

**แนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของ
บริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่
จังหวัดอุทัยธานี**

Guidelines for Baan Rai Sugar Industry Co. Ltd. Cooperative
Shop Management, Ban Rai District, UthaiThani Province

วสันต์ อินทร์นวล
Wasan Innuan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ และสร้างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี วิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่กำหนดจำนวนประชากรจากข้อมูลการใช้บริการในปี พ.ศ. 2552 เฉลี่ยจำนวน 800 คนต่อเดือนโดยคิดเป็นสัดส่วนจากร้อยละของประชากรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คนแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มย่อยโดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ไม่ได้ถือหุ้นร้านค้าสวัสดิการ จำนวน 169 คน และกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำของบริษัทและเป็นผู้ถือหุ้นในร้านค้าสวัสดิการ จำนวน 91 คนเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ ช่วงที่ 2 สร้างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่

นักศึกษาระดับปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คนโดยใช้กระบวนการกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}=2.36$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายในระดับมาก ($\bar{x}=2.61$) ส่วนความพึงพอใจด้านอื่น ๆ ในระดับน้อยตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=2.49$) ด้านราคา ($\bar{x}=2.43$) ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x}=2.39$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}=2.33$) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x}=2.20$) และด้านพนักงานขาย ($\bar{x}=2.09$) ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยสรุปได้ดังนี้ จัดหาสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น สำรวจและปรับลดราคาสินค้าให้เท่ากับราคาตลาด จัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า ทำบัตรสมาชิก จัดระบบสำรวจสินค้าคงเหลือในร้าน จัดสินค้าให้ชัดเจนเป็นหมวดหมู่ จัดสถานที่ภายในภายนอกให้สะอาด และสวยงามสะอาดแก่ผู้ให้บริการ และจัดอบรมพิเศษเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

คำสำคัญ : การจัดการ, ร้านค้าสวัสดิการ

ABSTRACT

This research's objectives were to measure customer's satisfaction toward Baan Rai Sugar Industry Co., Ltd. Cooperative Shop management and to create guidelines for the management of Baan Rai Sugar Industry Co., Ltd. Cooperative Shop. In the first part of the study, quantitative research methods were used to analyze customer's needs. 260 respondents were taken by accidental sampling. 169 were general customers and 91 were shareholders. Primary data were collected by using structured questionnaire. In the second part of the study, qualitative research methods were used to analyze guidelines for the management of Baan Rai Sugar Industry Co., Ltd. Cooperative Shop. Focus group discussion was set up by eleven experts in order to make suitable suggestions and recommendations as guidelines for cooperative shop management.

The study found that, customers expressed low level of overall satisfaction toward Baan Rai Sugar Industry Co., Ltd. Cooperative Shop ($\bar{x}=2.36$). Customers are most satisfied with place ($\bar{x}=2.61$) while product, price, physical evidence and presentation, process and personnel were at low rate of satisfaction as follows: product ($\bar{x}=2.49$), price ($\bar{x}=2.43$), physical evidence and presentation ($\bar{x}=2.39$), process ($\bar{x}=2.33$), promotion ($\bar{x}=2.20$), and personnel ($\bar{x}=2.09$)

The guidelines for management of Baan Rai sugar Industry Co., Ltd. Cooperative Shop were summarized as purchasing several brands of products as well as examining and decreasing products' price, arranging "Sales Promotion" and providing member cards. Others suggestions were setting up stock inventory system, putting products in correct categories so it was easily accessible. The other more guidelines were renovating

shop atmosphere, keeping the store neat and clean, setting up enough parking lots, relaxing corner and others. Staff needed to be trained on how to greet customer, how to give advice and guidance on product selection to customers.

Keywords: Management, Welfare shop

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยดำเนินการมาตั้งแต่อดีตซึ่งเป็นธุรกิจในครอบครัวหรือที่เรียกว่า ร้านโชวห่วย จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด มีระบบบริหารจัดการในร้านอย่างง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน ต่อมาปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจากร้านโชวห่วยมาเป็นร้านซูเปอร์มาเก็ต (Super Market) ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ซูเปอร์สโตร์ (Super Store) ศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้า มีการเติบโตและขยายสาขาจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้นในแง่การแบ่งส่วนทางการตลาดของผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกรายเดิมเพื่อเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มต่างๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 381 - 382) นอกจากนี้ การเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจค้าปลีกของบริษัทต่างชาติส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกรายย่อยในประเทศเนื่องจากมีอำนาจในการต่อรองทางธุรกิจสูงรวมถึงมีรูปแบบระบบการบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภค ส่งผลให้ราคาสินค้าและบริการของธุรกิจขนาดย่อมมีราคาสูงกว่า (ภาพินี นามเดช, 2548 : 2)

