

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากประชากรตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 262 ราย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 262 ชุด ได้คืนครบทั้งหมด 100 % และจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ทำการวิเคราะห์ตามวิธีการศึกษาที่กำหนดได้ แบ่งการรายงานผลการศึกษออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ที่อยู่ อาศัย และความถี่ในการใช้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (ตารางที่ 2-6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ร้านค้าวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 7-35)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามกลุ่มสมาชิก (ตารางที่ 36-42)

และแบ่งกลุ่มประชากรศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. ระดับ ปวส. และอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ผลการศึกษาก็ได้ในแต่ละส่วนมีดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าวิทยาลัย อาชีวศึกษาลำปาง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	14	9.0	4	4.2	1	9.1	19	7.3
หญิง	142	91.0	91	95.8	10	90.9	243	92.7
รวม	156	100.0	95	100.0	11	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 2 ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 262 ราย ส่วนใหญ่เป็นหญิง 243 ราย หรือร้อยละ 92.7 ของผู้ตอบทั้งหมด เป็นชาย จำนวน 19 ราย หรือร้อยละ 7.3 ของผู้ตอบทั้งหมด โดยในกลุ่มนี้เป็นนักศึกษาระดับปวช. รวม 156 ราย เป็นหญิง จำนวน 142 ราย หรือร้อยละ 91.0 ของผู้ตอบที่เป็นนักศึกษากลุ่มนี้ทั้งหมด เป็นชาย จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 9.0 ของผู้ตอบที่เป็นนักศึกษากลุ่มนี้ทั้งหมด

ในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีผู้ตอบรวม 95 ราย เป็นหญิง จำนวน 91 ราย หรือร้อยละ 95.8 ของผู้ตอบที่อยู่ในกลุ่มนี้ทั้งหมด เป็นชาย จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 4.2 ของผู้ตอบที่เป็นนักศึกษากลุ่มนี้ทั้งหมด

และในกลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม 11 ราย เป็นหญิง 10 ราย หรือร้อยละ 90.9 ของผู้ตอบที่อยู่ในกลุ่มนี้ทั้งหมด เป็นชาย 1 ราย หรือร้อยละ 9.1 ของผู้ตอบที่อยู่ในกลุ่มนี้ทั้งหมด

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	133	85.3	2	2.1	0	0.0	135	51.5
มากกว่า 18 ปี แต่ ไม่เกิน 22 ปี	21	13.5	90	94.7	3	27.3	114	43.5
มากกว่า 22 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปี	1	0.6	2	2.1	2	18.2	5	1.9
มากกว่า 30 ปี แต่ไม่เกิน 40 ปี	1	0.6	1	1.1	1	9.1	3	1.1
มากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 50 ปี	0	0.0	0	0.0	4	36.4	4	1.5
50 ปีขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	1	9.1	1	0.4
รวม	156	100.0	95	100.0	11	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 3 ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 262 ราย ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 135 ราย หรือร้อยละ 51.5 มีอายุ มากกว่า 18 ปี แต่ไม่เกิน 22 ปี จำนวน 114 ราย หรือร้อยละ 43.5 และมีอายุมากกว่า 22 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปี 5 ราย หรือร้อยละ 1.9 มีอายุ มากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 50 ปี จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 1.5 มีอายุมากกว่า 30 ปี แต่ไม่เกิน 40 ปี จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 1.1 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.4

โดยในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. รวมทั้งหมด 156 ราย ส่วนใหญ่มีอายุ น้อยกว่า 18 ปี จำนวน 133 ราย หรือร้อยละ 85.3 มีอายุมากกว่า 18 ปี แต่ไม่เกิน 22 ปี จำนวน 21 ราย หรือร้อยละ 13.5 และมีอายุมากกว่า 22 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 1 ราย และมีอายุมากกว่า 30 ปี แต่ไม่เกิน 40 ปี จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.6 เท่ากัน

ในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. รวมทั้งหมด 95 ราย มีอายุมากกว่า 18 ปี แต่ไม่เกิน 22 ปี จำนวน 90 ราย หรือร้อยละ 94.7 รองลงมา มีอายุ น้อยกว่า 18 ปี และมากกว่า 22 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 2.1 เท่ากัน และ มีอายุมากกว่า 30 ปี แต่ไม่เกิน 40 ปี จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 1.1

และในกลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่รวมทั้งหมด จำนวน 11 ราย มีอายุมากกว่า 40 ปี แต่ไม่เกิน 50 ปี จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 36.4 รองลงมา มีอายุมากกว่า 18 ปี แต่ไม่เกิน 22 ปี จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 27.3 มีอายุมากกว่า 22 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 18.2 มีอายุ มากกว่า 30 ปี แต่ไม่เกิน 40 ปี จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 9.1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,500 บาท	129	82.7	67	70.5	0	0.0	200	76.3
มากกว่า 1,500 บาท แต่ ไม่เกิน 3,000 บาท	21	13.5	23	24.2	0	0.0	44	16.8
มากกว่า 3,000 บาท แต่ ไม่เกิน 4,500 บาท	5	3.2	3	3.2	0	0.0	8	3.1
มากกว่า 4,500 บาท แต่ ไม่เกิน 6,000 บาท	1	0.6	1	1.1	3	27.3	5	1.9
มากกว่า 6,000 บาท แต่ ไม่เกิน 7,500 บาท	0	0.0	1	1.1	4	36.4	1	0.4
มากกว่า 7,500 บาท แต่ ไม่เกิน 9,000 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 9,000 บาท แต่ ไม่เกิน 10,500 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 10,500 บาท แต่ไม่ เกิน 12,000 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 12,000 บาท แต่ ไม่เกิน 13,500 บาท	0	0.0	0	0.0	1	9.1	1	0.4
มากกว่า 13,500 บาท ขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	3	27.3	3	1.1
รวม	156	100.0	95	100.0	11	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 4 ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 262 ราย ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,500 บาท จำนวน 200 ราย หรือร้อยละ 76.3 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 44 ราย หรือร้อยละ 16.8 มีรายได้มากกว่า 3,000 บาท แต่ไม่เกิน 4,500 บาท จำนวน 8 ราย หรือร้อยละ 3.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4,500 บาท แต่ไม่เกิน 6,000 บาท จำนวน 5 ราย หรือร้อยละ 1.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 บาท แต่ไม่เกิน 7,500 บาท จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 7,500 บาท แต่ไม่เกิน 9,000 บาท จำนวน 0 ราย หรือร้อยละ 0.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 9,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,500 บาท จำนวน 0 ราย หรือร้อยละ 0.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,500 บาท แต่ไม่เกิน 12,000 บาท จำนวน 0 ราย หรือร้อยละ 0.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,000 บาท แต่ไม่เกิน 13,500 บาท จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 13,500 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 1.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 บาท แต่

ไม่เกิน 7,500 บาทและ มากกว่า 12,000 บาท แต่ไม่เกิน 13,500 บาท จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.4 เท่ากัน

โดยในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. รวมทั้งหมด 156 ราย ส่วนใหญ่มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,500 บาท จำนวน 129 ราย หรือร้อยละ 82.7 รองลงมามีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 21 ราย หรือร้อยละ 13.5 มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 4,500 บาท จำนวน 5 ราย หรือร้อยละ 3.2 มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4,500 บาท แต่ไม่เกิน 6,000 บาท จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.6

ในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. รวมทั้งหมด 95 ราย ส่วนใหญ่มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,500 บาท จำนวน 67 ราย หรือร้อยละ 70.5 รองลงมามีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 24.2 มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,000 บาท แต่ไม่เกิน 4,500 บาท จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 3.2 และมีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4,500 บาท แต่ไม่เกิน 6,000 บาท และมากกว่า 6,000 บาทแต่ไม่เกิน 7,500 บาท หรือร้อยละ 1.1 เท่ากัน

และในกลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ รวมทั้งหมด 11 ราย มีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 บาท แต่ไม่เกิน 7,500 บาท จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 36.4 รองลงมามีรายได้ได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4,500 บาท แต่ไม่เกิน 6,000 บาท และมากกว่า 13,500 บาท ขึ้นไป จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 27.3 เท่ากัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,000 บาท แต่ไม่เกิน 13,500 บาท จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 9.1

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัย	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอพัก	28	17.9	27	28.4	0	0.0	55	21.0
บ้านญาติ	4	2.6	6	6.3	1	9.1	11	4.2
บ้านผู้ปกครอง	121	77.6	60	63.2	3	27.3	184	70.2
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษา ลำปาง	1	0.6	1	1.1	2	18.2	4	1.5
นอกวิทยาลัยอาชีวศึกษา ลำปาง	1	0.6	1	1.1	4	36.4	6	2.3
อื่นๆ	1	0.6	0	0.0	1	9.1	2	0.8
รวม	156	100.0	95	100.0	11	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 262 ราย ส่วนใหญ่ที่อยู่อาศัยบ้านผู้ปกครอง จำนวน 184 ราย หรือร้อยละ 70.2 รองลงมาพักอยู่หอพัก จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 21.0 พักบ้านญาติ จำนวน 11 ราย หรือร้อยละ 4.2 พักอยู่นอกวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 2.3 พักในวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 1.5 และ พักที่อื่นๆ จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 0.8

โดยกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. รวมทั้งหมด 156 ราย ส่วนใหญ่ที่อยู่อาศัยบ้านผู้ปกครอง จำนวน 121 ราย หรือร้อยละ 77.6 รองลงมาพักอยู่หอพัก จำนวน 28 ราย หรือร้อยละ 17.9 พักบ้านญาติ จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 2.6 พักอยู่นอกวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 1 ราย ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 1 ราย และพักที่อื่นๆ จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.6

และในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. รวมทั้งหมด 95 ราย ส่วนใหญ่ที่อยู่อาศัยบ้านผู้ปกครอง จำนวน 60 ราย หรือร้อยละ 63.2 รองลงมาพักอยู่หอพัก จำนวน 27 ราย หรือ ร้อยละ 28.4 พักบ้านญาติ จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 6.3 พักอยู่ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง และนอกวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 1.1 เท่ากัน

