราชการจึงได้ประกาศยกเลิกพระราชบัญญัติเพิ่มเติมสมาคม พ.ศ. 2559 แล้วประกาศใช้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 นับเป็นกฎหมายสหกรณ์ฉบับแรก พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้เปิดโอกาสให้มีการรับจดทะเบียนสหกรณ์ประเภทอื่น ๆ จากนั้นได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 อีก 3 ครั้ง นับว่าการประกาศใช้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 ช่วยให้การจัดตั้งสหกรณ์ได้ขยายออกไปอีกมาก

ปี พ.ศ.2478 มีการริเริ่มจัดตั้งสหกรณ์เช่าซื้อที่ดินที่จังหวัดปทุมธานี และได้จัดตั้งสหกรณ์ประเภทใหม่ ๆ ขึ้นอีกหลายประเภท เช่น สหกรณ์บำรุงที่ดิน สหกรณ์การขาย สหกรณ์นิคม ฝ่าย สหกรณ์หาทุนและบำรุงที่ดิน ในปี พ.ศ.2480 ร้านสหกรณ์ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นแห่งแรกที่อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ชื่อว่าร้านสหกรณ์บ้านเกาะจำกัดสินใช้ มีสมาชิกแรกตั้ง 279 คน และได้มีการจัดตั้งร้านสหกรณ์ในลักษณะนี้ขึ้นอีกหลายแห่งเพื่อช่วยเหลือประชาชนเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพ โดยจัดตั้งขึ้นทั้งในส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และส่วนของประชาชน

การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่สุดของขบวนการสหกรณ์ในประเทศไทย ก็คือการรวมสหกรณ์หาทุนเข้าด้วยกัน โดยทางราชการได้ออกพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เปิดโอกาสให้สหกรณ์หาทุนขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว รวมเข้ากันเป็นขนาดใหญ่สามารถขยายการดำเนินธุรกิจเป็นแบบอเนกประสงค์ ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่สมาชิกได้มากกว่า ด้วยเหตุนี้สหกรณ์หาทุนจึงแปรสภาพเป็นสหกรณ์การเกษตรมาจนปัจจุบัน และในปี พ.ศ. 2511 สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทยได้ถือกำเนิดขึ้นมา เพื่อเป็นสถาบันสำหรับการศึกษาแก่สมาชิกสหกรณ์ทั่วประเทศ มีหน้าที่ช่วยเหลือร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์สากลในด้านอื่น ๆ ที่มีใช้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีสหกรณ์ทุกประเภทเป็นสมาชิก ซึ่งประเทศไทยได้กำหนดประเภทสหกรณ์ ตามกฎกระทรวงกำหนดประเภทสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียน พ.ศ. 2548 กำหนดไว้ 7 ประเภท ประกอบด้วยสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ประมง สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์การบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน ซึ่งนับแต่สหกรณ์ได้ถือกำเนิดขึ้นในประเทศไทย จวบจนปัจจุบัน ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในธุรกิจต่างๆ ได้สร้างความเชื่อถือเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก จนทำให้จำนวนสหกรณ์ ปริมาณเงินทุน และผลกำไรของสหกรณ์เพิ่มขึ้นทุกปี ปัจจุบันมีสหกรณ์ทั่วประเทศ ณ วันที่ 1 มกราคม 2556 ข้อมูลจำนวนสหกรณ์แยกตามทั้งในภาคการเกษตร และนอกภาคการเกษตร โดยในภาคการเกษตร จำนวน 3,983 แห่ง และนอกภาคการเกษตรจำนวน 3,151 แห่ง การสหกรณ์ในประเทศไทยจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะต่อประชาชนที่ยากจนสหกรณ์ จะเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจและสังคมที่ช่วยแก้ไขปัญหาในการ

ประกอบอาชีพ และช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น (กรมส่งเสริมสหกรณ์
http://www.cpd.go.th/web_cpd/known_coop03.html: 2556)

1.3 ประวัติสหกรณ์ร้านค้า

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (<http://webhost.cpd.go.th/rlo/customer.html>: 2556)
 ประเทศไทยได้เริ่มจัดตั้งร้านสหกรณ์ขึ้นในปี พ.ศ.2580 โดยตั้งขึ้นในหมู่ชาวนบพ อำเภอสนา
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ร้านสหกรณ์แห่งนี้ต้องเลิกสัมไป ต่อมารัฐบาลมีนโยบายที่จะ
 ช่วยเหลือประชาชนเกี่ยวกับการครองชีพ จึงได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งร้านสหกรณ์
 ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก จนในปัจจุบันมีร้านสหกรณ์เกิดขึ้นทุก
 จังหวัดในประเทศไทย

สหกรณ์ร้านค้ามีวัตถุประสงค์ในการจัดหาสิ่งของ และบริการที่สมาชิกมีความ
 ต้องการมาจำหน่าย ช่วยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิก ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางด้านสหกรณ์
 และด้านการค้าให้แก่สมาชิกสหกรณ์ ปลุกจิตสำนึกให้สมาชิกรู้จักประหยัด ช่วยตนเองและ
 ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ร่วมมือและประสานงานกับสหกรณ์ และหน่วยงานอื่นทั้งภายในและนอก
 ประเทศในอันที่จะเกื้อกูลกันและกัน

สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า มีสถานที่ซื้อขายสินค้าจำเป็นตามราคาตลาดในชุมชน ซึ่งเป็น
 เป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพเที่ยงตรงในการชั่ง ตวง วัด ตามความต้องการของสมาชิก เมื่อสิ้นปีทางบัญชี
 สหกรณ์มีกำไรสุทธิประจำปี สมาชิกจะได้รับเงินปันผลตามหุ้นและเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนที่ได้ทำ
 ธุรกิจกับสหกรณ์ การซื้อขายด้วยเงินสด สินค้าจะมีราคาที่ถูกกว่าเงินผ่อน ทำให้สมาชิกมีความ
 รอบคอบในการจัดหาสินค้าราคาถูกมาจำหน่าย เพื่อประโยชน์ของสมาชิก

1.4 หลักการสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (http://www.cpd.go.th/web_cpd/known_coop07.html: 2556)
 หลักการสหกรณ์ คือ กรอบหรือแนวทางในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ เพื่อนำคุณค่าของสหกรณ์
 ไปสู่การปฏิบัติหลักสหกรณ์ร็อคเคิล ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่สมาชิกร้านสหกรณ์ร็อคเคิลได้ร่วมกัน
 คิดค้น วางแนวทางในการดำเนินธุรกิจจนประสบผลสำเร็จ หลักการสหกรณ์เป็นเกณฑ์แยกแยะ
 รูปแบบธุรกิจของสหกรณ์แตกต่างจากธุรกิจรูปอื่น ๆ อย่างชัดเจน หลักการสหกรณ์ร็อคเคิลที่
 สหกรณ์ทั่วโลกนำไปเป็นรูปแบบในทางปฏิบัติมี 7 ข้อ คือ

- (1) เปิดรับสมาชิกทั่วไป
- (2) สมาชิกคนหนึ่งออกเสียงลงคะแนนได้เสียงเดียว
- (3) จ่ายเงินปันผลตามส่วนแห่งการซื้อของสมาชิก
- (4) จ่ายดอกเบี้ยตามหุ้นในอัตราจำกัด

- (5) เป็นกลางในลัทธิศาสนาและการเมือง
- (6) ขายสินค้าตามราคาตลาดและขายด้วยเงินสด
- (7) ส่งเสริมการศึกษาอบรมทางสหกรณ์

สำหรับประเทศไทยก็ได้นำหลักการสหกรณ์สากลมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย จนกระทั่งเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2538 องค์การไอซีเอ ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมหลักการสหกรณ์สากลใหม่อีกครั้งเป็นหลักการสหกรณ์สากลปัจจุบันมี 7 ข้อ คือ

หลักการที่ 1 การเปิดรับสมาชิกโดยทั่วไปตามความสมัครใจ

สหกรณ์เป็นองค์กรแห่งความสมัครใจ เปิดรับบุคคลทั่วไปที่สามารถใช้บริการสหกรณ์ได้ และเต็มใจจะรับผิดชอบในฐานะสมาชิกเข้าเป็นสมาชิก โดยปราศจากการกีดกันทางเพศฐานะทางสังคม เชื้อชาติ การเมืองหรือศาสนา

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามแนวทางประชาธิปไตย

สหกรณ์เป็นองค์กรประชาธิปไตยที่มีการควบคุมโดยสมาชิก ซึ่งมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ บุรุษและสตรีที่ได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่เป็นผู้แทนสมาชิกต้องรับผิดชอบต่อสมาชิก ในสหกรณ์ชั้นปฐมสมาชิกมีสิทธิในการออกเสียงเท่าเทียมกัน (สมาชิกหนึ่งคนหนึ่งเสียง) สำหรับสหกรณ์ในระดับอื่น ๆ ก็ดำเนินการตามแนวทางประชาธิปไตยเช่นเดียวกัน

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจโดยสมาชิก

สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน (ถือหุ้น) ในสหกรณ์ตนเองอย่างเสมอภาคกันและมีส่วนในการควบคุมการใช้เงินทุนของสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตยทุนของสหกรณ์อย่างน้อย ๆ ส่วนหนึ่งต้องเป็นทรัพย์สินส่วนรวมของสหกรณ์ด้วย โดยปกติสมาชิกจะได้รับผลตอบแทน (ถ้ามี) ในอัตราที่จำกัดตามเงินลงทุน (หุ้น) ที่กำหนดเป็นเงื่อนไขของการเข้าเป็นสมาชิก สมาชิกสามารถจัดสรรเงินส่วนเกินของสหกรณ์ เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทุกอย่างดังนี้ คือ

(1) เพื่อการพัฒนาสหกรณ์โดยอาจกันไว้เป็นเงินสำรอง ซึ่งอย่างน้อยต้องมีส่วนหนึ่งที่นำมาแบ่งปันกันไม่ได้

(2) เพื่อตอบแทนแก่สมาชิกตามสัดส่วนของปริมาณธุรกิจที่สมาชิกได้ทำกับสหกรณ์

(3) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

หลักการที่ 4 มีการปกครองตนเองและมีอิสระ

สหกรณ์เป็นองค์กรที่พึ่งพาตนเองและปกครองตนเอง โดยมีการควบคุมจากมวลสมาชิก หากสหกรณ์จะต้องมีข้อตกลงผูกพันกับองค์กรอื่นใด ซึ่งรวมถึงหน่วยงานของรัฐด้วย หรือ

จะต้องเพิ่มเงินลงทุนโดยอาศัยแหล่งเงินทุนภายนอกสหกรณ์ สหกรณ์จะต้องกระทำการดังกล่าว ภายใต้เงื่อนไขที่มั่นใจได้ว่าสมาชิกจะยังคงชำระไว้ ซึ่งอำนาจในการควบคุมสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย และสหกรณ์ยังคงดำรงความเป็นอิสระ

