

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของ  
สหกรณ์ร้านค้า วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน นางสาวอานิสรา โสภนะศุกร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์พิกุล โคว์สุวรรณ ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกและ  
ปัญหาที่สมาชิกพบต่อส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ร้านค้า วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง โดยใช้แบบ  
สอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียนระดับ ปวช. ปวส. และกลุ่ม  
อาจารย์และเจ้าหน้าที่ จำนวนรวมกัน 262 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติเพื่อหาค่าความถี่  
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและจัดทำตารางประกอบการอธิบาย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ทั้ง 3 กลุ่มพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.7 เป็น  
เพศหญิง โดยในกลุ่มที่เป็นนักเรียนระดับปวช. ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ระดับ ปวส. ส่วนใหญ่  
มีอายุ มากกว่า 18 ปี แต่ไม่เกิน 22 ปี และในกลุ่มที่เป็นอาจารย์และ เจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า  
40 ปี แต่ไม่เกิน 50 ปี นักเรียนระดับปวช.และ ปวส. ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,500  
บาท และในกลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 บาท แต่  
ไม่เกิน 7,500 บาท ผู้ตอบที่เป็นนักเรียนระดับปวช. และปวส. ส่วนใหญ่พักอาศัยกับบ้านผู้ปกครอง  
กลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกวิทยาลัย และผู้ตอบทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่  
ใช้บริการของสหกรณ์ร้านค้า 2-3 วัน/ครั้ง

ในด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่ากลุ่ม ปวช. ปวส. พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมากในด้านคุณภาพของสินค้าแต่อาจารย์และเจ้าหน้าที่พึงพอใจในระดับมากในการเก็บรักษาสินค้า ด้านราคา ทั้ง 3 กลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ โดยกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านสินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง ด้านสถานที่ ทั้ง 3 กลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่ม ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจในระดับมาก และปานกลาง ในด้านการส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี โดยกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านการประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ ด้านบุคลากร กลุ่ม ปวช. มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านความรู้ความสามารถของพนักงานขายและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน กลุ่ม ปวส. และกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมาก ในด้านการแต่งกายของพนักงานขาย ด้านกระบวนการให้บริการ ทั้ง 3 กลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านความเหมาะสมของเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ทั้ง 3 กลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบพบด้านผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 กลุ่ม พบปัญหา ในด้านสินค้าล้าสมัย โดยในกลุ่มอาจารย์เจ้าหน้าที่พบปัญหาสินค้าไม่หลากหลายด้วย ด้านราคา กลุ่ม ปวช. พบปัญหาราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่นหรือไม่สามารถต่อรองราคาได้ ส่วนกลุ่ม ปวส. และอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค มีราคาแพงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ ด้านสถานที่ กลุ่ม ปวช. พบปัญหาด้านการจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี กลุ่ม ปวส. พบปัญหาด้านการจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี ส่วนกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านสหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิร้อนอบอ้าว และทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่ม ปวช. พบปัญหาด้าน การโฆษณา ไม่ดึงดูดใจ กลุ่ม ปวส. พบปัญหาด้านการโฆษณาภายในสถานศึกษามีไม่ครบทุกจุด ส่วนกลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านการสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถมมีน้อยเกินไป ด้านบุคลากร ทั้ง 3 กลุ่ม พบปัญหาด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส โดยกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านการให้บริการของพนักงานขายช้าและผิดพลาดบ่อย พนักงานคิดเงิน คิดเงินช้า และไม่มีความเต็มใจให้บริการรวมถึงไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่ม ปวช. อาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านการซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า ส่วนกลุ่ม ปวส. พบปัญหาด้านการซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ทั้ง 3 กลุ่ม พบปัญหาด้านสหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความล้าสมัย

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบและผู้วิจัยต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 กลุ่ม มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อมุ่งใจให้เข้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น จึงควรเน้นพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าอยู่เสมอและนำสินค้าที่ทันสมัยและหลากหลายมา จำหน่าย ส่วนสินค้าล้ำสมัย ให้ขายลดราคา ด้านราคา ควรจัดรายการให้ส่วนลดราคาสินค้าหรือแถม สินค้าอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านสถานที่ ควรรักษามาตรฐาน ความสว่าง ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีเห็นตรงกัน แต่ควรปรับปรุงการจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอก โดย อาจจัดสวนหย่อม หาดต้นไม้มาปลูกให้ดูร่มรื่นและจัดสวนดอกไม้โดยรอบเพื่อความสดชื่นและสวยงาม และจัดตกแต่งภายในสถานที่ให้มีความสวยงาม สะอาดอยู่เสมอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรปรับปรุงในทุกด้านของปัจจัยย่อย เนื่องจากเป็นด้านที่สมาชิกมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ฉะนั้นจึงควร เพิ่มและปรับปรุงการโฆษณาในทุกด้าน โดยเฉพาะการจับฉลากหาผู้โชคดี ซึ่งทุกฝ่ายชื่นชอบ ด้าน บุคลากร ควรปรับปรุงของในทุกด้านของปัจจัยย่อยเช่นกัน เนื่องจากเป็นด้านที่สมาชิกทั้ง 3 กลุ่ม มีความ พึงพอใจระดับปานกลางเท่านั้น โดยเฉพาะพนักงานขายควรปรับปรุงให้มีมนุษยสัมพันธ์มากขึ้น ด้าน กระบวนการให้บริการ อาจจะเพิ่มเวลาให้บริการถึง 18.30 น. เพื่อสนองตอบความต้องการของสมาชิก ได้มากขึ้น ควรเพิ่มจุดชำระเงินในช่วงโมงเร่งด่วน จัดขึ้นตอนความล่าช้า เพื่อลดปัญหาการรอคอยนาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การปรับปรุงส่วนประสมการตลาดทุกด้านให้ดีขึ้น จึง จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ให้ทันสมัยได้มากขึ้นตามไปด้วย