และในกลุ่มที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ รวมทั้งหมด 11 ราย ที่อยู่อาศัยนอกวิทยาลัย อาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 36.4 รองลงมาพักอยู่อาศัยบ้านผู้ปกครอง จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 27.3 พักในวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 18.2 และที่เหลืออยู่พักบ้านญาติและพักที่อื่นๆ จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 9.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า

ความถี่ในการใช้บริการ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	22	14.1	11	11.6	0	0.0	33	12.6
2-3 วัน/ครั้ง	79	50.6	46	48.4	6	54.5	131	50.0
4-5 วัน/ครั้ง	16	10.3	12	12.6	1	9.1	29	11.1
6-7 วัน/ครั้ง	13	8.3	8	8.4	2	18.2	23	8.8
2-3 อาทิตย์/ครั้ง	14	9.0	9	9.5	2	18.2	25	9.5
เดือนละครั้ง	9	5.8	4	4.2	0	0.0	13	5.0
2-3 เดือน/ครั้ง	1	0.6	4	4.2	0	0.0	5	1.9
นานกว่า 3 เดือน/ครั้ง	2	1.3	1	1.1	0	0.0	3	1.1
รวม	156	100.0	95	100.0	11	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 262 ราย ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้บริการสหกรณ์ร้านค้า 2-3 วัน/ครั้ง จำนวน 131 ราย หรือร้อยละ 50.0 รองลงมาใช้บริการทุกวัน จำนวน 33 ราย หรือ ร้อยละ 12.6 ใช้บริการ 4-5 วัน/ครั้ง จำนวน 29 ราย หรือร้อยละ 11.1 ใช้บริการ 2-3 อาทิตย์/ครั้ง จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 9.5 ใช้บริการ 6-7 วัน/ครั้ง จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 8.8 ใช้บริการ เดือนละครั้ง จำนวน 13 ราย หรือร้อยละ 5.0 ใช้บริการ 2-3 เดือน/ครั้ง จำนวน 5 ราย หรือร้อยละ 1.9 ใช้บริการน้อยที่สุดคือ นานกว่า 3 เดือน/ครั้ง 3 ราย หรือร้อยละ 1.1

โดยในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.รวมทั้งหมด 156 ราย มีความถี่ในการใช้บริการสหกรณ์ร้านค้า 2-3 วัน/ครั้ง จำนวน 79 ราย หรือร้อยละ 50.6 รองลงมาใช้บริการทุกวัน จำนวน

22 ราย หรือร้อยละร้อยละ 14.1 ใช้บริการ 4-5 วัน/ครั้ง จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 10.3 2-3 ใช้บริการอาทิตย์/ครั้ง จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 9.0 ใช้บริการ 6-7 วัน/ครั้ง จำนวน 13 ราย หรือร้อยละ 8.3 ใช้บริการเดือนละครั้ง จำนวน 9 ราย หรือร้อยละ 5.8 ใช้บริการนานกว่า 3 เดือน/ครั้ง จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 1.3 และใช้บริการน้อยที่สุดคือ 2-3 ใช้บริการ เดือน/ครั้ง จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 0.6

ในกลุ่มที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. รวมทั้งหมด 95 ราย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 2-3 วัน/ครั้ง จำนวน 46 ราย หรือร้อยละ 48.4 รองลงมาใช้บริการ 4-5 วัน/ครั้ง จำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 12.6 ใช้บริการทุกวัน จำนวน 11 ราย หรือร้อยละ 11.6 ใช้บริการ 2-3 อาทิตย์/ครั้ง จำนวน 9 ราย หรือร้อยละ 9.5 ใช้บริการ 6-7 วัน/ครั้ง จำนวน 8 ราย หรือร้อยละ 8.4 ใช้บริการเดือนละครั้งและ 2-3 เดือน/ครั้ง จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 4.2 เท่ากัน ใช้บริการน้อยที่สุดคือ นานกว่า 3 เดือน/ครั้ง จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 1.1

และในกลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ รวมทั้งหมด 11 ราย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 2-3 วัน/ครั้ง จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 54.5 รองลงมาใช้บริการ 6-7 วัน/ครั้ง และ 2-3 อาทิตย์/ครั้ง จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 18.2 เท่ากัน และใช้บริการน้อยที่สุดคือ 4-5 วัน/ครั้ง จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 9.1

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของ สหกรณ์ร้านค้า
 คำวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง ประกอบด้วยความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่
 ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอ
 ลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
 กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับ ปวช.

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ประเภทของสินค้าหลากหลาย	8 (5.1)	66 (42.3)	78 (50.0)	4 (2.6)	0 (0.0)	3.50 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	12 (7.7)	76 (48.7)	65 (41.7)	3 (1.9)	0 (0.0)	3.62 (มาก)
ความใหม่ของสินค้า	10 (6.4)	71 (45.5)	69 (44.2)	6 (3.8)	0 (0.0)	3.54 (มาก)
ความทันสมัยของสินค้า	12 (7.7)	62 (39.7)	70 (44.9)	12 (7.7)	0 (0.0)	3.47 (ปานกลาง)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้า มีหลายขนาด	11 (7.1)	53 (34.0)	82 (52.6)	10 (6.4)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)
สินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่ำเสมอ	2 (1.3)	51 (32.7)	88 (56.4)	14 (9.0)	1 (0.6)	3.25 (ปานกลาง)
การเก็บรักษาสินค้า	6 (3.8)	64 (41.0)	77 (49.4)	9 (5.8)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง (3.46) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เรียงลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า (3.62) ความใหม่สดของสินค้า (3.54) ประเภทของ สินค้าหลากหลาย (3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ความทันสมัยของสินค้า (3.47) การเก็บรักษา (3.43) ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามี หลายขนาด (3.42) สินค้าถูกจัดวางครบถ้วนสม่ำเสมอ (3.25)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับ ปวส.

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ประเภทของสินค้าหลากหลาย	1 (1.1)	40 (42.1)	53 (55.8)	1 (1.1)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)
คุณภาพของสินค้า	0 (0.0)	56 (58.9)	36 (37.9)	3 (3.2)	0 (0.0)	3.56 (มาก)
ความใหม่สดของสินค้า	2 (2.1)	42 (44.2)	45 (47.4)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของสินค้า	4 (4.2)	32 (33.7)	52 (54.7)	6 (6.3)	1 (1.1)	3.34 (ปานกลาง)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามี หลายขนาด	4 (4.2)	35 (36.8)	45 (47.4)	11 (11.6)	0 (0.0)	3.34 (ปานกลาง)
สินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่ำเสมอ	2 (2.1)	29 (30.5)	51 (53.7)	12 (12.6)	1 (1.1)	3.20 (ปานกลาง)
การเก็บรักษาสินค้า	3 (3.2)	39 (41.1)	45 (47.4)	7 (7.4)	1 (1.1)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.38) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือคุณภาพของสินค้า (3.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ประเภทของสินค้าหลากหลาย (3.43) ความใหม่สดของสินค้า (3.42) การเก็บรักษาสินค้า (3.38) ความทันสมัยของสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด (3.34) เท่ากัน สินค้าถูกจัดวางครบครันสม่ำเสมอ (3.20)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ประเภทของสินค้าหลากหลาย	1 (9.1)	3 (27.3)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
คุณภาพของสินค้า	0 (0.0)	6 (54.5)	4 (36.4)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความใหม่สดของสินค้า	0 (0.0)	5 (45.5)	6 (54.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของสินค้า	0 (0.0)	4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.27 (ปานกลาง)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด	0 (0.0)	4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.27 (ปานกลาง)
สินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่ำเสมอ	4 (36.4)	7 (63.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
การเก็บรักษาสินค้า	0 (0.0)	6 (54.5)	5 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การเก็บรักษา (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือความใหม่สดของสินค้า และคุณภาพของสินค้า (3.45) ประเภทของสินค้าหลากหลาย และสินค้าถูกจัดวางครบถ้วนสม่ำเสมอ (3.36) เท่ากัน ความทันสมัยของสินค้า และขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด (3.27) เท่ากัน