หลักการที่ 5 การให้การศึกษา การฝึกอบรม และข่าวสาร

สหกรณ์พึงให้การศึกษาและการฝึกอบรมแก่สมาชิก ผู้แทนสมาชิกที่ได้รับการเลือกตั้ง ผู้จัดการและพนักงาน เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้สามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารแก่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชน และบรรดาผู้นำทางความคิดในเรื่องคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของสหกรณ์

หลักการที่ 6 การร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์

สหกรณ์จะสามารถให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ขบวนการของสหกรณ์ได้โดยร่วมกันในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

หลักการที่ 7 ความห่วงใยต่อชุมชน

สหกรณ์พึงดำเนินกิจการต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยั่งยืนตามนโยบายที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

1.5 ข้อมูลทั่วไปของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

1.5.1 ประวัติร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งสหกรณ์ เป็นสหกรณ์ ประเภทสหกรณ์ร้านค้า เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2523 เลขทะเบียนสหกรณ์ กพธ. 64/2523 สมาชิกแรกตั้ง จำนวน 108 คน ทุนเรือนหุ้น 9,150 บาท การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค อุปกรณ์การเรียน โดยการขายเป็นเงินสด ขายเป็นเงินเชื่อ และขายผ่อนชำระ สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 1/1 ถนนหลังเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สหกรณ์มีวันสิ้นปีทางบัญชี 31 ธันวาคมของทุกปี เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2555 สหกรณ์มีสมาชิก จำนวน 3,037 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการ จำนวน 11 คน และผู้ตรวจสอบกิจการ จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่สหกรณ์ จำนวน 3 คน

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ได้รับการกำกับดูแล แนะนำส่งเสริมการดำเนินงาน การบริหารจัดการ การเงิน จากกรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ผลการดำเนินงานของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จากตารางที่ 2.1 ความสามารถในการทำกำไร ปี 2551 – 2555 และจากตารางที่ 2.2 ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินปี 2553 - 2555

ตารางที่ 2.1 ความสามารถในการทำกำไร ปี 2551-2555

หน่วย : ร้อยละ

ผลตอบแทน	2551	2552	2553	2554	2555
อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	21.10	18.71	20.66	18.91	22.24
อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย	4.49	4.88	7.45	3.26	3.17
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	6.21	6.16	9.43	4.09	4.14
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	8.07	8.12	7.94	5.44	5.52

ที่มา: ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด (2551-2555)

ตารางที่ 2.2 ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินปีทางบัญชีสิ้นสุด 2553 – 2555

ที่	รายการ	หน่วยนับ	31 ธันวาคม	31 ธันวาคม	31 มีนาคม
			2553	2554	2555
1	สมาชิก	คน	3,074	2,990	3,037
2	ทุนเรือนหุ้น	บาท	231,400	237,510	239,100
3	ทุนสำรอง	บาท	1,320,100.05	1,392,820.25	1,403,882.25
4	ลูกหนี้ระยะสั้น	บาท	415,602.10	507,428.81	322,281.06
5	เจ้าหนี้การค้า	บาท	102,500	93,104	110,486
6	จัดหาสินค้ามาจำหน่าย	บาท	3,645,124.50	3,395,754.18	3,083,599.70
7	กำไรสุทธิ	บาท	120,421.45	110,619.11	97,813.45

ที่มา: ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด (2553-2555)

1.5.2 การดำเนินงานของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ดำเนินงานโดยมีคณะกรรมการดำเนินการ จำนวน 11 คน เจ้าหน้าที่สหกรณ์ จำนวน 3 คน และผู้ตรวจสอบกิจการ จำนวน 1 คน คณะกรรมการสหกรณ์จะมาจากการเลือกตั้งโดยผ่านมติที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี คุณสมบัติของคณะกรรมการเป็นไปตามข้อบังคับของสหกรณ์ เพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการปฏิบัติงานและการบริหารงานให้สหกรณ์ โดยจัดจ้างเจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ปฏิบัติงานในสหกรณ์ภายใต้การควบคุม กำกับดูแลของคณะกรรมการ

ดำเนินการ ผู้ตรวจสอบกิจการเลือกตั้งจากสมาชิกและบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถมาตรวจสอบ กำกับ ดูแลการทำงานของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ให้เป็นไปตามข้อบังคับ ระเบียบ มติที่ประชุมของสหกรณ์ ฝ่ายจัดการจะบริหารงานตามที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนดนโยบายไว้ โดยมีการดำเนินการดังนี้

1) สหกรณ์เปิดรับสมาชิกด้วยความสมัครใจ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิก และเพื่อป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์

2) สหกรณ์ได้ระดมเงินทุนเพื่อใช้เป็นทุนดำเนินงาน โดยเป็นแหล่งเงินภายในของสหกรณ์ ได้จากการระดมหุ้นจากสมาชิก สหกรณ์ได้จัดสรรกำไรสุทธิประจำปีไว้เป็นทุนสำรองตามที่กฎหมายกำหนด และยังจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีไว้เป็นเงินทุนสะสมอื่น ๆ มากกว่าที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ เพื่อเป็นทุนดำเนินงานภายในของสหกรณ์ โดยได้รับการสนับสนุนและอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี

3) การจัดทำมีสวัสดิการแก่สมาชิกสหกรณ์ โดยจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ เช่น กองทุนสวัสดิการและสงเคราะห์ให้แก่สมาชิกและครอบครัว

1.5.3 การดำเนินธุรกิจของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก คือ ธุรกิจซื้อหรือธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เพื่อจัดหาสินค้ามาจำหน่ายตามความต้องการของสมาชิก ได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภค อุปกรณ์การเรียน โดยการขายเป็นเงินสด ขายเป็นเงินเชื่อ และขายผ่อนชำระ

2. แนวคิดการบริหารจัดการ

2.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 30) อ้างถึงใน บรรยงค์ โตจินดา (2545: 18 - 33) ได้กล่าวถึง การบริหารจัดการ หรือ การบริหารและการจัดการ โดยภาพรวมการบริหารและการจัดการ หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยคำว่า การบริหาร Administration ใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นหนักการกำหนดนโยบายที่สำคัญ และกำหนดแผนซึ่งเป็นค่านิยมใช้ในการบริหาร ส่วนคำว่า การจัดการ Management เน้นการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ ซึ่งนิยมใช้สำหรับการจัดการธุรกิจ (Business Management)

คำอธิบายหรือความหมายของการบริหารจัดการนั้นมีปรากฏอยู่มากมายในตำราและบทความต่าง ๆ และเพื่อให้เข้าใจความหมายของการบริหารจัดการ ในที่นี้จึงขอยกคำจำกัดความของนักวิชาการบางท่านมาเป็นข้อสรุปดังนี้

ประพิศ ใหม่คามิ (2551 : 31) อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์ (2535 : 3) ได้กล่าวว่า การบริหารและการจัดการทดแทนกันได้ สำหรับคำว่า Management ซึ่งในอดีตแม้จะมีการพยายามเน้นคำว่า การบริหาร ให้สัมพันธ์กับคำว่า Administration ซึ่งเป็นการบริหารงานในภาครัฐและองค์กรที่มีได้มุ่งทำกำไร และพยายามจะแยกใช้คำว่า การจัดการให้เป็นเรื่องของการบริหารงานในภาครัฐกิจเอกชนเป็นการเฉพาะก็ตาม แต่ในความเป็นจริงในทุกวันนี้ เนื่องจากบทบาทของภาครัฐกิจได้ขยายเติบโตขึ้นมาก พร้อมกับงานของภาครัฐบาลก็คาบเกี่ยวกับงานของภาครัฐกิจเอกชนอย่างใกล้ชิด จนไม่อาจแยกออกจากกันได้ สภาพเช่นนี้ได้ทำให้การบริหารงานของทั้งสองภาคเหมือนกัน และแลกเปลี่ยนกันได้ตลอดเวลา คำว่า การบริหารและ การจัดการ จึงใช้แทนกันได้และน่าจะมีความหมายในลักษณะเดียวกัน

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 31) อ้างถึงใน สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2540: 2-3) ได้กล่าวว่า การบริหารจะเป็นการมองทั้งภายนอกและภายในขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับนโยบายวัตถุประสงค์ความสัมพันธ์กับภายนอกและภายใน ส่วนการจัดการนั้นเป็นการมองในแวดวงภายในองค์กร

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 31) อ้างถึงใน วอลโด (Voldo, 1955) อ้างถึงใน สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2540: 4) ได้กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ความพยายามของมนุษย์ในการร่วมประสานงานรูปแบบหนึ่งที่มีระดับของความมีเหตุผลอย่างสูง การบริหารไม่จำเป็นจะต้องเป็นความร่วมมือประสานงานที่มีเหตุผลเพียงรูปแบบเดียว ทั้งนี้เพราะอาจมีการร่วมมือประสานงานในเชิงการเป็นศัตรู หรือในระบบการแข่งขันระหว่างบริษัทเอกชนต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับประเด็นของความมีเหตุผลในระดับสูงนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายหรือจุดหมายปลายทาง ส่วนการจัดการนั้นเป็นชีวภาพซึ่งเป็นการกระทำหน้าที่ และมีลักษณะเป็นพลวัตต้องการ ซึ่งการจัดการนั้นต่างต้องขึ้นต่อกันและกัน ซึ่งเปรียบเสมือนกับร่างกายและจิตใจที่ต้องขึ้นต่อกันและกันในสิ่งมีชีวิตหนึ่ง ๆ

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 32) อ้างถึงใน สมภพ สุขช่วง (2541: 53) ได้กล่าวว่า การให้นิยามของคำว่า การบริหาร มีอยู่ต่าง ๆ กัน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์การใช้ความคิดเห็น และความเข้าใจที่แตกต่างกัน ไม่มีคำใดเป็นมาตรฐานหรือเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป แต่ละคำก็ให้ความหมายและความเข้าใจแก่ผู้ใช้ในลักษณะเดียวกัน เช่น

การบริหาร คือ การใช้ทรัพยากรร่วมกันของทุกคนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การบริหาร คือ เป็นกระบวนการที่ทำให้งานสำเร็จลง โดยการใช้ทรัพยากรบุคคลและวัตถุเข้าด้วยกัน

การบริหาร คือ เป็นงานที่กำหนดแนวทาง หรือการสั่งการให้กลุ่มคนได้ทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น

นอกจากนี้ ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 32) อ้างถึงใน สมภพ สุขช่วง (2538: 54-55) ได้ให้ความหมายของการบริหารในแง่ต่าง ๆ กัน 4 ประการดังนี้