**Independent Study Title** Satisfaction of Member Towards the Marketing Mix of  
Cooperative Store of Lampang Vocational College,  
Lampang Province

**Author** Miss Aneesara Sopanasuk

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Phikul Khowsuwan Chairperson

Assistant Professor Orachorn Maneesong Member

**ABSTRACT**

The objective of this study is to study the satisfaction of members and their problems towards the marketing mix of cooperative store of Lampang Vocational College, Lampang province. The data collection was conducted through questionnaires distributed to 3 groups of 262 members of cooperative store who are students, both vocational and high vocational levels, teachers and officers. The ststistic-based analysis was applied in order to find out the frequency, percentage and means with tables and descriptions.

The study result of 3 groups, found that 92.7 percent of respondent were females. They were students with the age under 18 years old of vocational level and 18-22 years old of high vocational level. Most of them received less than 1,500 baht for their monthly allowance paid by parents who stayed with them. The teachers and officers were between 40-50 years old, their wages were about 6,000-7,500 baht a month and most of them stayed outside the college. All of 3 groups used service from the cooperative store once a couple days.

From the study of the satisfaction towards the marketing mix in term of product factor, it was found that the students of vocational and high vocational levels were highly satisfied with product quality but teachers and officers were highly satisfied with product keeping.

The price factor, all 3 groups were highly satisfied with the prices of textbooks or notebooks when compared with other stores. Teachers and officers were also highly satisfied with the price's sign stuck on each product.

For the place factor, all of 3 groups were highly satisfied with the location of the store. For the light of the store and the marketing promotion, both levels of the students were highly and fairly satisfied respectively. In term of the sales promotion, teachers and officers were fairly satisfied by using lucky games. The students of vocational level were fairly satisfied with public relation in some occasions and with personnel of the store. The students of high vocational level, and teachers and officers were highly and fairly satisfied with the salespersons' knowledge and their ability, and with the cashier's accuracy respectively. All of 3 groups were highly satisfied with salespersons' dressing, service procession, service hours (7 am – 6 pm), and also with physical evidence and presentation by returning the benefit to the society or the members.

However, the 3 groups found the problems from product factor that the products were out-of-date, the teachers and officers found that the product were not varied. The students of vocational level found that the price of products was unable to bargain. The students of high vocational level, teachers and officers found that the prices were higher than other stores. From the place factor, students of vocational level found that outside decoration of the store was poor while the high vocational level students found that inside decoration was poor. Teachers and officers found that the temperature inside the store was high and the path from other buildings to the store was not good. From marketing promotion factor, the students of vocational level found that the advertisement was not attractive, students of high vocational level found that the advertisement inside the college was not enough while teachers and officers found that returning the benefit to the members was little. From the personnel factor, all of 3 groups found that salespersons had poor human relationship and were not happy. The teachers and officers found that the service from salespersons were slow and often made mistakes. Cashier was slow, did not want to serve and also had no human relationship. From service procession, students of vocational level, teachers and officers found that they got slow service when they paid by cash. Students of high vocational level found that they also got slow service when they bought products on credit. The problem found by 3 groups in physical evidence and presentation factor was the out-of-date image of the store.

Comments and suggestions of respondents and researcher towards the marketing mix were discussed as follows. For product factor, all of 3 groups were highly satisfied with product quality so the development of quality and standard of products should be focused by having up-date and various kinds of products in the store to attract the members' attention. The old products should be sold by reducing the prices. For the price factor, the products should be on sale in various occasions or added with other products for sales promotion, especially the products of commodity. For the place factor, it's good to keep the store shiny according to the comments of the 3 groups. The areas around the store should be decorated by landscaping. Trees or flowers will make it fresh and beautiful, and keep inside the store clean and decorated. For marketing promotion, each minor factor should be improved because it was fairly satisfied so advertisement should be added by giving more lucky games which were satisfied by all members. For the personnel factor, it should be improved all minor factors because it was also fairly satisfied by all of 3 groups, especially the salespersons should be improved to have more relationships. For the service procession, service hours should be extended to 6.30 pm to respond the members' desire. The payment point should be added during the rush-hour to delete the delay and to reduce waiting lines. In term of physical evidence and presentation, all factors of the marketing mix should be also improved to have up-date images.