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผ้าอนามัย ขนม เมื่อเปรียบเทียบกับ กับร้านค้าอื่น ๆ	13 (8.3)	47 (30.1)	85 (54.5)	10 (6.4)	1 (0.6)	3.39 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	14 (9.0)	63 (40.4)	72 (46.2)	7 (4.5)	0 (0.0)	3.54 (มาก)
ราคาของหนังสือหรือตำราเรียน ต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ	23 (14.7)	77 (49.4)	52 (33.3)	4 (2.6)	0 (0.0)	3.76 (มาก)
ราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	12 (7.7)	71 (45.5)	69 (44.2)	4 (2.6)	0 (0.0)	3.58 (มาก)
ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบ ลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่อง หมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับ กับร้านค้าอื่น ๆ	14 (9.0)	57 (36.5)	76 (48.7)	9 (5.8)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กีฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	9 (5.8)	59 (37.8)	71 (45.5)	16 (10.3)	1 (0.6)	3.38 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนม โคนัท แซนควิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้าน ค้าอื่น ๆ	10 (6.4)	56 (35.9)	83 (53.2)	7 (4.5)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระดับความเป็นมาตรฐานของ ราคา	9 (5.8)	58 (37.2)	78 (50.0)	10 (6.4)	1 (0.6)	3.41 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นหรือการต่อรอง ของราคา	2 (1.3)	31 (19.9)	79 (50.6)	33 (21.2)	11 (7.1)	2.87 (ปานกลาง)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	11 (7.1)	49 (31.4)	78 (50.0)	14 (9.0)	4 (2.6)	3.31 (ปานกลาง)
สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง	24 (15.4)	62 (39.7)	54 (34.6)	16 (10.3)	0 (0.0)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.43 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.76) สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.60) ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.58) ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยว ชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.54) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.49) ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนม โดนัท แซนดวิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.44) ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (3.41) ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝอยอนามัย ขนม เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.39) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวยเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.38) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.31) ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.87)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝ้ายอนามัย ขนมหื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	3 (3.2)	25 (26.3)	56 (58.9)	10 (10.5)	1 (1.1)	3.20 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	3 (3.2)	42 (44.2)	44 (46.3)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	15 (15.8)	36 (37.9)	42 (44.2)	2 (2.1)	0 (0.0)	3.67 (มาก)
ราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	8 (8.4)	29 (30.5)	51 (53.7)	7 (7.4)	0 (0.0)	3.40 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	2 (2.1)	30 (31.6)	55 (57.9)	8 (8.4)	0 (0.0)	3.27 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	5 (5.3)	25 (26.3)	59 (62.1)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.31 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนมหื่อ แชนดิวซ์ เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับร้านค้าอื่น ๆ	5 (5.3)	39 (41.1)	45 (47.4)	5 (5.3)	1 (1.1)	3.44 (ปานกลาง)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระดับความเป็นมาตรฐานของ ราคา	2 (2.1)	32 (33.7)	58 (61.1)	3 (3.2)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นหรือการต่อรอง ของราคา	1 (1.1)	16 (16.8)	52 (54.7)	24 (25.3)	2 (2.1)	2.89 (ปานกลาง)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้ เลือก	3 (3.2)	32 (33.7)	50 (52.6)	10 (10.5)	0 (0.0)	3.29 (ปานกลาง)
สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง	8 (8.4)	49 (51.6)	33 (34.7)	3 (3.2)	2 (2.1)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.35) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.67) สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยว ชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ และราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนม โดนัท แซนดวิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.44) เท่ากัน ราคาสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.40) ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (3.35) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอปปกร์เสริมสวยเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.31) ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.27) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.29) ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฟ้านามัย ขนม เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.20) ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.89)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผ้าอนามัย ขนมหื่อเมื่อเปรียบเทียบกับ กับร้านค้าอื่น ๆ	0 (0.0)	1 (9.1)	7 (63.6)	3 (27.3)	0 (0.0)	2.82 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	1 (9.1)	2 (18.2)	6 (54.5)	2 (18.2)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)
ราคาของหนังสือหรือตำราเรียน ต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้าน ค้าอื่น ๆ	1 (9.1)	4 (36.4)	6 (54.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.55 (มาก)
ราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	0 (0.0)	4 (36.4)	5 (45.5)	2 (18.2)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบ ลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่อง หมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับ กับร้านค้าอื่น ๆ	0 (0.0)	2 (18.2)	7 (63.6)	2 (18.2)	0 (0.0)	3.00 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กีฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ	0 (0.0)	3 (27.3)	8 (72.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.27 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนมหื่อ โดนัท แซนด์วิช เมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านค้าอื่น ๆ	0 (0.0)	6 (54.5)	3 (27.3)	2 (18.3)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระดับความเป็นมาตรฐานของ ราคา	0 (0.0)	1 (9.3)	8 (72.7)	2 (18.2)	0 (0.0)	2.91 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นหรือการต่อรอง ของราคา	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (27.3)	7 (63.6)	1 (9.1)	2.18 (น้อย)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้ เลือก	0 (0.0)	2 (18.2)	4 (36.4)	4 (36.4)	1 (9.1)	2.64 (ปานกลาง)
สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง	1 (9.1)	5 (45.5)	4 (36.4)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.06) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.55) เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนม โดนัท แซนดวิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.36) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวยเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.27) ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ และราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำนม นมเปรี้ยว ชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.18) เท่ากัน ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.00) ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (2.91) ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผ้าอนามัย ขนม เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (2.82) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (2.64) และมีความพึงพอใจในระดับน้อย ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.18)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า	19 (12.2)	72 (46.2)	55 (35.3)	8 (5.1)	2 (1.3)	3.63 (มาก)
การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า	10 (6.4)	51 (32.7)	75 (48.1)	17 (10.9)	3 (1.9)	3.31 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า	7 (4.5)	52 (33.3)	78 (50.0)	17 (10.9)	2 (1.3)	3.29 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า	12 (7.7)	68 (43.6)	69 (44.2)	7 (4.5)	0 (0.0)	3.54 (มาก)
ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า	9 (5.8)	50 (32.1)	84 (53.8)	12 (7.7)	1 (0.6)	3.35 (ปานกลาง)
ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า	11 (7.1)	87 (55.8)	53 (34.0)	5 (3.2)	0 (0.0)	3.67 (มาก)
การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า	7 (4.5)	68 (43.6)	71 (45.5)	10 (6.4)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)
อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า	6 (3.8)	72 (46.2)	67 (42.9)	10 (6.4)	1 (0.6)	3.46 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย	16 (10.3)	70 (44.9)	51 (32.7)	17 (10.9)	2 (1.3)	3.52 (มาก)
ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ ร้านค้า	6 (3.8)	47 (30.1)	83 (53.2)	16 (10.3)	4 (2.6)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.67) ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า (3.63) ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า (3.54) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.46) เท่ากัน ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า (3.35) การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.31) การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.29) และทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า (3.22)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตาม
กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า	9 (9.5)	35 (36.8)	39 (41.1)	11 (11.6)	1 (1.1)	3.40 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบ หรือภายนอกของสหกรณ์ ร้านค้า	5 (5.3)	28 (29.5)	42 (44.2)	20 (21.1)	0 (0.0)	3.17 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งภายในของ สหกรณ์ร้านค้า	4 (4.2)	32 (33.7)	48 (50.5)	10 (10.5)	1 (1.1)	3.29 (ปานกลาง)
ความสะดวกของสหกรณ์ร้านค้า	4 (4.2)	49 (51.6)	36 (37.9)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.54 (มาก)
ความสวยงามของสหกรณ์ ร้านค้า	4 (4.2)	37 (38.9)	43 (45.3)	10 (10.5)	1 (1.1)	3.35 (ปานกลาง)
ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า	8 (8.4)	50 (52.6)	31 (32.6)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.63 (มาก)
การระบายอากาศของสหกรณ์ ร้านค้า	4 (4.2)	39 (41.1)	38 (40.0)	14 (14.7)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)
อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า	1 (1.1)	33 (34.7)	52 (54.7)	8 (8.4)	1 (1.1)	3.26 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าเป็นหมวด ง่าย	7 (7.4)	43 (45.3)	39 (41.1)	4 (4.2)	2 (2.1)	3.52 (มาก)
ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ ร้านค้า	1 (1.1)	32 (33.7)	47 (49.5)	14 (14.7)	1 (1.1)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.37) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.63) ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า (3.54) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า (3.40) ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า (3.35) การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.29) อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.26) ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า (3.19) การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.17)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	3 (27.3)	4 (36.4)	3 (27.3)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	5 (45.5)	4 (36.4)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	5 (45.5)	4 (36.4)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.55 (มาก)
ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	7 (63.6)	2 (18.2)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.73 (มาก)
ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	2 (18.2)	8 (72.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า	2 (18.2)	6 (54.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)
การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า	2 (18.2)	3 (27.3)	3 (27.3)	3 (27.3)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า	1 (9.1)	3 (27.3)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	1 (9.1)	3 (27.3)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า	2 (18.2)	2 (18.2)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
	ค่าเฉลี่ยรวม					3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.91) ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า (3.73) การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า (3.45) ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า และ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหาง่าย (3.36) เท่ากัน ท่าเลที่ตั้งของ สหกรณ์ร้านค้า และการจัดตกแต่งบริเวณ โดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.18) เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด	11 (7.1)	32 (20.5)	82 (52.6)	28 (17.9)	3 (1.9)	3.13 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม	5 (3.2)	35 (22.4)	89 (57.1)	24 (15.4)	3 (1.9)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ คึงดูใจ	11 (7.1)	41 (26.3)	83 (53.2)	18 (11.5)	3 (1.9)	3.25 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือ พิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ	9 (5.8)	49 (31.4)	78 (50.0)	17 (10.9)	3 (1.9)	3.28 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของพนักงาน ขาย โดยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม	7 (4.4)	43 (27.6)	71 (45.5)	29 (18.6)	6 (3.8)	3.09 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยให้ ส่วนลด	7 (4.5)	52 (33.3)	68 (43.6)	24 (15.4)	5 (3.2)	3.21 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยการจับ ฉลากหาผู้โชคดี	17 (10.9)	62 (39.7)	62 (39.7)	12 (7.7)	3 (1.9)	3.50 (มาก)
การสนทนาคุณแก่สมาชิกโดยการ แจกแถม	12 (7.7)	56 (35.9)	63 (40.4)	21 (13.5)	4 (2.6)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านการส่งเสริมการ

ตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (3.33) การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่างๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.28) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (3.25) การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (3.21) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด (3.13) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม (3.10) การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย โดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (3.09)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด	3 (3.2)	26 (27.4)	44 (46.3)	22 (23.2)	0 (0.0)	3.11 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม	23 (24.2)	58 (61.1)	13 (13.7)	1 (1.1)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ คึงดูใจ	4 (4.2)	29 (30.5)	45 (47.4)	15 (15.8)	2 (2.1)	3.19 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ในโอกาส หรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้า เสาธง ฯลฯ	2 (2.1)	29 (30.5)	49 (51.6)	12 (12.6)	3 (3.2)	3.16 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของ พนักงานขาย โดยแนะนำให้ซื้อ สินค้าเพิ่ม	2 (23.2)	23 (24.3)	42 (44.2)	24 (25.3)	4 (4.2)	3.05 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยให้ ส่วนลด	3 (3.2)	28 (29.5)	48 (50.5)	14 (14.7)	2 (2.1)	3.17 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยการจับ ฉลากหาผู้โชคดี	5 (5.3)	39 (41.1)	35 (36.8)	13 (13.7)	3 (3.2)	3.32 (ปานกลาง)
การสนทนาคุ่มแก่สมาชิกโดยการ แจกแถม	4 (4.2)	24 (25.3)	47 (49.5)	16 (16.8)	4 (4.2)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับ ปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.15) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.32) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (3.19) การ ส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (3.17) การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.16) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด (3.11) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม และการสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (3.08) การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย โดยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม (3.05)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ด นิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายใน สถานศึกษามีทุกจุด	0 (0.0)	2 (18.2)	4 (36.4)	5 (45.5)	0 (0.0)	2.73 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ด นิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวয়งาม	1 (9.1)	1 (9.1)	5 (45.5)	3 (27.3)	1 (9.1)	2.82 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ณ อาคาร หรือบอร์ด นิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ	1 (9.1)	1 (9.1)	5 (45.5)	3 (27.3)	1 (9.1)	2.82 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ใน โอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ	0 (0.0)	3 (27.3)	7 (63.6)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของ พนักงานขาย โดยแนะนำให้ ซื้อสินค้าเพิ่ม	0 (0.0)	2 (18.2)	4 (36.4)	5 (45.5)	0 (0.0)	2.73 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยให้ ส่วนลด	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (63.6)	4 (36.4)	0 (0.0)	2.64 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยการ จับฉลากหาผู้โชคดี	0 (0.0)	4 (36.4)	4 (36.4)	3 (27.3)	0 (0.0)	3.09 (ปานกลาง)
การสมนาคุณแก่สมาชิกโดย การแจกแถม	0 (0.0)	2 (18.2)	6 (54.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	2.91 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.87 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.87) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.18) การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.09) การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (2.91) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม และการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (2.82) เท่ากัน การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด และการส่งเสริมการขายของพนักงานขาย โดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (2.73) เท่ากัน การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (2.64)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตาม
กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วถูกต้องหรือมี ประสิทธิภาพในการให้บริการ ของพนักงานขาย	5 (3.2)	50 (32.1)	77 (49.4)	22 (14.1)	2 (1.3)	3.22 (ปานกลาง)
การมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขาย	6 (4.4)	43 (27.6)	80 (51.3)	22 (14.1)	4 (2.6)	3.16 (ปานกลาง)
การมีมารยาทและความสุภาพ ของพนักงานขาย	6 (3.8)	54 (34.6)	76 (48.7)	15 (9.6)	5 (3.2)	3.26 (ปานกลาง)
ความรู้ความสามารถของ พนักงานขาย	9 (5.8)	66 (42.3)	75 (48.1)	5 (3.2)	1 (0.6)	3.49 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานขาย	9 (5.8)	70 (44.9)	66 (42.3)	9 (5.8)	2 (1.3)	3.48 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของจำนวน พนักงานขาย	8 (5.1)	61 (39.1)	75 (48.1)	10 (6.4)	2 (1.3)	3.40 (ปานกลาง)
การให้ความช่วยเหลือและให้ คำแนะนำของพนักงานขาย	8 (5.1)	43 (27.6)	76 (48.7)	24 (15.4)	5 (3.2)	3.16 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	9 (5.8)	48 (30.8)	68 (43.6)	27 (17.3)	4 (2.6)	3.20 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	11 (7.1)	68 (43.6)	67 (42.9)	7 (4.5)	3 (1.9)	3.49 (ปานกลาง)
ความเต็มใจและมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน	11 (7.1)	65 (41.7)	60 (38.5)	13 (8.3)	7 (4.5)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง (3.32) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.49) การแต่งกายของ พนักงานขาย (3.48) ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน (3.40) ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน (3.38) การมี มารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย (3.26) ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการ ให้บริการของพนักงานขาย (3.22) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.20) การ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย และการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.16) เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตาม
กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วถูกต้องหรือมี ประสิทธิภาพในการให้บริการ ของพนักงานขาย	5 (5.3)	24 (25.3)	53 (55.8)	13 (13.7)	0 (0.0)	3.22 (ปานกลาง)
การมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขาย	0 (0.0)	30 (31.6)	41 (43.2)	20 (21.1)	4 (4.2)	3.02 (ปานกลาง)
การมีมารยาทและความสุภาพ ของพนักงานขาย	1 (1.1)	27 (28.4)	49 (51.6)	15 (15.8)	3 (3.2)	3.08 (ปานกลาง)
ความรู้ความสามารถของ พนักงานขาย	1 (1.1)	34 (35.8)	56 (58.9)	4 (4.2)	0 (0.0)	3.34 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานขาย	4 (4.2)	38 (40.0)	50 (52.6)	3 (3.2)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของจำนวน พนักงานขาย	4 (4.2)	27 (28.4)	56 (58.9)	8 (8.4)	0 (0.0)	3.28 (ปานกลาง)
การให้ความช่วยเหลือและให้ คำแนะนำของพนักงานขาย	2 (2.1)	22 (23.2)	45 (47.4)	22 (23.2)	4 (4.2)	2.96 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	3 (3.2)	21 (22.1)	48 (50.5)	19 (20.0)	4 (4.2)	3.00 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	4 (4.2)	33 (34.7)	52 (54.7)	6 (6.3)	0 (0.0)	3.37 (ปานกลาง)
ความเต็มใจและมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน	3 (3.2)	32 (33.7)	41 (43.2)	14 (14.7)	5 (5.3)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.19 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง (3.19) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานขาย (3.45) ความถูกต้องในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน (3.37) ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.34) ความเหมาะสมของ จำนวนพนักงานขาย (3.28) ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของ พนักงานขาย (3.22) ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน (3.15) การมีมารยาท และความสุภาพของพนักงานขาย (3.08) การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.02) และการให้ ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย (2.96)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตาม กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วถูกต้องหรือมี ประสิทธิภาพในการให้บริการ ของพนักงานขาย	0 (0.0)	7 (63.6)	4 (36.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.64 (มาก)
การมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขาย	0 (0.0)	6 (54.5)	4 (36.4)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
การมีมารยาทและความสุภาพ ของพนักงานขาย	1 (9.1)	7 (63.6)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82 (มาก)
ความรู้ความสามารถของ พนักงานขาย	0 (0.0)	7 (63.6)	4 (36.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.64 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานขาย	3 (27.3)	5 (45.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)
ความเหมาะสมของจำนวน พนักงานขาย	1 (9.1)	6 (54.5)	3 (27.3)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.64 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือและให้ คำแนะนำของพนักงานขาย	0 (0.0)	5 (45.5)	5 (45.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	0 (0.0)	6 (54.5)	3 (27.3)	2 (18.2)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการ ของพนักงานคิดเงิน	0 (0.0)	9 (81.8)	2 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82 (มาก)
ความเต็มใจและมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน	1 (9.1)	5 (45.5)	5 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.64 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.64) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานขาย (4.00) การมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.82) เท่ากัน ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย และ ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.64) เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.45) การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย และ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.36) เท่ากัน

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วในการซื้อ สินค้าด้วยเงินสด	14 (9.0)	54 (34.6)	73 (46.8)	14 (9.0)	1 (0.6)	3.42 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการซื้อ สินค้าด้วยเงินเชื่อ	5 (3.2)	41 (26.3)	91 (58.3)	15 (9.6)	4 (2.6)	3.18 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมเวลาให้ บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.)	17 (10.9)	84 (53.8)	46 (29.5)	9 (5.8)	0 (0.0)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.43 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษา ระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.70) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.42) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.18)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้า ด้วยเงินสด	8 (8.4)	32 (33.7)	50 (52.6)	5 (5.3)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้า ด้วยเงินเชื่อ	3 (3.2)	18 (18.9)	53 (55.8)	18 (18.9)	3 (3.2)	3.00 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมเวลาให้บริการ ของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.)	12 (12.6)	43 (45.3)	33 (34.7)	7 (7.4)	0 (0.0)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.70) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.45) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.00)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้า ด้วยเงินสด	0 (0.0)	8 (72.7)	2 (18.2)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.64 (มาก)
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้า ด้วยเงินเชื่อ	1 (9.1)	4 (36.4)	5 (45.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมเวลาให้บริการ ของสหกรณ์ร้านค้า (07.00- 18.00 น.)	2 (18.2)	6 (54.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.67) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00น.) (3.91) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.45)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.

ปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า	19 (12.2)	75 (48.1)	60 (38.5)	2 (1.3)	0 (0.0)	3.71 (มาก)
การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ	21 (13.5)	77 (49.4)	52 (33.3)	5 (3.2)	1 (0.6)	3.72 (มาก)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย	8 (5.1)	73 (46.8)	63 (40.4)	11 (7.1)	1 (0.6)	3.49 (ปานกลาง)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิกเพื่อสมาชิก	10 (6.4)	79 (50.6)	57 (36.5)	10 (6.4)	0 (0.0)	3.57 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.62 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.72) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.71) สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.49)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นนักศึกษาระดับปวส.

ปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า	2 (2.1)	43 (45.3)	47 (49.5)	3 (3.2)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)
การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ	7 (3.2)	46 (48.4)	35 (36.8)	6 (6.3)	1 (1.1)	3.55 (มาก)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย	3 (3.2)	30 (31.6)	53 (55.8)	9 (9.5)	0 (0.0)	3.28 (ปานกลาง)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก	3 (3.2)	43 (45.3)	47 (49.5)	2 (2.1)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.49) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.46) และ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.28)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า	2 (18.2)	6 (54.5)	2 (18.2)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.82 (มาก)
การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุน กิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ	2 (18.2)	6 (54.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย	1 (9.1)	4 (36.4)	5 (45.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก	0 (0.0)	6 (54.5)	5 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.91) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.82) และสหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.45)

ตารางที่ 28 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	
ประเภทของสินค้าหลากหลาย	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
คุณภาพของสินค้า	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ความใหม่สดของสินค้า	3.54 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ความทันสมัยของสินค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลาย ขนาด	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
สินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่่าเสมอ	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
การเก็บรักษาสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
รวม	3.46 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ตัวอย่างการคำนวณค่าเฉลี่ยเพื่อประเมินค่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประเภทของสินค้าหลากหลายของกลุ่มสมาชิก นักศึกษาระดับปวช. จำนวน 156 ราย พบว่ามีจำนวนผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 8 ราย ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก จำนวน 66 ราย ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง จำนวน 78 ราย ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อย จำนวน 4 ราย สามารถคำนวณหาค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

จากสูตร ค่าเฉลี่ย = $\frac{\text{ผลรวม (จำนวนผู้ตอบในแต่ละระดับ} \times \text{คะแนนของแต่ละระดับ)}}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม}}$

$$\text{จะได้ว่า ค่าเฉลี่ย} = \frac{(8 \times 5) + (66 \times 4) + (78 \times 3) + (4 \times 2)}{156} = \frac{40 + 264 + 234 + 8}{156} = \frac{546}{156} = 3.50$$

ส่วนค่าเฉลี่ยเพื่อประเมินค่าระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านอื่น ในกลุ่มสมาชิกอื่นๆ ก็สามารถคำนวณได้เช่นเดียวกับตัวอย่างข้างต้น

ส่วนค่าเฉลี่ยรวมหาได้โดยเอาค่าเฉลี่ยรวมกันหารด้วยจำนวนข้อย่อยของแต่ละปัจจัย

$$\text{ค่าเฉลี่ยรวม} = \frac{3.50 + 3.62 + 3.54 + 3.47 + 3.42 + 3.25 + 3.43}{7} = 3.46$$

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า (3.59) ความใหม่สดของสินค้า (3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือประเภทของสินค้าหลากหลาย (3.47) ความทันสมัยของสินค้า (3.42) การเก็บรักษาสินค้า (3.42) ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด (3.38) และสินค้าถูกจัดวางครบถ้วนสม่ำเสมอ (3.24)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.46) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า (3.62) ความใหม่สดของสินค้า (3.54) ประเภทของสินค้าหลากหลาย (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ความทันสมัยของสินค้า (3.47) การเก็บรักษาสินค้า (3.43) ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด (3.42) และสินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่ำเสมอ (3.25)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.38) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของสินค้า (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ประเภทของสินค้าหลากหลาย (3.43) รองลงมา ความใหม่สดของสินค้า (3.42) การเก็บรักษาสินค้า (3.38) ความทันสมัยของสินค้า และขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีหลายขนาด (3.34) เท่ากัน และสินค้าถูกจัดวางครบถ้วน สม่ำเสมอ (3.20)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การเก็บรักษาสินค้า (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า และความใหม่สดของสินค้า (3.45) เท่ากัน รองลงมาประเภทของสินค้าหลากหลาย และสินค้าถูกจัดวางครบถ้วนสม่ำเสมอ (3.36) เท่ากัน และความทันสมัยของสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (3.27)

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็น นักศึกษาระดับปวช.มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประเภทของสินค้าหลากหลาย คุณภาพของสินค้า และความใหม่สดของสินค้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และกลุ่มนักศึกษา ระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก กลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านการเก็บรักษา สินค้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			ค่าเฉลี่ยรวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฟอ้อนามัย ขนมหื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.39 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่เปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.54 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)
ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.58 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.49 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.38 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์ บีกิว ขนมหื่อ โดนัท แชนคั๊วช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา	3.41 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา	2.87 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.18 (น้อย)	2.85 (ปานกลาง)

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			ค่าเฉลี่ยรวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.72) สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.60) ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.49) ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บิควิ ขนมหิน โคนัท แซนดวิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.44) ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.39) ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (3.37) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.35) ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝอยอนามัย ขนมหิน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.30) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.28) ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.85)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.44) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.76) สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.60) ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.58) ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้

ไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.54) สำหรับปัจจัยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.49) ราคาของสินค้าแฟชั่น เช่น ก๊วยบาร์บีคิว ขนมหิน โคนัท แซนดิวช์ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.44) ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (3.41) ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผ่าอนามัย ขนมหิน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.39) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.38) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.31) และ ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.87)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.35) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.67) สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.61) สำหรับปัจจัยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ ราคาของสินค้าแฟชั่น เช่น ก๊วยบาร์บีคิว ขนมหิน โคนัท แซนดิวช์ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.44) เท่ากัน ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (3.35) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ และสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.31) เท่ากัน สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (3.29) ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.27) ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผ่าอนามัย ขนมหิน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.20) ความยืดหยุ่นหรือการต่อรองราคา (2.89)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.06) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ และสินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง (3.55) เท่ากัน สำหรับปัจจัยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาของสินค้าแฟชั่น เช่น ก๊วยบาร์บีคิว ขนมหิน โคนัท แซนดิวช์ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.36) ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊ฟชอป อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.27) ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ และราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ (3.18) เท่ากัน ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบ

นักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (3.00)ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา (2.91) ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฟ้าอนามัย ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ (2.82) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (2.64) และความยืดหยุ่นหรือการต่อรองของราคา (2.18)

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ด้านราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง ราคาของสมุดและเครื่องเขียนเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ด้านราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ และสินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ด้านราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ และสินค้ามีป้ายราคาปิดแสดง ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ตารางที่ 30 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)
ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)
การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.66) ความสะอาดของ สหกรณ์ ร้านค้า (3.55) ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า (3.53) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหาง่าย (3.51) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า (3.42) อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.39) ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า (3.35) การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.30) การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.25) ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า (3.22)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.44) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.67) ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า (3.63) ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า (3.54) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหาง่าย (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.46)เท่ากัน ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า (3.35) การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.31) การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.29) และทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้า (3.22)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.63) ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า (3.54) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหาง่าย (3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า (3.40) การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า และความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า (3.35) เท่ากัน การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.29) อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.26) ทางเดินจากตึกมาเรียนสหกรณ์ร้านค้า (3.19) การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.17)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า (3.91)

ความสะอาดของสหกรณ์ ร้านค้า (3.73) การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ทางเดินจากตึกเรียนมา สหกรณ์ร้านค้า (3.45) ความสวยงามของสหกรณ์ร้านค้า การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย การระบายอากาศของสหกรณ์ร้านค้า อุณหภูมิของสหกรณ์ร้านค้า (3.36) เท่ากัน ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า และ การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้า (3.18) เท่ากัน

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ด้านความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ร้านค้า ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก กลุ่มสมาชิกที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่ ด้านความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และกลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านความสว่างของสหกรณ์ร้านค้า ความสะอาดของสหกรณ์ร้านค้า การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้า ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ตารางที่ 31 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด	3.13 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธี การต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ	3.28 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย โดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม	3.09 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด	3.21 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลาก หาผู้โชคดี	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
การสนทนาคู่แก่สมาชิกโดยการแจก แถม	3.33 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.19) โดยมีความพึงพอใจต่อยังย้อยดังนี้ การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.42) การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่างๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.23) การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (3.22) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (3.21) การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (3.17) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด (3.10) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม (3.08) และการส่งเสริมการขายของพนักงานขายโดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (3.06)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (3.33) การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.28) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (3.25) การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (3.21) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด (3.13) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม (3.10) การส่งเสริมการขายของพนักงานขายโดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (3.09)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.14) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดี (3.32) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (3.19) การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (3.17) การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.16) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด (3.11) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยงาม การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม เท่ากัน (3.08) การส่งเสริมการขายของพนักงานขายโดยแนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (3.05)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.86) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ (3.18) การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหา ผู้โชคดี (3.09) การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถม (2.91) การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ สวยาม การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือ บอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ดึงดูดใจ (2.82) เท่ากัน การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฦ อาคาร หรือ บอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษามีทุกจุด การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย โดย แนะนำให้ซื้อสินค้าเพิ่ม (2.73) เท่ากัน การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (2.64)

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็น นักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย โดยการจับฉลากหาผู้โชคดี ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก กลุ่มสมาชิกที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มี ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านการส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหา ผู้โชคดี ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่างๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้าน บุคลากร	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพ ในการให้บริการของพนักงานขาย	3.22 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	3.16 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การมีมารยาทและความสุภาพของ พนักงานขาย	3.26 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย	3.49 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานขาย	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย	3.40 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย	3.16 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการให้บริการของ พนักงานคิดเงิน	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการของ พนักงานคิดเงิน	3.49 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานคิดเงิน	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานขาย (3.49) ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.46) ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.44) ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย (3.37) ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน (3.31) ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย (3.24) การมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย (3.22) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.13) การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.12) การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.10)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาในระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.32) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.49) เท่ากัน การแต่งกายของพนักงานขาย (3.48) ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย (3.40) ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน (3.38) การมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย (3.26) ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย (3.22) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.20) การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย และการมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.16) เท่ากัน

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.19) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานขาย (3.45) ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.37) ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.34) ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย (3.28) ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย (3.22) ความเต็มใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานคิดเงิน (3.15) การมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย (3.08) การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.02) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน (3.00)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.64) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานขาย (4.00) การมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน

(3.82) เท่ากัน ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย และ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย (3.64) ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย (3.64) เท่ากันสำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.45) การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงานขาย และความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน เท่ากัน (3.36) เท่ากัน

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็น นักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในด้านความรู้ความสามารถของ พนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน เป็นอันดับแรก กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ใน ด้านการแต่งกายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก และสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และ เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในด้าน การแต่งกายของพนักงานขาย การมี มารยาทและความสุภาพของพนักงานขาย และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน ความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย และความรู้ความ สามารถของพนักงานขาย ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานขาย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ตารางที่ 33 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้าน กระบวนการให้บริการ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วย เงินสด	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วย เงินเชื่อ	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมเวลาให้บริการของ สหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.68) สำหรับปัจจัยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.44) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.13)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.70) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.42) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.18)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของ

สหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.63) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.45) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.00)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.67) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) (3.91) ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด (3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ (3.45)