(1) การบริหารเป็นกระบวนการ (Organizational process) ซึ่งหมายความว่า การบริหารมีกฎเกณฑ์ ทฤษฎี และแนวความคิดที่นำมาใช้ได้ในองค์กร แต่ไม่ใช่เป็นกฎเกณฑ์หรือเป็นสูตรคงที่แน่นอนตายตัว หากเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม สามารถตอบได้ว่าหลักการนำมาใช้นั้นมีผลอย่างไร ตลอดระยะเวลาที่นำเอาไปใช้เมื่อมีข้อบกพร่องไม่เหมาะสมเกิดขึ้นก็สามารถเปลี่ยนแปลงกระบวนการนั้นให้ก้าวหน้าต่อไป ดังนั้นในแง่ของผู้บริหารจึงเป็นผู้รับผิดชอบในการแนะนำสั่งการ ชักนำและควบคุมการปฏิบัติงานของคนอื่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

(2) การบริหารเป็นกลุ่มบุคคล (People) ผู้ร่วมทำงานในองค์กร หมายความว่า เมื่อกล่าวถึงการบริหาร เรามักจะคิดถึงบุคคลในระดับบริหารที่ทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานขององค์กรนั้น บุคคลหรือผู้บริหารเหล่านี้ประกอบด้วยบุคคลระดับหัวหน้าหน่วยงานในบริษัท ผู้จัดการ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายบริหารจะไม่ทำงานการผลิตหรือการให้บริการโดยตรง แต่จะทำงานโดยทางอ้อมในด้านการควบคุมดูแล และบังคับบัญชาให้ฝ่ายปฏิบัติการได้ทำงานไปโดยเรียบร้อย

(3) การบริหารเป็นวิชาการ (Discipline) เป็นศาสตร์หรือเป็นความรู้ที่มีการสอน การเรียนในสถาบันศึกษาระดับสูง ขอบเขตของวิชานี้จึงกว้างขวางเช่นเดียวกับวิชาวิทยาศาสตร์และก็มีบางส่วนซ้ำกับวิชาอื่น เช่น วิชาการบริหารการเงินและการตลาด อย่างไรก็ตามก็ดูดีการบริหารเป็นความรู้ที่สามารถดำเนินการกำหนดได้ว่าเป็นอะไร และมีลักษณะอย่างไรในตัวของมันเอง ความรู้ของวิชานี้สามารถกำหนดขึ้นเป็นทฤษฎีและเพิ่มเติมได้ด้วยการค้นคว้าวิจัย กล่าวคือวิชานี้จัดได้ว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ผู้บริหารจะต้องรู้ทฤษฎีหรือหลักการบริหารก่อน

(4) การบริหารเป็นงานอาชีพ (Profession) ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญคือต้องอาศัยความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ต้องมีการอบรมและฝึกประสบการณ์ มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ และได้รับค่าตอบแทนจากบริการที่ทำ จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้บุคคลผู้เป็นเจ้าของไม่ได้เข้ามาดำเนินงานเองทั้งหมด จะมีบุคคลประเภทหนึ่งเข้ามารับผิดชอบใน

ฐานะผู้บริหารโดยได้รับคำตอบแทนตามที่ตกลง บุคคลประเภทนี้มีความเชี่ยวชาญมีความสามารถ
บริหารงานทำให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรืองดีกว่าเจ้าของเสียอีก เพราะการดำเนินธุรกิจไม่ใช่เรื่องที่ทำกันได้
ง่าย ๆ จะต้องมีความรู้ความชำนาญจริงๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้อาชีพทางด้านการบริหารอาจทำในรูป
สมาคม บริษัท ที่ปรึกษาและเป็นลักษณะส่วนตัว

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 32) อ้างถึงใน ปีเตอร์ (Peter F. Drucker, 1979 อ้างถึงใน
ธงชัย สันติวงษ์, 2535 : 3) ได้กล่าวถึง ประมาจารย์ทางการบริหารของสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้กล่าวไว้
ว่า การบริหาร คือ การทำให้งานต่าง ๆ ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำ ซึ่งความหมายของคำจำกัด
ความนี้สามารถขยายความได้ว่า ภายในสภาพองค์กรที่กล่าวมานั้น ทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็น
ทรัพยากรหลักขององค์กรที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์กรซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้าน
วัตถุดิบ ๆ เช่น อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน เป็นต้น

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 32) อ้างถึงใน ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว (2537: 37) ได้กล่าว
ว่า การจัดการ (Management) ก็คือ วิธีการจัดระเบียบงานของกลุ่มคนที่มากระทำการกิจกรรมร่วมกัน
รวมทั้งกำหนดความสัมพันธ์ของกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายตาม
วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน การจัดระเบียบงานนั้น ได้แก่ การจำแนกโครงสร้างขององค์กร
ออกเป็นส่วน ๆ ตามลักษณะของงาน เช่น แบ่งงานออกเป็นฝ่าย แผนก ฯลฯ เพื่อให้บุคคลใน
องค์กรได้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยสิ้นเปลืองน้อยที่สุด แต่ให้ผลมากที่สุด

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 33) อ้างถึงใน เฮอร์เบิร์ต ไชมอน (Herbert Simon,
1912) อ้างถึงใน สัมพันธ์ ภูไพบูลย์, 2540:15) ได้ให้ความหมายว่าการบริหาร หมายถึง กิจกรรมที่
บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 33) อ้างถึงใน เออร์เนสต์ เดล (Ernest Dale, 1923 อ้างถึง
ใน พสุ สัตถาภรณ์, 2533: 167) ได้กล่าวว่า การจัดการคือ การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยบุคคลอื่น
ซึ่งในแอนโซโคปีเลีย อเมริกาโน่ กล่าวไว้ว่า การจัดการคือศิลปะของการประสานปัจจัยต่างๆ ของ
การผลิตเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร (Management is the art of coordinating the element
of factors of production toward the achievement of the purpose of an organization)

จากคำจำกัดความที่นักวิชาการท่านต่าง ๆ ได้ให้ความหมายหรือจำกัดความคำว่า
การบริหารจัดการ หรือ การบริหารและการจัดการ ดังกล่าวข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง
การร่วมประสานงาน การกำหนดแนวทาง การสั่งการที่เกี่ยวข้องกับนโยบายวัตถุประสงค์
ความสัมพันธ์กับภายนอกและภายในขององค์กร รวมถึงเป็นกระบวนการที่ทำให้งานสำเร็จลง โดย
การใช้ทรัพยากรบุคคล และวัตถุเข้าด้วยกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น

การจัดการ หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน หรือการกำหนด ความสัมพันธ์ของกลุ่มกิจกรรม เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของ หน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การบริหารการจัดการ หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากร เพื่อให้ การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายการ ร่วมประสานงาน และการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ โดยอาศัยทรัพยากรที่สำคัญ ในองค์กรมาช่วยในการปฏิบัติงาน

2.2 ปัจจัยพื้นฐานของการบริหารจัดการ

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 33) อ้างถึงใน ปิยดา สมบัติวัฒนา (2539: 38) ได้ กล่าวถึง การจัดการหรือการบริหารกิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานของ การจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่เป็นปัจจัยที่สำคัญของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกัน อย่างแพร่หลายในนาม 4 M ดังนี้

- (1) บุคคล (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ
- (2) เงินทุน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้าง ซื้อวัสดุสิ่งของต่างๆ
- (3) วัสดุอุปกรณ์ (Material) ใช้เป็นเครื่องมือในการบริการขององค์กร
- (4) การบริหารจัดการ (Management) การประกอบกิจการที่บุคคลในองค์กรได้ นำเอาทรัพยากร บุคคลและทุนมารวมกันเพื่อการบริหาร

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: 33) อ้างถึงใน มัลลิกา ต้นสอน (2545: 57-58) ได้กล่าว ว่า ปัจจัยพื้นฐานในการบริหารจัดการทั้ง 4 ประการนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการ เพราะ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และคุณภาพของปัจจัย ซึ่ง สามารถอธิบายได้ดังนี้

- (1) บุคคล (Man) การสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรผ่านทรัพยากร มนุษย์ เช่น การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร การประเมินผล การปฏิบัติงาน รวมถึงระบบการจูงใจต่างๆ การหมุนเวียนของบุคลากรหรือการขาดงานลางาน พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ เป็นต้น การทำงานของคนทั้งที่ใช้สติปัญญาและกำลังแรงงานไม่ว่า บุคคลนั้นจะประกอบอาชีพเป็นพ่อค้าหรือนักนิเวศวิทยาก็ตาม เขาเหล่านั้นได้สร้างผลผลิตที่ สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมทั้งสิ้น

- (2) เงินทุน (Money) เป็นการบริหารเงินทุนของกิจการ หรือองค์กร เช่น สถานะ ทางการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร กิจกรรมทางการเงินและ โอกาส

ในการลงทุน เป็นต้น ซึ่งเงินทุนที่ใช้ในการผลิตและการบริการ บางครั้งคำว่าทุนนี้จะถูกแปลความหมายไปถึงเงินทุนที่ใช้ในการซื้อเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการผลิตก็ตาม

(3) วัสดุอุปกรณ์ (Material) ประสิทธิภาพในการแปรรูปขององค์การ ตลอดจนการพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) ของธุรกิจ เช่น การใช้เทคโนโลยี การจัดการวัสดุอุปกรณ์ การจัดการคุณภาพ เป็นต้น

(4) การบริหารจัดการ (Management) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับองค์การ และความสามารถในการบริหารงาน เช่น เครือข่ายในการติดต่อสื่อสาร โครงสร้างขององค์การ วัตถุประสงค์นโยบาย ขั้นตอนปฏิบัติงาน หรือกฎเกณฑ์ ตลอดจนความสามารถของทีมงานหรือผู้บริหาร เป็นต้น การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้นำเอาทรัพยากรบุคคลและเงินทุนมารวมกัน เพื่อการบริหารและบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการขาดทุนถ้าหากผลของการดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามที่คาดหมายในทางตรงกันข้าม ถ้าธุรกิจประสบความสำเร็จก็จะได้รับผลตอบแทนตามความสำเร็จนั้น

สรุปว่า การบริหารจัดการภายในองค์การ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของการจัดการ ซึ่งรู้จักกันแพร่หลายและนิยมนำมาใช้ในการบริหารองค์การคือ 4M ซึ่งได้แก่ บุคคล เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญของการจัดการ เพราะประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และคุณภาพของปัจจัย ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังกล่าว

3. ทฤษฎีสวนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ขายในราคาให้ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อหา เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง (เสรี วงมณฑา 2542: 11)

นอกจาก 4 P's แบบดั้งเดิมที่ทำงานได้ดีกับสินค้าธุรกิจในปัจจุบันต้องให้ความสนใจกับปัจจัยเพิ่มอีก 3 P's เพื่อใช้กับการตลาดที่มีบริการ ให้บริการ ได้แก่ คน (people) เหตุการณ์ทางกายภาพ (physical evidence) และกระบวนการ (process) เพราะการให้บริการส่วนมากกระทำโดยคน ดังนั้น การคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึง

พอใจของลูกค้าอย่างใหญ่หลวง (ชนวรรณ แสงสุวรรณ 2546: 583) ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7 P's ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งของจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