ร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี จัดเป็นร้านค้าปลีกที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอาหาร และของใช้ในชีวิตรประจำวันให้กับพนักงานและประชาชนทั่วไปโดยเริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัญหาของร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่โดยภาพรวมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ โดยอาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานขาย ด้านกระบวนการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ การบริหารร้านค้าสวัสดิการฯ พบว่าร้านค้าสวัสดิการขาดรูปแบบการบริหารจัดการร้านค้าและพนักงานขาดกลยุทธ์ทางการตลาด ไม่มีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อสร้างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อสร้างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากร คือลูกค้าที่ใช้บริการของร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานีกำหนดจำนวนประชากรจากข้อมูลการใช้บริการในปี พ.ศ. 2552 เฉลี่ยจำนวน 800 คนต่อเดือน โดยคิดเป็นสัดส่วนจากร้อยละของประชากรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คนแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มย่อยโดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ไม่ได้ถือหุ้นร้านค้าสวัสดิการ จำนวน 169 คนและกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำของบริษัทและเป็นผู้ถือหุ้นในร้านค้าสวัสดิการ จำนวน 91 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ความพึงพอใจของลูกค้าจากการให้บริการของร้านค้าสวัสดิการฯ ในการบริหารจัดการร้านค้า และสินค้ารวม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานขาย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3. ระยะเวลาในการวิจัย เดือนกุมภาพันธ์ 2553 – กรกฎาคม 2554

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) ของการบริการ 7 ด้าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ โดยกำหนดจำนวนประชากรจากข้อมูลการใช้บริการในปี พ.ศ. 2552 แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มย่อยดังนี้กลุ่มที่ 1 ลูกค้าทั่วไปที่ไม่ได้ถือหุ้นร้านค้าสวัสดิการฯ คิดเป็นร้อยละ 65 และกลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำของบริษัทและเป็นผู้ถือหุ้นร้านค้าสวัสดิการฯ คิดเป็นร้อยละ 35

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 จำนวน 260 คน หาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเทียบตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Krejcie & Morgan ได้ลูกค้ากลุ่มที่ 1 จำนวน 169 คน และลูกค้ากลุ่มที่ 2 จำนวน 91 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ส่วนที่ 2 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านจำนวน 11 ท่านเป็นการกำหนดประชากรโดยวิธีแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้คือ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ด้านการบริหารจัดการมีประสบการณ์ด้านการตลาดหรือร้านค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอาหารและของใช้ในชีวิตรประจำวันปฏิบัติงานในตำแหน่งเกี่ยวกับการให้บริการในร้านค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอาหารและของใช้ในชีวิตรประจำวัน ลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ที่ไม่ได้ถือหุ้นคัดเลือกและแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการจำนวน 3 คน ผู้จัดการร้านค้าจำนวน 3 คน ผู้ปฏิบัติการในร้านค้าจำนวน 3 คน และลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการฯ จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ช่วงที่ 1 แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด เก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการโรงงานน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ (สำราญ มีแจ้ง, 2544 : 37) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ของการบริการ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการบริหารร้านค้าสวัสดิการ รวม 49 ข้อ เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ โดยแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ ดังนี้ (สำราญ มีแจ้ง, 2544 : 37)

- | | | |
|---|--------------|----------------------------|
| 4 | คะแนนเท่ากับ | ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 3 | คะแนนเท่ากับ | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 2 | คะแนนเท่ากับ | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | คะแนนเท่ากับ | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |

ตรวจสอบการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องโดยผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC 0.66 ทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96

ช่วงที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกการสนทนากลุ่มที่ได้จากข้อมูลความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการจากการวิจัยในช่วงที่ 1 มาเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่มเพื่อระดมสมองในการหาแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งการทำงานเป็น 2 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 การศึกษาปัญหาด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยผู้วิจัย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ – เมษายน พ.ศ. 2553

ช่วงที่ 2 สร้างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของ บริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยการประชุมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.00 – 11.00 น. ณ ห้องประชุมสำนักงานบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยผู้วิจัยนำเสนอร่างแนวทางการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ ต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอความเห็นและข้อเสนอแนะฉบับที่ผลการประชุมสนทนากลุ่มลงในแบบบันทึก

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ช่วงที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ช่วงที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้สถิติพรรณนา การวิเคราะห์ถึงสาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1.

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับจำนวน 260 ฉบับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.85 ปี อายุ ต่ำกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.08 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.31 และมีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.00

2. ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ของการบริการ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการบริหารร้านค้าสวัสดิการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}=2.36$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายในระดับมาก ($\bar{x}=2.61$) ส่วนความพึงพอใจด้านอื่นๆอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=2.49$) ด้านราคา ($\bar{x}=2.43$) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x}=2.39$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}=2.33$) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x}=2.20$) และด้านพนักงานขาย ($\bar{x}=2.09$)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