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. และนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก กลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการซื้อสินค้าด้วยเงินสด และความเหมาะสมเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ตารางที่ 34 ตารางรวมแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า			รวม
	นักศึกษา ระดับปวช.	นักศึกษา ระดับปวส.	อาจารย์และ เจ้าหน้าที่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า	3.71 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)
การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก	3.57 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุน กิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.66) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.63) สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.54) สำหรับปัจจัยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมาก (3.62) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.72) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.71) สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.49)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.49) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.46) สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.28)

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.68) ทั้งนี้มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ (3.91) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า (3.82) สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก (3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความทันสมัย (3.45)

โดยเปรียบเทียบกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้าน การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก กลุ่มสมาชิกที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ

มาก และกลุ่มสมาชิกที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในด้านการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรมวัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของสหกรณ์ร้านค้า และสหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิกเพื่อสมาชิก ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

4.4 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย	60	17.4	38	17.7	6	27.3	104	17.9
สินค้าไม่มีคุณภาพ	39	11.3	25	11.6	2	9.1	66	11.3
สินค้าไม่มีความใหม่สด	60	17.4	30	14.0	2	9.1	92	15.8
สินค้าล้าสมัย	63	18.3	38	17.7	5	22.7	106	18.2
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกน้อย	28	8.1	25	11.6	2	9.1	55	9.5
สินค้าไม่ถูกจัดวางอย่างครบถ้วน สม่่าเสมอ	46	13.3	36	16.7	2	9.1	84	14.4
การเก็บรักษาสินค้าไม่ดี	49	14.2	23	10.7	3	13.6	75	12.9
รวม	345	100.0	215	100.0	22	100.0	582	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิก นักศึกษา ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกระดับปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวม มากที่สุดได้แก่ ปัญหาสินค้าล้าสมัย จำนวน 106 ราย หรือร้อยละ 18.2 รองลงมา คือ ปัญหาประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย จำนวน 104 ราย หรือร้อยละ 17.9 สินค้าไม่มีความใหม่สด จำนวน 92 ราย หรือร้อยละ 15.8 สินค้าไม่ถูกจัดวางอย่างครบถ้วน สม่่าเสมอ จำนวน 84 ราย หรือร้อยละ 14.4 การเก็บรักษาสินค้าไม่ดี จำนวน 75 ราย หรือร้อยละ 12.9 สินค้าไม่มีคุณภาพ จำนวน 66 ราย หรือร้อยละ 11.3 และขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกน้อย จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 9.5

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ได้แก่ ปัญหาสินค้าล้าสมัย จำนวน 63 รายหรือร้อยละ 18.3 รองลงมา คือ ปัญหา

ประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย และสินค้าไม่มีความใหม่สด จำนวน 60 รายหรือร้อยละ 17.4 เท่ากัน การเก็บรักษาสินค้าไม่ดี จำนวน 49 ราย หรือร้อยละ 14.2 สินค้าไม่ถูกจัดวางอย่างครบถ้วนสม่ำเสมอ จำนวน 46 รายหรือ ร้อยละ 13.3 สินค้าไม่มีคุณภาพ จำนวน 39 รายหรือ ร้อยละ 11.3 และขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกน้อย จำนวน 28 ราย หรือ ร้อยละ 8.1

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ได้แก่ ประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย สินค้าล้าสมัย จำนวน 38 ราย หรือร้อยละ 17.7 เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าไม่ถูกจัดวางอย่างครบถ้วนสม่ำเสมอ จำนวน 36 รายหรือร้อยละ 16.7 สินค้าไม่มีความใหม่สด จำนวน 30 รายหรือ ร้อยละ 14.0 ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกน้อย สินค้าไม่มีคุณภาพ จำนวน 25 รายหรือร้อยละ 11.6 เท่ากัน และการเก็บรักษาสินค้าไม่ดี จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 10.7

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ได้แก่ ประเภทของสินค้าไม่หลากหลาย จำนวน 6 รายหรือร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ สินค้าล้าสมัย จำนวน 5 รายหรือร้อยละ 22.7 การเก็บสินค้าไม่ดี จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 13.6 และ สินค้าไม่มีคุณภาพ สินค้าไม่มีความใหม่สด ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกน้อย และ สินค้าไม่ถูกจัดวางอย่างครบถ้วนสม่ำเสมอ จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 9.1 เท่ากัน

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาส่วนประสมการ ตลาดด้านราคา

ปัญหาส่วนประสมการ ตลาดด้านราคา	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฟ้อนามัย ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพง กว่า	54	11.3	41	14.9	8	25.8	103	11.7
ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำ อัดลม น้ำผลไม้ เมื่อ เปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า	43	9.0	27	9.8	3	9.7	173	19.6
ราคาของหนังสือหรือ ตำราเรียนต่าง ๆ เมื่อ เปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า	39	8.2	20	7.2	1	3.2	60	6.8
ราคาของสมุดและเครื่อง เขียน เมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพง กว่า	35	7.4	21	7.6	2	6.5	58	6.6
ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือ วิสามัญ กระดุม เครื่อง หมายนักศึกษา เมื่อ เปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า	53	11.1	22	8.0	3	9.7	78	8.8

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ปัญหาส่วนประสมการ ตลาดด้านราคา	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กิ๊พชอบ อูปรกรณ์ เสริมสวย เมื่อเปรียบ เทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มี ราคาแพงกว่า	55	11.6	34	12.3	2	6.5	91	10.3
ราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนมโดนัท แชนค์วิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้าน ค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า	30	6.3	10	3.6	0	0.0	40	4.5
ราคาสินค้าไม่เป็น มาตรฐาน	39	8.2	22	8.0	4	12.9	65	7.4
ราคาสินค้าไม่มีความยืด หยุ่นหรือไม่สามารถต่อ รองราคาได้	56	11.8	31	11.2	5	16.1	92	10.4
สินค้ามีระดับราคาให้ เลือกน้อย	41	8.6	19	6.9	3	9.7	63	7.1
สินค้าไม่มีป้ายราคาปิด แสดง	31	6.5	29	10.5	0	0.0	60	6.8
รวม	476	100.0	276	100.0	31	100.0	883	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา

ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกนักศึกษาระดับ ปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่

จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์สหกรณ์ร้านค้า พบ
ปัญหาด้านราคาโดยภาพรวม มากที่สุดได้แก่ ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา
น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 173 ราย หรือร้อยละ
19.6 รองลงมาคือ พบปัญหาราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝ้ายอนามัย

ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 103 รายหรือร้อยละ 11.7 พบปัญหาราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่นหรือไม่สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 92 รายหรือ ร้อยละ 10.4 พบปัญหาราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กี๊ฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 91 รายหรือร้อยละ 10.3 พบปัญหาราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 78 รายหรือร้อยละ 8.8 พบปัญหาราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน จำนวน 65 รายหรือร้อยละ 7.4 พบปัญหาสินค้ามีระดับราคาให้เลือกน้อย จำนวน 63 รายหรือ ร้อยละ 7.1 พบปัญหาสินค้าไม่มีป้ายราคาปิดแสดง จำนวน 60 รายหรือ ร้อยละ 6.8 พบปัญหาราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 58 รายหรือร้อยละ 6.6 พบปัญหาราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนมโดนัท แชนด์วิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 40 รายหรือร้อยละ 4.5

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านราคามากที่สุด ได้แก่ ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่นหรือไม่สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 56 รายหรือร้อยละ 11.8 รองลงมาคือ ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กี๊ฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 11.6 ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝ้ายอนามัย ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 54 รายหรือร้อยละ 11.3 ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 53 รายหรือร้อยละ 11.1 ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 43 รายหรือร้อยละ 9.0 สินค้ามีระดับราคาให้เลือกน้อย จำนวน 41 รายหรือร้อยละ 8.6 ราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน และราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 39 รายหรือ ร้อยละ 8.2 เท่ากัน ราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า 35 รายหรือร้อยละ 7.4 สินค้าไม่มีป้ายราคาปิดแสดง จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 6.5 และราคาของสินค้าฝากขาย เช่น กล้วยบาร์บีคิว ขนมโดนัท แชนด์วิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 30 รายหรือร้อยละ 6.3

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านราคามากที่สุด ได้แก่ ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝ้ายอนามัย ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 41 รายหรือร้อยละ 14.9 รองลงมาคือ ราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กี๊ฟชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า

จำนวน 34 รายหรือร้อยละ 12.3 ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่นหรือไม่สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 11.2 สินค้าไม่มีป้ายราคาปิดแสดง จำนวน 29 รายหรือร้อยละ 10.5 ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 27 รายหรือร้อยละ 9.8 ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า และราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน จำนวน 22 รายหรือร้อยละ 8.0 เท่ากัน ราคาของสมุด และเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 21 รายหรือร้อยละ 7.6 ราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 20 รายหรือร้อยละ 7.2 เท่ากัน สินค้ามีระดับราคาให้เลือกน้อย จำนวน 19 รายหรือร้อยละ 6.9 ราคาของสินค้าฟากขาย เช่น กลัวยบาร์บีคิว ขนมโดนัท แชนค์วิช เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 10 รายหรือร้อยละ 3.6

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่พบปัญหาด้านราคามากที่สุด ได้แก่ ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฝ้ายอนามัย ขนมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 8 รายหรือร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่นหรือไม่สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 5 รายหรือร้อยละ 16.1 ราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน จำนวน 4 รายหรือร้อยละ 12.9 สินค้ามีระดับราคาให้เลือกน้อย ราคาของเครื่องดื่ม เช่น น้ำ นม นมเปรี้ยวชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ๆ มีราคาแพงกว่า ราคาของเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องแบบนักศึกษา เครื่องแบบลูกเสือวิสามัญ กระดุม เครื่องหมายนักศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า และราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน จำนวน 3 รายหรือ ร้อยละ 9.7 เท่ากัน ราคาของสมุดและเครื่องเขียน เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า และราคาของสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น กีฬชอบ อุปกรณ์เสริมสวย เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า อื่น ๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 6.5 เท่ากัน และราคาของหนังสือหรือตำราเรียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆ มีราคาแพงกว่า จำนวน 1 รายหรือร้อยละ 3.2