(2) ด้านราคา (Price) หมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น

(3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และ คุณประโยชน์ของบริการ ที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) เป็นส่วนสำคัญอย่างมาก ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ สะดวกซื้อ และได้สินค้า ตามที่ลูกค้าต้องการ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

(5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรมการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้มาใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับลูกค้า

(6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับ ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการ ที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

(7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติ ในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ดลนภา หวงสุวรรณกร (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะของลูกค้านาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

กฤตชยา มาติ๊ะ (2548: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในงานแสดงสินค้า จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องความสะดวก ในการหาซื้อ ส่วนในเรื่องอื่น ๆ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านตราหือ ของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประเภท และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หลากหลาย อายุ การเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของหีบห่อของผลิตภัณฑ์ ขนาดบรรจุของหีบห่อของ ผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ราคาผลิตภัณฑ์ ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ ชนิดเดียวกัน การต่อรองราคา มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม การให้ข้อมูลราคาสินค้า สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ สถานที่จำหน่ายสะอาด สวยงาม มีสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ การสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์ การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ทัศนีย์ สมธิ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกิจกรรมสหกรณ์ ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากต่อการบริการของกิจกรรมสหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย แต่มีความพอใจปานกลางต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา อาคารสถานที่ และด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่นั้นกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจกับ บริเวณที่ตั้งอาคารและความสะดวกภายในร้านมากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยด้านราคาด้านลูกค้า พึงพอใจมากกับความชัดเจนของป้ายบอกราคาสินค้า ด้านการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์

ลูกค้า มีความพอใจมากกับการที่กิจกรรมสหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายให้การสนับสนุน กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ด้านการบริการนั้นปรากฏว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ต่อ กิริยามารยาทของผู้ให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ ผลของการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการกิจกรรมสหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ด้าน อาคาร สถานที่ ด้านการบริการลูกค้าของผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง เพศชาย มีความแตกต่างกันที่ ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้าน ผลិតภัณฑ์ ไม่มีความแตกต่างกัน

บงกช ทราบคำ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด ผล การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาใน ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มี อายุการเป็นสมาชิก 3-4 ปี ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำบลแม่จ่า ปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ให้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ประพิศ ใหม่คามิ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ อำเภอเงา จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ด้านที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความ ต้องการของผู้ใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ อำเภอเงา จังหวัดลำปาง ใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีการควบคุมวันผลิต และวันหมดอายุ ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด ได้แก่ จัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ ด้านการส่งเสริม การตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ให้สนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ ของทางโรงเรียนในโอกาส ต่าง ๆ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายให้การต้อนรับอย่างเป็น กันเอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ร้านค้า

สหกรณ์มีบรรยากาศที่ดี และด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การคิดราคาสินค้า ถูกต้อง และรวดเร็ว

วานิสสา สุรินทาส (2551:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภทผ้าไหมยกดอก กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าบ้านศรีเมืองผู้ อำเภอเมือง จังหวัดลาพูน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าบ้านศรีเมืองผู้คือ ปัจจัยด้านการผลิต และด้านการตลาดซึ่งมีความสำคัญมาก และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดการองค์กร และปัจจัยด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง

ทัศนมา หงส์มา (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า

ผู้บริโภคที่ซื้อ/เคยซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมากรวมทั้งเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร มีวัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการซื้อเพื่อเป็นของฝาก/ของที่ระลึก ซึ่งตนเองมีอิทธิพลมากที่สุด ช่วงเวลาเลือกซื้อเป็นวันเสาร์ – วันอาทิตย์ และซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งหากพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ในแต่ละด้านสามารถเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สำหรับ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้น เพศของผู้บริโภค และ เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านลักษณะในการเลือกซื้อ สินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นระดับการศึกษาของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรม ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ สินค้า OTOP ที่ผลิตโดย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านราคา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรม ด้านลักษณะในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย

กัมปนาท คำมหา (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ร้านสหกรณ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.1 ที่มีอายุ 21 แต่ไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.4 อาชีพนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 58.6 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.1
- 2) พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ส่วนใหญ่เลือกยี่ห้อน้ำดื่มสิงห์ คิดเป็นร้อยละ 52.8 เหตุผลการเลือกซื้อน้ำดื่มเพราะ เชื่อมั่นในความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 72.7 ขนาดของขวดบรรจุน้ำดื่มที่เลือก คือ 500 ซี.ซี. คิดเป็นร้อยละ 67.4 ความถี่ในการเลือกซื้อน้ำดื่ม คือ ซื้อทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 57.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำดื่ม คือ ต่ำกว่า 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.8 และโอกาสในการเลือกซื้อน้ำดื่ม คือ ใช้ดื่มเมื่ออยู่นอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 81.1
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด คือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด แต่อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 4) ความแตกต่างระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค คือ ความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ความแตกต่างของอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

รจนา มะลิวัลย์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า 7-Catalog ของผู้บริโภคในจังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-45 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท สินค้าประเภทเครื่องสำอางซื้อบ่อยที่สุด เหตุผลที่เลือกซื้อ คือ ความสะดวกสบายในการสั่งซื้อ เพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุด แหล่งซื้อและรับสินค้าคือร้าน 7-Eleven ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้า 7-Catalog ที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า 7-Catalog



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย
อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด เป็นการศึกษาโดยใช้การสำรวจ (Survey Research Method) ใช้วิธีการ
เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม
(Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ สมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษา
ขอนแก่น จำกัด ตามบัญชีรายชื่อสมาชิกเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2555 จำนวน 3,037 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง สมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำนวน
353 คน ทำการคำนวณหาตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากประชากร จำนวน 3,037 คน โดย
ใช้สูตรของ Taro Yamane ในกรณีทราบจำนวนประชากร ได้กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของ
กลุ่มตัวอย่างไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่า
$$n = \frac{3,037}{1 + 3,037(0.05)^2}$$

$$n = 353.44$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาเท่ากับ 353 คน เพื่อทำการศึกษาต่อไป

1.3 การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรสมาชิกผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยไม่ให้มีการซ้ำ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 353 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความผิดพลาด เนื่องจากผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ได้อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น ไม่ค้ำนึ่งว่าประชากรเป้าหมายนั้นจะมีโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะถูกเลือกมาเป็นตัวอย่างโดยเท่าเทียมกันหรือไม่ แต่จะค้ำนึ่งถึงความสะดวกและประหยัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อความรวดเร็ว จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ที่เข้ามาใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามสมาชิกสหกรณ์ที่เข้ามาใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Response Question) โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1. ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์เป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกคำตอบแบบคำตอบเดียว และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 7 ข้อ

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.5 ระยะเวลาของการเป็นสมาชิกสหกรณ์
- 1.6 สินค้าที่ซื้อประจำ
- 1.7 ความถี่ในการใช้บริการ

2. ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยให้สมาชิกสหกรณ์แสดงความคิดเห็นระดับความต้องการมากน้อยเพียงใด ซึ่งมี

มาตรวัด 5 ระดับ จำนวน 4 ด้าน คือ เจ้าหน้าที่ เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ ว่าระดับความต้องการมีความคิดเห็นที่ตรงกับความจริงมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความจริง มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	มีค่าเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	มีค่าเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1	คะแนน

การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรด้วยวิธีของ R. Likert ในประมวลสารเศรษฐศาสตร์และการวิจัยสหกรณ์ (อ้างใน สุวรรณ ชูโชติ 2544 : 68) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากนั้นจึงนำคะแนนแต่ละข้อมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลความหมายระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความจริง เกี่ยวกับความคิดเห็นความต้องการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ใช้วิธีนำค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็น ผู้ศึกษาได้กำหนดออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้สูตรวัดแบบอันตรภาคชั้น คำนวณดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

นั่นคือ ค่า 0.80 เป็นค่าช่วงคะแนนของระดับอันตรภาคชั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้ ระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความจริง

มากที่สุด	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	คะแนน
มาก	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	คะแนน
ปานกลาง	ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	คะแนน
น้อย	ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	คะแนน
น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	คะแนน

3. ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด โดยให้สมาชิกสหกรณ์แสดงความคิดเห็นระดับความต้องการมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีมาตรวัด 5 ระดับ จำนวน 7 ด้าน คือ ผลผลิตพันธ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย เจ้าหน้าที่

กระบวนการ และทางกายภาพ ว่าระดับความต้องการมีความคิดเห็นที่ตรงกับความจริงมากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความจริง

มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	มีค่าเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	มีค่าเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1	คะแนน

4. ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Response Question) เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

2.2 การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษารุ่นนี้ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเครื่องมือก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งวิธีการการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นั้น ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างเสร็จแล้วพร้อมทั้งนิยามของตัวแปรที่มุ่งวัดให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด และให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดไว้เป็นรายชื่อ

การทดสอบความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ นั้น ใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ผู้ศึกษานำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปทดสอบก่อน (Pre-test) เพื่อหาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ในตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of alpha) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha เท่ากับ .95 หากค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α) เข้าใกล้ค่า 1.00 ถือว่าเครื่องมือวัดนั้นใช้ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษารุ่นนี้ ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จาก

สมาชิกผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยไม่ให้มีการซ้ำ ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แปลผลและเขียนรายงานการศึกษา ส่วนข้อมูลทฤษฎี ได้จากการค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ อินเทอร์เน็ต ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารรายงานประจำปี เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การวิเคราะห์สภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก สินค้าที่ซื้อประจำ และความถี่ในการใช้บริการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์วิเคราะห์แปรผลดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.3 การเปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และค่า F-test

4.4 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเป็นค่าความถี่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากประชากร จำนวน 3,037 คน มีกลุ่มตัวอย่าง 353 คน ตามการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่ม ตัวอย่างคือ ประชากร ได้แก่ สมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด แล้วนำข้อมูล มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentages) ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations : S.D.) ค่า t-test และค่า F-test (One - way ANOVA) แล้วนำมาเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่ง ออกเป็น 4 ข้อ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

สภาพทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก สินค้าที่ซื้อประจำ และความถี่ในการ ใช้บริการ โดยเฉลี่ยก็ครั้งต่อเดือน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกรายละเอียดได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
- ชาย	15	4.2
- หญิง	338	95.8
รวม	353	100

(n=353)

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และเพศหญิง จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

(n=353)		
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
- อายุ 15 – 20 ปี	210	59.5
- อายุ 21 – 25 ปี	126	35.7
- อายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป	17	4.8
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 20 ปี มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 แต่อายุ 21 – 25 ปี มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 20 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 21 – 25 ปี และอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.3 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

(n=353)		
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
- ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น	336	95.2
- ปฏิบัติงานในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น	17	4.8
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น มีจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ