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านสถานที่

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านสถานที่	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สหกรณ์ร้านค้ามีทำเลที่ตั้ง ไม่เหมาะสม	39	9.4	35	12.5	2	8.7	76	10.6
การจัดตกแต่งบริเวณโดย รอบหรือภายนอกของ สหกรณ์ร้านค้าไม่ดี	61	14.7	34	12.1	3	13.0	98	13.7
การจัดตกแต่งภายใน ของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี	52	12.6	36	12.9	2	8.7	90	12.6
สหกรณ์ร้านค้าไม่สะอาด	41	9.9	23	8.2	1	4.3	65	9.1
สหกรณ์ร้านค้าไม่สวยงาม	32	7.7	17	6.1	2	8.7	51	7.1
สหกรณ์ร้านค้าไม่มีความ สว่าง	29	7.0	16	5.7	1	4.3	46	6.4
สหกรณ์ร้านค้ามีการ ระบายอากาศไม่ดี	38	9.2	35	12.5	2	8.7	75	10.5
สหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิ ร้อน อบอ้าว	38	9.2	23	8.2	5	21.7	66	9.2
การจัดวางสินค้าไม่เป็น หมวดหมู่	37	8.9	30	10.7	0	-	67	9.3
ทางเดินจากตึกเรียนมา สหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก	47	11.4	31	11.1	5	21.7	83	11.6
รวม	414	100.0	280	100.0	23	100.0	717	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา

ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกนักศึกษาระดับ ปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่
จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์สหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้านสถานที่โดยภาพรวม มากที่สุดได้แก่ การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 98 รายหรือร้อยละ 13.7 รองลงมา คือ การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 90 รายหรือร้อยละ 12.6 ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก จำนวน 83 รายหรือร้อยละ 11.6 สหกรณ์ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม จำนวน 76 รายหรือร้อยละ 10.6 สหกรณ์ร้านค้ามีการระบายอากาศไม่ดี จำนวน 75 รายหรือร้อยละ 10.5 การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ จำนวน 67 รายหรือร้อยละ 9.3 สหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิร้อน อบอ้าว จำนวน 66 รายหรือร้อยละ 9.2 สหกรณ์ร้านค้าไม่สะอาด จำนวน 65 รายหรือร้อยละ 9.1 สหกรณ์ร้านค้าไม่สวยงาม จำนวน 51 รายหรือร้อยละ 7.1 และ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีความสว่าง จำนวน 46 รายหรือร้อยละ 6.4

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช.พบปัญหาด้านสถานที่ มากที่สุดได้แก่ การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 61 รายหรือร้อยละ 14.7 รองลงมา คือ การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 52 รายหรือร้อยละ 12.6 ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก จำนวน 47 รายหรือร้อยละ 11.4 สหกรณ์ร้านค้าไม่สะอาด จำนวน 41 รายหรือร้อยละ 9.9 สหกรณ์ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม จำนวน 39 รายหรือร้อยละ 9.4 สหกรณ์ร้านค้ามีการระบายอากาศไม่ดี และสหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิร้อน อบอ้าว จำนวน 38 รายหรือร้อยละ 9.2 การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ จำนวน 37 รายหรือร้อยละ 8.9.1 สหกรณ์ร้านค้าไม่สวยงาม จำนวน 32 รายหรือร้อยละ 7.7 และสหกรณ์ร้านค้าไม่มีความสว่าง จำนวน 29 รายหรือร้อยละ 7.0

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับ ปวส. พบปัญหาด้านสถานที่ มากที่สุดได้แก่ การจัดตกแต่งภายในของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 36 รายหรือร้อยละ 12.9 รองลงมา คือ สหกรณ์ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม และสหกรณ์ร้านค้ามีการระบายอากาศไม่ดี จำนวน 35 รายหรือ ร้อยละ 12.5 เท่ากัน การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 34 รายหรือร้อยละ 12.1 ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 11.1 การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ จำนวน 30 รายหรือร้อยละ 10.7 สหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิร้อนอบอ้าว และสหกรณ์ร้านค้าไม่สะอาด จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 8.2 เท่ากัน สหกรณ์ร้านค้าไม่สวยงาม จำนวน 17 รายหรือร้อยละ 6.1 และสหกรณ์ร้านค้าไม่มีความสว่าง จำนวน 16 รายหรือร้อยละ 5.7

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านสถานที่มากที่สุดได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีอุณหภูมิร้อนอบอ้าว และทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก จำนวน 5 รายหรือร้อยละ 21.7 เท่ากัน รองลงมาคือ การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอกของสหกรณ์ร้านค้าไม่ดี จำนวน 3 รายหรือร้อยละ 13.0 สหกรณ์ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม สหกรณ์ร้านค้ามีการระบายอากาศไม่ดีการจัดตกแต่งภายในของ สหกรณ์ร้านค้าไม่ดี ทางเดินจากตึกเรียนมาสหกรณ์ร้านค้าไม่สะดวก การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ สหกรณ์ร้านค้าไม่สวยงาม สหกรณ์ร้านค้าไม่มีความสว่าง จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 8.7 เท่ากัน และสหกรณ์ร้านค้าไม่สะอาด จำนวน 1 รายหรือร้อยละ 4.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดด้านการส่งเสริมการ ตลาด	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฉ อักษร หรือบอร์ด นิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถาน ศึกษา มิไม่ครบทุกจุด	49	13.0	32	15.5	1	5.6	82	13.6
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบ ปิด ฉ อักษร หรือบอร์ด นิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่สวยงาม	46	12.2	20	9.7	3	16.7	69	11.5
การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบ ปิด ฉ อักษร หรือบอร์ดนิเทศ ต่าง ๆ ฯลฯ ไม่ดึงดูดใจ	51	13.6	22	10.6	2	11.1	75	12.5
การประชาสัมพันธ์ในโอกาส หรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้า เสาธง ฯลฯ มีน้อยเกินไป	45	12.0	23	11.1	2	11.1	70	11.6
การส่งเสริมการขายของ พนักงานขาย ไม่ค่อยแนะนำ ให้ซื้อสินค้าเพิ่ม	47	12.5	26	12.6	2	11.1	75	12.5
การส่งเสริมการขายไม่ค่อยให้ ส่วนลด	50	13.3	28	13.5	3	16.7	81	13.5
การส่งเสริมการขายโดยการ จับฉลากหาผู้โชคดีมีน้อยครั้ง	46	12.2	25	12.1	1	5.6	72	12.0
การสมนาคุณแก่สมาชิกโดย การแจกแถมมีน้อยเกินไป	42	11.2	31	15.0	4	22.2	77	12.8
รวม	376	100.0	207	100.0	18	100.0	601	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา
 ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกนักศึกษาระดับ ปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่
 จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์สหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม มากที่สุดได้แก่การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษา มีไม่ครบทุกจุด จำนวน 82 รายหรือร้อยละ 13.6 รองลงมา คือ การส่งเสริมการขายไม่ค่อยให้ส่วนลด จำนวน 81 รายหรือร้อยละ 13.5 การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถมมีน้อยเกินไป จำนวน 77 รายหรือร้อยละ 12.8 การส่งเสริมการขายของพนักงานขายไม่ค่อยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย ไม่ค่อยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม จำนวน 75 รายหรือร้อยละ 12.5 เท่ากัน การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดีมีน้อยครั้ง จำนวน 72 รายหรือร้อยละ 12.0 การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ มีน้อยเกินไป จำนวน 70 รายหรือร้อยละ 11.6 และ การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่สวยงาม จำนวน 69 รายหรือร้อยละ 11.5

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดได้แก่ การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่ดึงดูดใจ จำนวน 51 รายหรือร้อยละ 13.6 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายไม่ค่อยให้ส่วนลด จำนวน 50 รายหรือร้อยละ 13.3 การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษา มีไม่ครบทุกจุด จำนวน 49 รายหรือร้อยละ 13.0 ไม่ค่อยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม จำนวน 47 รายหรือ ร้อยละ 12.5 การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่สวยงาม การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดีมีน้อยครั้งเท่ากัน จำนวน 46 รายหรือร้อยละ 12.2 การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ มีน้อยเกินไป 45 รายหรือร้อยละ 12.0 การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถมมีน้อยเกินไป จำนวน 42 รายหรือร้อยละ 11.2

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดได้แก่ การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษา มีไม่ครบทุกจุด จำนวน 32 รายหรือร้อยละ 15.5 รองลงมาคือ การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถมมีน้อยเกินไป จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 15.0 การส่งเสริมการขายไม่ค่อยให้ส่วนลด จำนวน 28 รายหรือร้อยละ 13.5 การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย ไม่ค่อยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม จำนวน 26 รายหรือร้อยละ 12.6 การส่งเสริมการขายโดยการจับฉลากหาผู้โชคดีมีน้อยครั้ง จำนวน 25 รายหรือร้อยละ 12.1 การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ มีน้อยเกินไป จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 11.1 การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่ดึงดูดใจ จำนวน 22 รายหรือร้อยละ 10.6

และการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่สวยงาม จำนวน 20 รายหรือร้อยละ 9.7

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุด ได้แก่ การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจกแถมมีน้อยเกินไป จำนวน 4 รายหรือร้อยละ 22.2 รองลงมาคือ การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่สวยงาม และการส่งเสริมการขายไม่ค่อยให้ส่วนลด จำนวน 3 รายหรือ ร้อยละ 16.7 เท่ากัน การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ไม่ดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์ในโอกาสหรือพิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าเสาธง ฯลฯ มีน้อยเกินไป การส่งเสริมการขายของพนักงานขาย ไม่ค่อยแนะนำให้ผู้ซื้อสินค้าเพิ่ม จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 11.1 เท่ากัน และการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปิด ฌ อาคาร หรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ฯลฯ ภายในสถานศึกษา มีไม่ครบทุกจุด และการส่งเสริมการขายโดยจับฉลากหาผู้โชคดีมีน้อยครั้ง จำนวน 1 รายหรือร้อยละ 5.6 เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านบุคลากร

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากร	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บริการของพนักงาน ขายชำและผิดพลาดบ่อย	35	8.8	31	12.2	2	15.4	68	10.2
พนักงานขายมนุษยสัมพันธ์ ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส	58	14.6	42	16.5	2	15.4	102	15.4
พนักงานขายไม่มีมารยาท และไม่สุภาพ	49	12.4	23	9.0	1	7.7	73	11.0
พนักงานขายไม่ค่อยมีความ รู้ความสามารถ	25	6.3	19	7.5	1	7.7	45	6.8
การแต่งกายของพนักงาน ขายไม่เหมาะสม	30	7.6	14	5.5	0	0.0	44	6.6
พนักงานขายมีจำนวนไม่ เพียงพอ	31	7.8	11	4.3	1	7.7	43	6.5
พนักงานขายไม่ค่อยให้ ความช่วยเหลือและให้ คำแนะนำ	47	11.9	34	13.3	1	7.7	82	12.3
พนักงานคิดเงิน คิดเงินช้า	47	11.9	35	13.7	2	15.4	84	12.7
พนักงานคิดเงิน คิดเงิน ผิดพลาด	29	7.3	13	5.1	1	7.7	43	6.5
พนักงานคิดเงินไม่มีความ เต็มใจและไม่ค่อยมีมนุษย สัมพันธ์	45	11.4	33	12.9	2	15.4	80	12.0
รวม	396	100.0	255	100.0	13	100.0	664	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา
ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกนักศึกษาระดับ ปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่
จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์สหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้านบุคลากรโดยภาพรวม มากที่สุด ได้แก่ ปัญหาพนักงานขายมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส จำนวน 102 รายหรือร้อยละ 15.4 รองลงมาคือ ปัญหาพนักงานคิดเงิน คิดเงินซ้ำ จำนวน 84 รายหรือร้อยละ 12.7 พนักงานขายไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ จำนวน 82 รายหรือร้อยละ 12.3 พนักงานคิดเงินไม่มีความเต็มใจและไม่ค่อยมีมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 80 รายหรือร้อยละ 12.0 พนักงานขายไม่มีมารยาทและไม่สุภาพ จำนวน 73 รายหรือ ร้อยละ 11.0 การให้บริการของพนักงานขายซ้ำและผิดพลาดบ่อย จำนวน 68 รายหรือร้อยละ 10.2 พนักงานขายไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ จำนวน 45 รายหรือร้อยละ 6.8 การแต่งกายของพนักงานขายไม่เหมาะสม จำนวน 44 รายหรือร้อยละ 6.6 และ พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ และพนักงานคิดเงิน คิดเงินผิดพลาด จำนวน 43 รายหรือร้อยละ 6.5 เท่ากัน

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านบุคลากร มากที่สุด ได้แก่ พนักงานมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส จำนวน 58 รายหรือ ร้อยละ 14.6 รองลงมาคือ พนักงานไม่มารยาทและไม่สุภาพ จำนวน 49 รายหรือร้อยละ 12.4 พนักงานขายไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ และพนักงานคิดเงินคิดเงินซ้ำ จำนวน 47 รายหรือร้อยละ 11.9 เท่ากันพนักงานคิดเงินไม่มีความเต็มใจและไม่ค่อยมีมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 45 รายหรือ ร้อยละ 11.4 การให้บริการของพนักงานขายซ้ำและผิดพลาดบ่อย จำนวน 35 รายหรือร้อยละ 8.8 พนักงานขายมีจำนวนไม่เพียงพอ จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 7.8 การแต่งกายของพนักงานขายไม่เหมาะสม จำนวน 30 รายหรือร้อยละ 7.6 พนักงานคิดเงินคิดเงินผิดพลาด จำนวน 29 รายหรือ ร้อยละ 7.3 และพนักงานขายไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ จำนวน 25 รายหรือร้อยละ 6.3

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านบุคลากร มากที่สุด ได้แก่ พนักงานมนุษยสัมพันธ์ไม่ดีไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส จำนวน 42 รายหรือร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ พนักงานคิดเงิน คิดเงินซ้ำ จำนวน 35 รายหรือร้อยละ 13.7 พนักงานขายไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ จำนวน 34 รายหรือร้อยละ 13.3 พนักงานคิดเงินไม่มีความเต็มใจและไม่ค่อยมีมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 33 รายหรือร้อยละ 12.9 การให้บริการของพนักงานขายซ้ำ และผิดพลาดบ่อย จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 12.2 พนักงานขายไม่มีมารยาทและไม่สุภาพ จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 9.0 พนักงานขายไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ จำนวน 19 รายหรือร้อยละ 7.5 การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม จำนวน 14 รายหรือร้อยละ 5.5 พนักงานคิดเงินคิดเงินผิดพลาด จำนวน 13 รายหรือร้อยละ 5.1 และพนักงานขายมีจำนวนไม่เพียงพอ จำนวน 11 รายหรือร้อยละ 4.3

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านบุคลากรมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการของพนักงานขายชำและผิดพลาดบ่อย พนักงานขายมนุษย์สัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคิดเงิน คิดเงินช้า พนักงานคิดเงินไม่มีความเต็มใจและไม่ค่อยมีมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 15.4 เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานขายไม่มีมารยาทและไม่สุภาพ พนักงานขายไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ พนักงานขายมีจำนวนไม่เพียงพอ พนักงานขายไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำและพนักงานคิดเงินคิดเงินผิดพลาด จำนวน 1 รายหรือร้อยละ 7.7



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับ บริการช้า	42	40.0	23	35.4	3	75.0	68	39.1
การซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อได้รับ บริการช้า	31	29.5	24	36.9	0	-	55	31.6
เวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ไม่เหมาะสม	32	30.5	18	27.7	1	25.0	51	29.3
รวม	105	100.0	65	100.0	4	100.0	174	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา
ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกระดับปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่
จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้าน
กระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม มากที่สุด ได้แก่ การซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า
จำนวน 68 รายหรือร้อยละ 39.1 รองลงมา คือ การซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อได้รับบริการช้า จำนวน 55
รายหรือร้อยละ 31.6 และเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ไม่เหมาะสม
จำนวน 51 รายหรือร้อยละ 29.3

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านกระบวนการ
ให้บริการมากที่สุด ได้แก่ การซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า จำนวน 42 รายหรือร้อยละ
40.0 รองลงมาคือเวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ไม่เหมาะสม จำนวน 32
รายหรือร้อยละ 30.5 และการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อได้รับบริการช้า จำนวน 31 รายหรือร้อยละ 29.5

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านกระบวนการ
ให้บริการมากที่สุดได้แก่ การซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อได้รับบริการช้า จำนวน 24 รายหรือร้อยละ
36.9 รองลงมา คือ การซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 35.4 และ
เวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ไม่เหมาะสม จำนวน 18 รายหรือร้อยละ 27.7

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ การซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้รับบริการช้า จำนวน 3 รายหรือร้อยละ 75.0 และ เวลาให้บริการของสหกรณ์ร้านค้า (07.00-18.00 น.) ไม่เหมาะสม จำนวน 1 รายหรือร้อยละ 25.0

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกาย ภาพ	สมาชิกสหกรณ์ร้านค้า							
	นักศึกษา ระดับปวช.		นักศึกษา ระดับปวส.		อาจารย์และ เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สหกรณ์ร้านค้าไม่มีความ น่าเชื่อถือในการให้บริการ แก่สมาชิก	33	21.2	15	16.7	0	-	48	19.0
การคืนประโยชน์ให้แก่ สังคมหรือสมาชิก เช่น การ ให้เงินสนับสนุน กิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่ง เสริมการศึกษา การให้ทุน การศึกษา ฯลฯ มีน้อย	42	26.9	16	17.8	2	28.6	60	23.7
สหกรณ์ร้านค้ามีภาพ ลักษณ์ของความล้ำสมัย	41	26.3	39	43.3	3	42.9	83	32.8
สหกรณ์ร้านค้าไม่มีภาพ ลักษณ์ของการบริการโดย สมาชิก เพื่อสมาชิก	40	25.6	20	22.2	2	28.6	62	24.5
รวม	156	100.0	90	100.0	7	100.0	253	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มสมาชิกนักศึกษา
ระดับปวช. 156 ราย กลุ่มสมาชิกนักศึกษาระดับ ปวส. 95 ราย และเป็นสมาชิกกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่
จำนวน 11 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้า พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวม มากที่สุด ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความล้ำสมัย จำนวน 83 รายหรือร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิกเพื่อสมาชิก จำนวน 62 รายหรือร้อยละ 24.5 การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ มีน้อย จำนวน 60 รายหรือร้อยละ 23.7 และ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิก จำนวน 48 รายหรือร้อยละ 19.0

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวช. พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด ได้แก่ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ มีน้อย จำนวน 42 รายหรือร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความล้ำสมัย จำนวน 41 รายหรือร้อยละ 26.3 สหกรณ์ร้านค้าไม่มีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก จำนวน 40 รายหรือร้อยละ 25.6 และสหกรณ์ร้านค้าไม่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิก จำนวน 33 รายหรือร้อยละ 21.2

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นนักศึกษาระดับปวส. พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความล้ำสมัย จำนวน 39 รายหรือร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิก เพื่อสมาชิก จำนวน 20 รายหรือร้อยละ 22.2 การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ มีน้อย จำนวน 16 รายหรือร้อยละ 17.8 และสหกรณ์ร้านค้าไม่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิก จำนวน 15 รายหรือร้อยละ 16.7

ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่ พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้ามีภาพลักษณ์ของความล้ำสมัย จำนวน 3 รายหรือร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีภาพลักษณ์ของการบริการโดยสมาชิกเพื่อสมาชิก และการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุนกิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อ ส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ มีน้อย จำนวน 2 รายหรือร้อยละ 28.6 เท่ากัน