95.2 และปฏิบัติงานในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่นมากกว่าปฏิบัติงานในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น

ตารางที่ 4.4 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n=353)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	31	8.8
- 5,000 – 10,000 บาท	305	86.4
- 15,001 – 20,000 บาท	17	4.8
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 86.4 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุด รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

ตารางที่ 4.5 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

(n=353)

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
- 1 – 3 ปี	215	60.9
- 4 – 6 ปี	121	34.3
- มากกว่า 6 ปี	17	4.8
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 3 ปี มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 แต่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีจำนวน 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 6 ปี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 3 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 4 – 6 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 6 ปี

ตารางที่ 4.6 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ

(n=353)

สินค้าที่ซื้อประจำ	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
- อาหาร ขนม	44	12.5
- เครื่องดื่ม	209	59.2
- อุปกรณ์การเรียน	100	28.3
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามสินค้าที่ซื้อประจำประเภทอาหาร, ขนม มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 แต่สินค้าที่ซื้อประจำประเภทเครื่องดื่ม มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 และสินค้าที่ซื้อประจำประเภทอุปกรณ์การเรียน มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามสินค้าที่ซื้อประจำประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์การเรียน และอาหาร ขนม

ตารางที่ 4.7 จำนวน และค่าร้อยละ สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ความถี่ในการใช้บริการ

(n=353)

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
- 1 ครั้งต่อเดือน	100	28.3
- 2 ครั้งต่อเดือน	181	51.3
- 3 ครั้งต่อเดือน	22	6.2
- 4 ครั้งต่อเดือน	50	14.2
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 แต่ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 แต่ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน 4 ครั้งต่อเดือน และ 3 ครั้งต่อเดือน

2. ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

2.1 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเจ้าหน้าที่

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเจ้าหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน	4.34	.47	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ	4.29	.54	มากที่สุด
3. ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่	4.34	.47	มากที่สุด
4. ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.34	.47	มากที่สุด
5. ความเสมอภาคในการให้บริการ	3.85	.62	มาก
รวม	4.23	.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเสมอภาคในการให้บริการ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเงินทุน

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านเงินทุน	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การระดมทุนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	4.33	.47	มากที่สุด
2. การให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลสูง	4.33	.47	มากที่สุด
3. เงินทุนมีความเพียงพอต่อการดำเนินการ	4.40	.49	มากที่สุด
รวม	4.35	.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ :ด้านเงินทุน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เงินทุนมีความเพียงพอต่อการดำเนินการ สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การระดมทุนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และการให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลสูง

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านวัสดุอุปกรณ์

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านวัสดุอุปกรณ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	4.33	.47	มากที่สุด
2. การบริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	4.33	.47	มากที่สุด
3. การบริการด้วยระบบบาร์โค้ด	4.33	.47	มากที่สุด
รวม	4.33	.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน

การบริหารจัดการ :ด้านวัสดุอุปกรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย การบริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และการบริการด้วยระบบบาร์โค้ด

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านการจัดการ

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : ด้านการจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. คณะกรรมการต้องมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด	4.26	.44	มากที่สุด
2. การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนดำเนินงานให้แก่เจ้าหน้าที่	4.14	.53	มาก
3. การสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบปฏิบัติตามแผนดำเนินงาน	4.18	.48	มาก
4. การควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามภารกิจได้รับการมอบหมาย	4.18	.48	มาก
รวม	4.19	.46	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ :ด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คณะกรรมการต้องมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด รองลงมา คือ การสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบปฏิบัติตามแผนดำเนินงาน และการควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามภารกิจได้รับการมอบหมาย สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนดำเนินงานให้แก่เจ้าหน้าที่

2.2 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสม

การตลาด

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพ	4.11	.55	มาก
2. สินค้ามีความหลากหลายประเภท เพื่อให้ สมาชิกผู้ให้บริการสามารถเลือกซื้อได้ตาม ความต้องการ	4.25	.43	มากที่สุด
3. สินค้าจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	4.22	.41	มากที่สุด
4. สินค้าสะอาดตามหลักโภชนาการ	4.22	.41	มากที่สุด
5. สินค้ามีการควบคุมวันผลิตและวันหมดอายุ	4.22	.41	มากที่สุด
รวม	4.20	.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน
จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน
ส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สินค้ามีความหลากหลายประเภท เพื่อให้สมาชิก
ผู้ให้บริการสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ รองลงมา คือ สินค้าจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อสะดวก
ในการเลือกซื้อ สินค้าสะอาดตามหลักโภชนาการ และสินค้ามีการควบคุมวันผลิตและวันหมดอายุ
สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านราคา

(n =353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ปิดป้ายราคาชัดเจนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	3.99	.25	มาก
2. ป้ายบอกราคาสินค้ามีขนาดที่สามารถมองเห็น ได้อย่างชัดเจน	4.03	.17	มาก
3. สินค้าจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ของสินค้า	4.03	.17	มาก
4. ราคาสินค้าต่ำกว่าท้องตลาด	4.35	.47	มากที่สุด
5. การลดราคาพิเศษตามเทศกาล	4.35	.47	มากที่สุด
รวม	4.15	.24	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน
จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน
ส่วนประสมการตลาด : ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ราคาสินค้าต่ำกว่าท้องตลาด และการลดราคาพิเศษตามเทศกาล
รองลงมาคือ ป้ายบอกราคาสินค้ามีขนาดที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และสินค้าจำหน่ายใน
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปิดป้ายราคาชัดเจนเพื่อ
สะดวกในการเลือกซื้อ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านสถานที่

(n =353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. จัดและตกแต่งภายในร้านสหกรณ์สะอาดและน่าสนใจ	4.51	.50	มากที่สุด
2. จัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ	4.51	.50	มากที่สุด
3. จัดระบบแสงสว่างและระบบระบายอากาศให้ถูกต้องตามหลัก 5 ส	4.51	.50	มากที่สุด
4. จัดช่องทางเข้า – ออก และช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าให้เพียงพอและเหมาะสม	4.51	.50	มากที่สุด
5. ป้ายข้อความบอกจุดชำระเงินที่ชัดเจน	4.32	.46	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของเวลาเปิดให้บริการ	4.22	.48	มากที่สุด
รวม	4.23	.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จัดและตกแต่งภายในร้านสหกรณ์สะอาดและน่าสนใจ จัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ จัดระบบแสงสว่างและระบบระบายอากาศให้ถูกต้องตามหลัก 5 ส และจัดช่องทางเข้า – ออก และช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าให้เพียงพอและเหมาะสม รองลงมา คือ ป้ายข้อความบอกจุดชำระเงินที่ชัดเจน สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเหมาะสมของเวลาเปิดให้บริการ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านการส่งเสริมการขาย

(n =353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการตลาดให้แก่สมาชิกผู้ให้บริการ	4.51	.50	มากที่สุด
2. การโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ ที่นำมาจำหน่ายในร้านสหกรณ์	4.51	.50	มากที่สุด
3. การให้ข้อมูลแก่สมาชิกผู้ให้บริการเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	4.51	.50	มากที่สุด
4. การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ	4.51	.50	มากที่สุด
5. การจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ	4.51	.50	มากที่สุด
รวม	4.51	.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการตลาดให้แก่สมาชิกผู้ให้บริการ การโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ ที่นำมาจำหน่ายในร้านสหกรณ์ การให้ข้อมูลแก่สมาชิกผู้ให้บริการ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ และการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านเจ้าหน้าที่

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านเจ้าหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. เจ้าหน้าที่ขายแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสม	3.74	.50	มาก
2. เจ้าหน้าที่ขายพูดจาไพเราะอ่อนหวาน	4.03	.17	มาก
3. เจ้าหน้าที่ขายสุภาพ อ่อนโยน	4.03	.17	มาก
4. เจ้าหน้าที่ขายให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.03	.17	มาก
5. เจ้าหน้าที่ขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ที่ถูกต้องตามความเป็นจริงแก่สมาชิก ผู้ให้บริการ	4.03	.17	มาก
6. เจ้าหน้าที่ขายบริการอย่างรวดเร็ว	4.03	.17	มาก
รวม	3.98	.19	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน
จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน
ส่วนประสมการตลาด : ด้านเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ขายพูดจาไพเราะอ่อนหวาน เจ้าหน้าที่ขายสุภาพ
อ่อนโยน เจ้าหน้าที่ขายให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า
ที่ถูกต้องตามความเป็นจริงแก่สมาชิกผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ขายบริการอย่างรวดเร็ว สำหรับข้อที่มี
ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่ขายแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านกระบวนการ

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การบริการตามลำดับก่อน – หลัง	3.77	.48	มาก
2. การคำนวณราคาสินค้าถูกต้อง และรวดเร็ว	3.99	.26	มาก
3. การบริการรวดเร็วและประทับใจสมาชิก ผู้ใช้บริการ	4.10	.30	มาก
รวม	3.95	.23	มาก

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน
จำแนกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน
ส่วนประสมการตลาด : ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริการรวดเร็วและประทับใจผู้ใช้บริการ รองลงมา คือ
การคำนวณราคาสินค้าถูกต้อง และรวดเร็ว สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การบริการตามลำดับ
ก่อน – หลัง

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : ด้านทางกายภาพ

(n=353)

ความต้องการปัจจัยด้านส่วนประสม การตลาด : ด้านทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การตกแต่งร้านสหกรณ์สวยงาม และทันสมัย	4.51	.50	มากที่สุด
2. ร้านสหกรณ์มีบรรยากาศที่ดี	4.51	.50	มากที่สุด
3. ร้านสหกรณ์สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.51	.50	มากที่สุด
รวม	4.51	.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน จำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาด : ด้านทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณา เป็นรายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตกแต่งร้านสหกรณ์สวยงาม และทันสมัย ร้าน สหกรณ์มีบรรยากาศที่ดี และร้านสหกรณ์สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

3. เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก

3.1 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้าน การบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามเพศ

เปรียบเทียบความต้องการ	\bar{X}	S.D.	t	p
เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ				(n =353)
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	-2.58	.01*
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.79	.42
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	13.53	.00*
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	8.03*	.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ มีความแตกต่างกันในด้านเจ้าหน้าที่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านเงินทุน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามอายุ

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.02	.97
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.54	.58
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	.33	.71
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.20	.81

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามอาชีพ

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	t	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.22	.82
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	-.29	.76
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	-.14	.88
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.58	.55

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์พบว่า อาชีพของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.02	.97
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.04	.95
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	.02	.97
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.17	.84

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกกับความ ต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.03	.97
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.37	.68
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	.21	.80
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.30	.73

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ

(n=353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.01	.98
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.18	.83
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	.21	.81
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.14	.86

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์พบว่า สินค้าที่ซื้อประจำของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ : จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

(n=353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านเจ้าหน้าที่	4.23	.45	.09	.96
2. ด้านเงินทุน	4.35	.46	.13	.94
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.33	.47	.07	.97
4. ด้านการจัดการ	4.19	.46	.30	.82

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของสมาชิกกับความ ต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

3.2 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาด

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามเพศ

(n =353)				
เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	t	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	.55	.57
2. ด้านราคา	4.15	.24	11.80	.00*
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	2.23	.04*
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	2.96	.00*
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	-.33	.74
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	-3.50	.00*
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	2.96	.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด มีความแตกต่างกันในด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านเจ้าหน้าที่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก
ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด : จำแนกตามอายุ

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	1.40	.24
2. ด้านราคา	4.15	.24	2.45	.08
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	.71	.49
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	.91	.40
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.04	.95
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.20	.81
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	.91	.40

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการ
โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด: จำแนกตามอาชีพ

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	t	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	1.33*	.19
2. ด้านราคา	4.15	.24	-2.22	.02*
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	-.86	.39
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	-1.15	.26
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.27	.78
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.63	.52
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	-1.15	.26

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์พบว่า อาชีพของสมาชิกกับความต้องการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด มีความแตกต่างกันในด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ และด้านทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด: จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

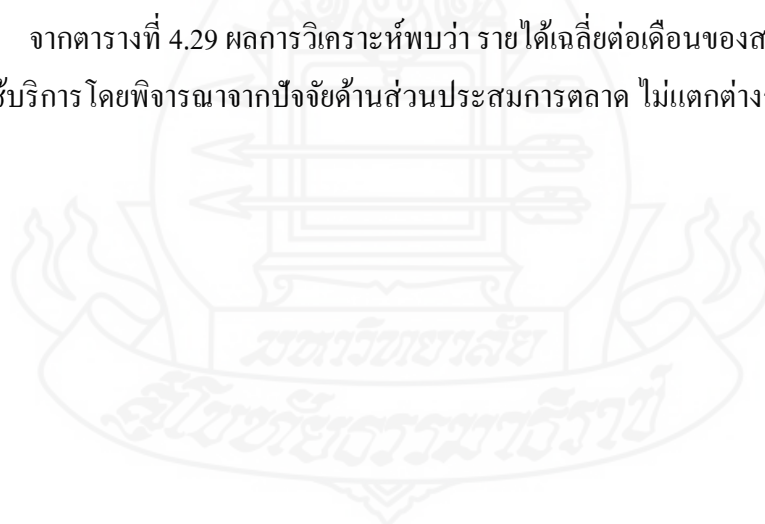
(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	.62	.53
2. ด้านราคา	4.15	.24	2.45	.08
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	.40	.66
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	.76	.46
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.03	.96
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.24	.78
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	.76	.46

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกกับความ
ต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด: จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	.89	.40
2. ด้านราคา	4.15	.24	2.52	.08
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	.55	.57
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	.84	.43
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.03	.96
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.20	.81
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	.84	.43

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับความต้องการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด: จำแนกตามสินค้าที่ซื้อประจำ

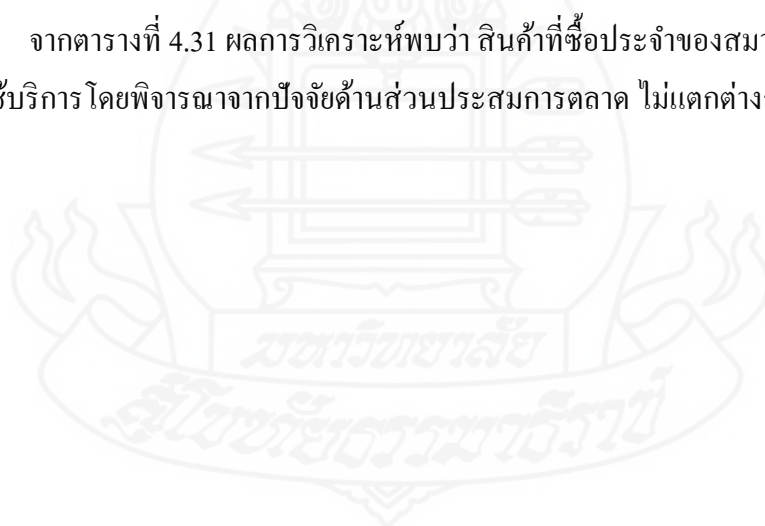
(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	.77	.46
2. ด้านราคา	4.15	.24	.24	.78
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	1.41	.24
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	1.30	.27
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.001	.99
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.01	.98
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	1.30	.27

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์พบว่า สินค้าที่ซื้อประจำของสมาชิกกับความ
ต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด: จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

(n =353)

เปรียบเทียบความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	.42	.64	.58
2. ด้านราคา	4.15	.24	.34	.79
3. ด้านสถานที่	4.23	.42	.48	.69
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.51	.50	.62	.59
5. ด้านเจ้าหน้าที่	3.98	.19	.42	.73
6. ด้านกระบวนการ	3.95	.23	.59	.62
7. ด้านทางกายภาพ	4.51	.50	.62	.59

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของสมาชิกกับความ ต้องการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการ ให้บริการของร้านสหกรณ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

การแสดงความคิดเห็นของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการ ให้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ปรากฏผลตามตารางที่ 4.33 – 4.35

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าร้อยละของจำนวนสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบ/ไม่ตอบ แบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถาม	205	58
ผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม	148	42
รวม	353	100

จากตารางที่ 4.33 พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 58 สำหรับที่เหลือเป็นผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 42 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 353 คน

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าความถี่ปัญหา อุปสรรคจากสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ปัญหา อุปสรรคในการใช้บริการ	ความถี่ของจำนวนที่ตอบ
1. สินค้าไม่หลากหลายและมีปริมาณน้อย	53
2. ราคาสูงกว่าท้องตลาดทั่วไป	98
3. ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	95
4. ร้านสหกรณ์คับแคบ	32
5. เปลี่ยนเจ้าหน้าที่สหกรณ์บ่อยครั้ง	57
6. ใช้เวลามากในการเลือกซื้อสินค้า	28
7. การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่	22

จากตารางที่ 4.34 พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหา อุปสรรคจากการใช้บริการ จำแนกตามความถี่ของความคิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่

- ลำดับที่ 1 ราคาสูงกว่าท้องตลาดทั่วไป (ความถี่ = 98)
- ลำดับที่ 2 ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (ความถี่ = 95)
- ลำดับที่ 3 เปลี่ยนเจ้าหน้าที่สหกรณ์บ่อยครั้ง (ความถี่ = 57)
- ลำดับที่ 4 สินค้าไม่หลากหลายและมีปริมาณน้อย (ความถี่ = 53)
- ลำดับที่ 5 ร้านสหกรณ์คับแคบ (ความถี่ = 32)

ลำดับที่ 6 ใช้เวลามากในการเลือกซื้อสินค้า (ความถี่ = 28)

ลำดับที่ 7 การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ (ความถี่ = 22)

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าความถี่ข้อเสนอแนะจากสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม ในการให้บริการ
ของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ	ความถี่ของจำนวนที่ตอบ
1. การปรับปรุงร้านสหกรณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	43
2. การสำรวจความต้องการของสมาชิก	37
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการลดราคาตามเทศกาล	85
4. การจัดจ้างเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงาน	24
5. การระดมเงินทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์	28
6. การจัดหาวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	29

จากตารางที่ 4.35 พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ จำแนกตามความถี่ของความคิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการลดราคาตามเทศกาล (ความถี่ = 85)

ลำดับที่ 2 การปรับปรุงร้านสหกรณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ (ความถี่ = 43)

ลำดับที่ 3 การสำรวจความต้องการของสมาชิก (ความถี่ = 37)

ลำดับที่ 4 การจัดหาวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย (ความถี่ = 29)

ลำดับที่ 5 การระดมเงินทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์ (ความถี่ = 28)

ลำดับที่ 6 การจัดจ้างเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงาน (ความถี่ = 24)

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย
อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วน
ประสมการตลาด ในครั้งนี้ ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของร้าน
สหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้น ตรงกับความต้องการของสมาชิก ซึ่งผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษาและ
ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สรุปการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย
อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด สามารถสรุปการวิจัย ดังนี้

1.1 สภาพทั่วไปของสมาชิก

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 95.8 มีอายุ
ระหว่าง 15 – 20 ปี ร้อยละ 59.5 เป็นผู้ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น ร้อยละ 95.2 รายได้
เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 86.4 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 3 ปี ร้อยละ
60.9 สินค้าที่ซื้อประจำประเภทส่วนใหญ่คือเครื่องคั้น ร้อยละ 59.2 และความถี่ในการใช้บริการ 2
ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 51.3

1.2 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น
จำกัด

1.2.1 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการ
บริหารจัดการ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการในการใช้
บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ในประเด็น ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านเงินทุน วัสดุ

อุปกรณ์ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านการจัดการ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีผลการศึกษารายปัจจัยย่อย ดังนี้

1) *ด้านเจ้าหน้าที่* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมากที่สุด

2) *ด้านเงินทุน* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการให้มีความเพียงพอของเงินทุนต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมากที่สุด

3) *ด้านวัสดุอุปกรณ์* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการการบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย การบริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และการบริการด้วยระบบบาร์โค้ด อยู่ในระดับมากที่สุด

4) *ด้านการจัดการ* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการ คณะกรรมการต้องมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

1.1.2 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ในประเด็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านทางกายภาพ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านราคา ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีผลการศึกษารายปัจจัยย่อย ดังนี้

1) *ด้านผลิตภัณฑ์* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการให้มีสินค้าที่มีความหลากหลายประเภท เพื่อให้สมาชิกผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด

2) *ด้านราคา* ในภาพรวมสมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความต้องการให้มีการกำหนดราคาสินค้าที่ต่ำกว่าท้องตลาด และการลดราคาพิเศษตามเทศกาล อยู่ในระดับมากที่สุด

3) **ด้านสถานที่** ในภาพรวมสมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการให้มีการจัดและตกแต่งภายในร้านสหกรณ์สะอาดตา และน่าสนใจ จัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ จัดระบบแสงสว่างและระบบระบายอากาศให้ถูกต้องตามหลัก 5 ส และจัดช่องทางเข้า – ออก และช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าให้เพียงพอและเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด

4) **ด้านการส่งเสริมการขาย** ในภาพรวมสมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการตลาดให้แก่สมาชิกผู้ให้บริการ การโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ ที่นำมาจำหน่ายในร้านสหกรณ์ การให้ข้อมูลแก่สมาชิกผู้ให้บริการเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ และการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด

5) **ด้านเจ้าหน้าที่** ในภาพรวมสมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ขายพูดจาไพเราะอ่อนหวาน เจ้าหน้าที่ขายสุภาพ อ่อนโยน เจ้าหน้าที่ขายให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริงแก่สมาชิกผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ขายบริการอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก

6) **ด้านกระบวนการ** ในภาพรวมสมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการให้มีการบริการที่รวดเร็วและประทับใจสมาชิกผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก

7) **ด้านทางกายภาพ** ในภาพรวมสมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกผู้ให้บริการมีความต้องการให้มีการตกแต่งร้านสหกรณ์สวยงาม และทันสมัย ร้านสหกรณ์มีบรรยากาศที่ดี และร้านสหกรณ์สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก

1.3.1 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ผลการศึกษาพบว่า

สมาชิกที่มีเพศต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ในด้านเจ้าหน้าที่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านเงินทุน ไม่แตกต่างกัน สำหรับการจำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก สินค้าที่ซื้อประจำ ความถี่ในการใช้

บริการ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

1.3.2 เปรียบเทียบความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วน ประสมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า

สมาชิกที่มีเพศต่างกันมีความความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ในด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านทางกายภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านเจ้าหน้าที่ ไม่แตกต่างกัน หากจำแนกตามอาชีพ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการเมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด พบว่า ด้านราคา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ และด้านทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน สำหรับการจำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก สินค้าที่ซื้อประจำ ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการเมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด พบว่าทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

1.4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ปัญหาและอุปสรรคที่ได้จากการศึกษา พบว่า 1) ราคาสูงกว่าท้องตลาดทั่วไป 2) ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย 3) เปลี่ยนเจ้าหน้าที่สหกรณ์บ่อยครั้ง 4) สินค้าไม่หลากหลาย และมีปริมาณน้อย 5) ร้านสหกรณ์คับแคบ 6) ใช้เวลามากในการเลือกซื้อสินค้า 7) การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา พบว่า 1) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการลดราคาตามเทศกาล 2) การปรับปรุงร้านสหกรณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ 3) การสำรวจความต้องการของสมาชิก 4) การจัดหาวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย 5) การระดมเงินทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์ 6) การจัดจ้างเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงาน

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำมาอภิปราย โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิง เพื่อสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

2.1 สภาพทั่วไปของสมาชิก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่เก็บข้อมูลทั้งสิ้น 353 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 15 – 20 ปี เป็นนักศึกษาในวิทยาลัย อาชีวศึกษาขอนแก่น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท เป็นสมาชิกระหว่าง 1 – 3 ปี สินค้าประเภทเครื่องคั้มเป็นสินค้าที่ซื้อประจำ และความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน

2.2 ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

2.2.1 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

1) ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมในการให้บริการ

2) ด้านเงินทุน พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินกิจการของสหกรณ์

3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับการบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย การบริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และการบริการด้วยระบบบาร์โค้ด

4) ด้านการจัดการ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับคณะกรรมการต้องมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

2.2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับสหกรณ์ที่มีสินค้าหลากหลายประเภท เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ

2) ด้านราคา พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการเมื่อราคาสินค้าต้องต่ำกว่าท้องตลาด และมีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล

3) **ด้านสถานที่** พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับการจัดและตกแต่งภายในร้านสหกรณ์สะอาดตา และน่าสนใจ การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ การจัดระบบแสงสว่างและระบบระบายอากาศให้ถูกต้องตามหลัก 5 ส การจัดช่องทางเข้า – ออก และช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าให้เพียงพอและเหมาะสม

4) **ด้านส่งเสริมการขาย** พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินงานให้แก่สมาชิกผู้ใช้บริการ การโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ ที่นำมาจำหน่ายในร้านสหกรณ์ การให้ข้อมูลแก่สมาชิกผู้ใช้บริการเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ และการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ

5) **ด้านเจ้าหน้าที่** พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ขายพุดจาไผ่ระเอ้อหวาน เจ้าหน้าที่ขายสุภาพ อ่อน โยน เจ้าหน้าที่ขายให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องตามความเป็นจริงแก่สมาชิกผู้ใช้บริการ เจ้าหน้าที่ขายบริการอย่างรวดเร็ว

6) **ด้านกระบวนการ** พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับการบริการรวดเร็วและประทับใจผู้ใช้บริการ

7) **ด้านทางกายภาพ** พบว่า สมาชิกมีความต้องการในการใช้บริการกับการตกแต่งร้านสหกรณ์สวยงามและทันสมัย ร้านสหกรณ์มีบรรยากาศที่ดี และร้านสหกรณ์สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.3 เปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย

อาชีพศึกษาขอนแก่น จำกัด จำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก

จากผลการศึกษา พบว่า เพศ และอาชีพของสมาชิก มีความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยรายย่อยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนา หงส์มา (2553 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อ/เคยซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท คำมหา (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคร้านสหกรณ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ความแตกต่างของอายุ อาชีพ

ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ รจนา มะลิวัลย์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้า 7-Catalog ของผู้บริโภคในจังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรซื้อสินค้า 7-Catalog ที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมกรซื้อสินค้า 7-Catalog และขัดแย้งกับงานวิจัยของ ประพิศ ใหม่คามิ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนพระราชัฐธรรมคุณ อำเภองาว จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของผู้ใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนพระราชัฐธรรมคุณ อำเภองาว จังหวัดลำปาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

จากผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคการให้บริการแก่สมาชิกของร้านสหกรณ์ จากสมาชิกผู้บริการ พบว่า สินค้าของร้านสหกรณ์มีราคาสูงกว่าท้องตลาดทั่วไป ไม่มีการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขาย มีการเปลี่ยนเจ้าหน้าที่สหกรณ์บ่อยครั้ง ประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย และมีปริมาณสินค้าจำนวนน้อย การจัดวางสินค้าในร้านสหกรณ์ไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้ร้าน สหกรณ์คับแคบทำให้เสียเวลาในการเลือกซื้อสินค้า เป็นประเด็นปัญหาที่สมาชิกมีความต้องการให้ ร้านสหกรณ์ปรับปรุงการให้บริการ สำหรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของร้าน สหกรณ์แก่สมาชิก เพื่อสามารถให้บริการแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง ทั้งเกิดแรงจูงใจให้สมาชิกมาใช้ บริการจากร้านสหกรณ์มากขึ้น สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้ โดยมีข้อเสนอแนะให้ร้านสหกรณ์ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งในด้านการลดราคาสินค้าและการจัดจำหน่ายสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ การปรับปรุงร้านสหกรณ์ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความทันสมัย สะดวกต่อ การเลือกซื้อสินค้า การสำรวจความต้องการสินค้าของสมาชิกและการจัดหาวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย รวมทั้งการระดมเงินทุนจากสมาชิกอย่างต่อเนื่องสำหรับใช้เป็นเงินทุน หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์ และรวมถึงการจัดจ้าง เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงานในร้านสหกรณ์

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการของสมาชิก ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

3.1.1 ผู้บริหารของสหกรณ์สามารถนำข้อค้นพบไปปรับปรุงการให้บริการสมาชิก ดังนี้

1) **ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ** ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด การจัดจ้างเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงาน มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สำหรับด้านเงินทุนต้องจัดหาให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการสหกรณ์ พร้อมทั้งจัดให้มีการบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย เช่น การเก็บเงินค่าสินค้าและการควบคุมสต็อกสินค้าด้วยระบบบาร์โค้ด

2) **ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด** ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ต้องมีการวางแผนด้านการส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินงานให้แก่สมาชิกสหกรณ์ การจัดโฆษณาและการจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ เช่น การจัดแสดงสินค้า และการจัดหาสินค้าที่มีราคาสินค้าต่ำกว่าท้องตลาด รวมทั้งการลดราคาพิเศษตามเทศกาลต่าง ๆ

3.1.2 **สำนักงานสหกรณ์จังหวัด** สามารถนำข้อมูลความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการในปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการแนะนำส่งเสริมการดำเนินงานของสหกรณ์อื่นที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกันกับร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด ดังนี้

คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ ควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่เหมาะสม รวมถึงการจัดหาเงินทุนให้มีความเพียงพอต่อการดำเนินกิจการ เพื่อสามารถจัดหาวัสดุอุปกรณ์ อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย เช่น การให้บริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และการให้บริการด้วยระบบบาร์โค้ด เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

ในการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สหกรณ์ควรจัดหาสินค้าที่หลากหลายประเภท และตรงกับความต้องการของสมาชิก จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินงาน การจัด โปรโมชันสินค้า และการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกสามารถเลือกซื้อได้ตาม ความต้องการ สหกรณ์ควรมีการตกแต่งร้านสหกรณ์ให้มีความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย มี บรรยากาศที่ดี เกิดความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการของสมาชิก

3.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด รวมถึงการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกับร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงการดำเนินงานของสหกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิกได้ตรงต่อความต้องการและทั่วถึง





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2556) “ข้อมูลสารสนเทศสหกรณ์” ค้นคืนวันที่ 8 ตุลาคม 2556 จาก
http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_coop56.html
- _____. (2556) “ประเภทสหกรณ์” ค้นคืนวันที่ 8 ตุลาคม 2556 จาก
<http://webhost.cpd.go.th/rlo/customer.html>
- _____. (2556) “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์” ค้นคืนวันที่ 8 ตุลาคม 2556 จาก
http://www.cpd.go.th/web_cpd/know_coop03.html
- กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และ โอภาวดี เข้มทอง (2552) “การดำเนินงานวิจัยทางสหกรณ์” ใน
ประมวลสาระชุดวิชาสถิติและการวิจัยทางสหกรณ์ หน่วยที่ 2 หน้า 2-75 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์
- กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และ อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ (2552) “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและสถิติ
สำหรับงานวิจัยทางสหกรณ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาสถิติและการวิจัยทางสหกรณ์*
หน่วยที่ 4 หน้า 5-72 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขา
เกษตรศาสตร์และสหกรณ์
- กฤษฎยา มาติยะ (2548) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่ง
ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในงานแสดงสินค้า จังหวัดเชียงราย”
คณะบริหารธุรกิจ-การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- กัมปนาท คำหา (2544) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคร้านสหกรณ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์และ
สหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ดลนภา หวงสุวรรณกร (2544) “ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้านาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่” มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทัศนีย์ สนธิ (2549) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกิจกรรมสหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย” คณะบริหารธุรกิจ-การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ทัศนยา หงส์มา (2553) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า
OTOP ที่ผลิต โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” วิทยาลัยราชพฤกษ์
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ (2546) “การจัดการตลาด” กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดดูเคชั่น

บงกช ทราบคำ (2550) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการ
ของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัญญา หิรัญรัมย์ (2552) “การเขียนรายงานการวิจัยและการเผยแพร่รายงานการวิจัยสหกรณ์”
ใน *ประมวลสาระชุดวิชาสถิติและการวิจัยทางสหกรณ์* หน้าที่ 3 หน้า 37 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

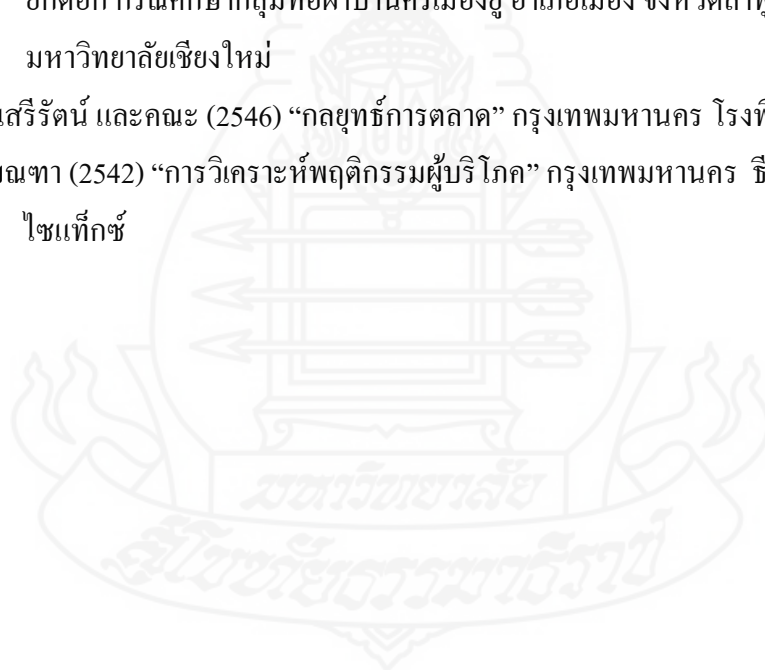
ประพิศ ใหม่คามิ (2551) “ความต้องการใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ
อำเภอางาว จังหวัดลำปาง” คณะบริหารธุรกิจ-การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย

รจนา มะลิวัลย์ (2554) “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า 7-Catalog ของผู้บริโภคในจังหวัด
ตราด” คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด รายงานประจำปี (2551 -2555) จังหวัดขอนแก่น
วานิสสา สุรินทาส (2551) “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภทผ้าไหม
ยกดอก ภูมิศึกษากลุ่มทอผ้าบ้านศรีเมืองผู้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) “กลยุทธ์การตลาด” กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์บรรณกิจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” กรุงเทพมหานคร วีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์





ภาคผนวก

ภาคผนวก
แบบสอบถามการวิจัย

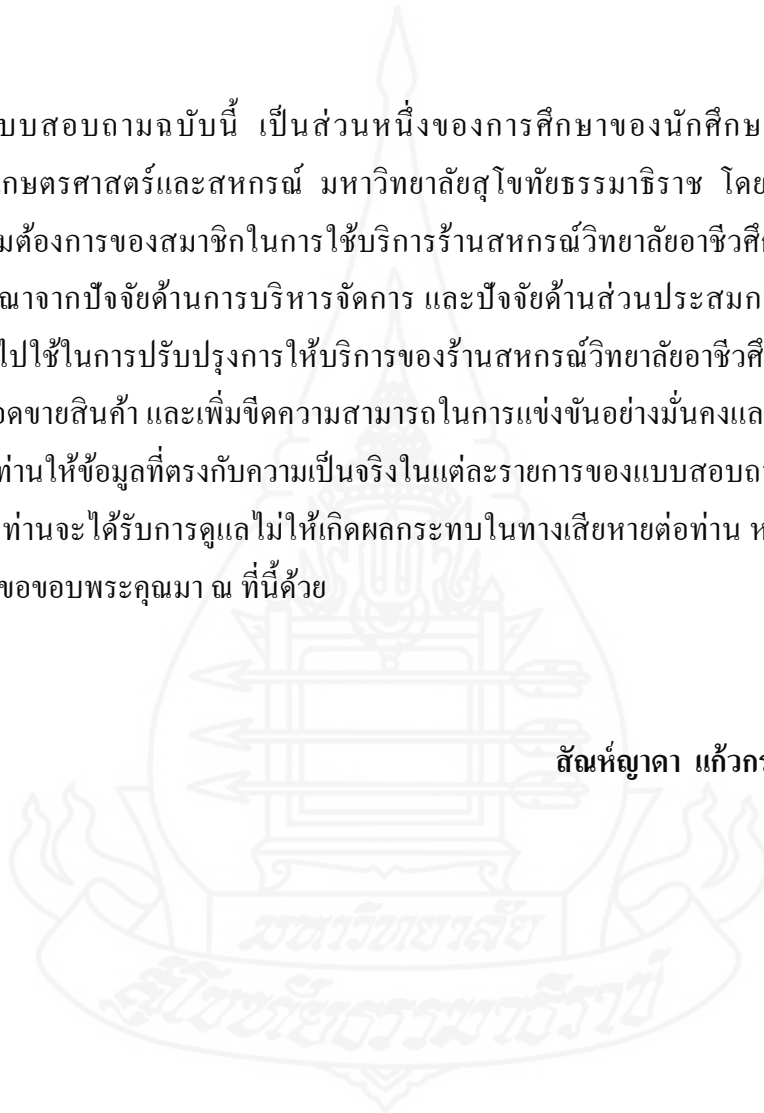


แบบสอบถามการวิจัย
ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัย
อาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างมั่นคงและยั่งยืน จึงขอความกรุณาจากท่านให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงในแต่ละรายการของแบบสอบถาม และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะได้รับการดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบในทางเสียหายต่อท่าน หวังว่าคงได้รับความกรุณาและขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สัณหัญญาดา แก้วกรม



แบบสอบถามการวิจัย

ความต้องการของสมาชิกในการใช้บริการร้านสหกรณ์วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จำกัด

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง O หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพที่แท้จริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ O 1) หญิง O 2) ชาย
2. อายุ
 - O 1) ต่ำกว่า 15 ปี O 2) 15-20 ปี O 3) 21-25 ปี O 4) 26-30 ปี O 5) 31 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - O 1) ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น O 2) ปฏิบัติงานในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - O 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท O 2) 5,000-10,000 บาท O 3) 10,001-15,000 บาท
 - O 4) 15,001-20,000 บาท O 5) มากกว่า 20,001 บาท
5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก
 - O 1) น้อยกว่า 1 ปี O 2) 1-3 ปี O 3) 4-6 ปี O 4) มากกว่า 6 ปี
6. สินค้าที่ซื้อประจำ
 - O 1) อาหาร,ขนม O 2) เครื่องดื่ม O 3) ยาสามัญ
 - O 4) อุปกรณ์การเรียน O 5) เครื่องแบบนักศึกษา O 6) ของใช้ส่วนตัว
 - O 7) อื่น ๆ
7. ความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน
 - O 1) 1 ครั้งต่อเดือน O 2) 2 ครั้งต่อเดือน O 3) 3 ครั้งต่อเดือน
 - O 4) 4 ครั้งต่อเดือน O 5) มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์

ในการให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีระดับความต้องการมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับความต้องการมาก

3 หมายถึง มีระดับความต้องการปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับความต้องการน้อย

1 หมายถึง มีระดับความต้องการน้อยที่สุด

ความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัย ด้านการบริหารจัดการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. ด้านเจ้าหน้าที่					
1.1 เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน					
1.2 เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ					
1.3 ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสกริยามารยาทของเจ้าหน้าที่					
1.4 ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่					
1.5 ความเสมอภาคในการให้บริการ					
2. ด้านเงินทุน					
2.1 การระดมทุนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ					
2.2 การให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลสูง					
2.3 เงินทุนมีความเพียงพอต่อการดำเนินการ					
3. ด้านวัสดุอุปกรณ์					
3.1 การบริการด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่ทันสมัย					
3.2 การบริการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์					
3.3 การบริการด้วยระบบบาร์โค้ด					
4. ด้านการจัดการ					
4.1 คณะกรรมการต้องมีการดำเนินการจัดทำแผน					

ความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัย ด้านการบริหารจัดการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่กำหนด					
4.2 การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการ ดำเนินการตามแผนดำเนินงาน ให้แก่เจ้าหน้าที่					
4.3 การสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบปฏิบัติตามแผน					
4.4 การควบคุมการปฏิบัติงานเป็นไปตามภารกิจที่ได้รับ การมอบหมาย					



ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีระดับความต้องการมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับความต้องการมาก

3 หมายถึง มีระดับความต้องการปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับความต้องการน้อย

1 หมายถึง มีระดับความต้องการน้อยที่สุด

ความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพ					
1.2 สินค้าที่มีความหลากหลายประเภทเพื่อให้สมาชิก ผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ					
1.3 สินค้าจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ					
1.4 สินค้าสะอาดตามหลักโภชนาการ					
1.5 สินค้ามีการควบคุมวันผลิตและวันหมดอายุ					
2. ด้านราคา					
2.1 ปิดป้ายราคาชัดเจนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ					
2.2 ป้ายบอกราคาสินค้ามีขนาดที่สามารถมองเห็นได้ อย่างชัดเจน					
2.3 สินค้าจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า					
2.4 ราคาสินค้าต่ำกว่าท้องตลาด					
2.5 การลดราคาพิเศษตามเทศกาล					
3. ด้านสถานที่					

ความต้องการในการใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.1 จัดและตกแต่งภายในร้านสหกรณ์สะอาดและน่าสนใจ					
3.2 จัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกในการใช้บริการ					
3.3 จัดระบบแสงสว่างและระบบระบายอากาศให้ถูกต้องตามหลัก 5 ส					
3.4 จัดช่องทางเข้า – ออก และช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าให้เพียงพอและเหมาะสม					
3.5 ป้ายข้อความบอกจุดชำระเงินที่ชัดเจน					
3.6 ความเหมาะสมของเวลาเปิดให้บริการ					
4. ด้านการส่งเสริมการขาย					
4.1 การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการตลาดให้แก่สมาชิกผู้ใช้บริการ					
4.2 การโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ ที่นำมาจำหน่ายในร้านสหกรณ์					
4.3 ให้ข้อมูลแก่ผู้ให้บริการเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า					
4.4 การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่น่าสนใจ					
4.5 การจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ					
5. ด้านเจ้าหน้าที่					
5.1 เจ้าหน้าที่ขายแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสม					
5.2 เจ้าหน้าที่ขายพูดจาไพเราะอ่อนหวาน					
5.3 เจ้าหน้าที่ขายสุภาพ อ่อนโยน					
5.4 เจ้าหน้าที่ขายให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง					
5.5 เจ้าหน้าที่ขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องตามความเป็นจริงแก่สมาชิกผู้ให้บริการ					

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสัณหัญญาดา แก้วกรม
วัน เดือน ปีเกิด	16 เมษายน 2513
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
ประวัติการศึกษา	ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปี 2546
สถานที่ทำงาน	กลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 1 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดขอนแก่น กรมส่งเสริมสหกรณ์
ตำแหน่ง	เจ้าพนักงานส่งเสริมสหกรณ์ชำนาญงาน