1. ด้านผลิตภัณฑ์โดยการ จัดซื้อสินค้ามาจำหน่ายให้หลากหลายยี่ห้อ มากขึ้นส่งพนักงานสำรวจสินค้าตามท้องตลาดสมัครเป็นสมาชิกของร้านค้าส่ง เพื่อจะได้สินค้าที่ใหม่ สมัครเป็นสมาชิกสินค้าขายตรง
2. ด้านราคา โดยการ สำรวจสินค้าที่มีราคาสูงกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป เพื่อปรับลดราคาลง จัดซื้อสินค้าจากแหล่งค้าส่งที่ถูกลงเพื่อลดราคาขายสินค้า ลง ตัดป้ายราคาในตัวสินค้าทุกชนิด จัดช่วงโปรโมชั่นลดราคาสินค้า
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการ จัดระบบสำรวจสินค้าคงเหลือ ในร้าน สำรวจความต้องการของลูกค้าในสินค้าแต่ละประเภทเพิ่มปริมาณสินค้า ที่ขายดีจัดทำป้ายประเภทของสินค้าให้ชัดเจนและจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่
4. ด้านส่งเสริมการขาย โดยการจัดกิจกรรมลด แลก ตามยี่ห้อสินค้า จัดรายการสินค้าตามเทศกาลขายทำบัตรสมาชิกในการสะสมแต้มเพื่อนำมาเป็น ส่วนลดหรือแลกซื้อสินค้า ให้พนักงานแจกใบปลิวในแหล่งสถานที่ชุมชน
5. ด้านพนักงานขาย โดยการให้พนักงานไปศึกษาดูงานในร้านค้าที่ สร้างความประทับใจให้ลูกค้าการให้พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้าทุกคน การให้ ความรู้ในตัวสินค้า ทุกชนิดกับพนักงานขายส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมการ ให้บริการ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ โดยการ ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม การให้บริการการจัดทำระบบบาร์โค้ดมีเครื่องตรวจสอบราคาสินค้า
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยการ จัดสถานที่พักผ่อนให้เพียงพอและมีบรรยากาศที่ร่มรื่นสวยงามการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่น จัดหาพนักงานดูแลความสะอาดสถานที่พักผ่อน จัดสถานที่จอดรถทำช่องจอด ให้เป็นระเบียบเพื่อจอดรถได้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องแนวทางบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัท อุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบประเด็นที่น่าสนใจ และนำมาอภิปรายผลดังนี้

ภาพรวมของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าสวัสดิการของบริษัท อุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่อยู่ในระดับน้อยเมื่อพิจารณาปัญหาการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ พบว่าคณะกรรมการบริหารร้านค้าสวัสดิการฯ ไม่ได้จัดตั้งทีมงาน สำหรับสำรวจความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าในท้องตลาด เช่น ขาดความหลากหลายของสินค้า ขาดการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ นอกจากนี้สินค้าที่จำหน่ายบางรายการราคาสูงกว่าร้านค้าขายปลีกในบริเวณพื้นที่เดียวกัน ขาดการติดป้ายบอกราคาสินค้า ขาดการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการฯ พนักงานขายไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ เนื่องจากไม่ได้รับการฝึกอบรมเรื่องการบริหารบริเวณโดยรอบขาดความร่มรื่นของต้นไม้ สถานที่จอดรถคับแคบ สถานที่ให้ลูกค้านั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี ภาชา (2547) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาสหกรณ์ร้านค้าองค์การตำรวจตระเวนชายแดนที่ 24 อำเภอมะนัง จังหวัดอุตรธานี พบว่าความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของสหกรณ์ร้านค้า อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่พบคือ ขาดความหลากหลายในตราหือ และสินค้าไม่พอขาย ด้านราคา พบว่าสินค้าที่จำหน่ายมีราคาแพงกว่าร้านค้าทั่วไป ป้ายแสดงราคาไม่ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า เวลาเปิด-ปิด ร้านตามเวลาราชการ และปิดช่วงพักเที่ยง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าไม่เคยทำการส่งเสริมการตลาดเลยไม่ว่าจะเป็นวิธีใดๆก็ตาม ด้านบุคคล พบว่าไม่มีการแนะนำสินค้า ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ สหกรณ์ร้านค้าไม่มีพนักงานประจำทำหน้าที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าสถานที่ไม่เด่นสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นไม่มีการตกแต่งร้าน ด้านกระบวนการ พบว่า การให้บริการช้า ขาดความพร้อมก่อน

เปิดร้าน เช่นการเตรียมเงินทอน ถุงใส่สินค้า เป็นต้น

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้านพบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความหลากหลาย ประเภทตราประทับของสินค้าและปริมาณสินค้าชนิดใหม่ที่ออกสู่ตลาด ให้เลือกซื้อในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากขาดความหลากหลายของสินค้าในประเภทเดียวกันทั้งในแง่ของขนาด ตราสินค้ารวมถึงการขาดความหลากหลายของสินค้าตัวใหม่ที่เริ่มวางจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริภักดิ์ นั้บแสง (2545) เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาที่มีต่อร้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พบว่าด้านสินค้าซึ่งเกี่ยวกับปริมาณสินค้าที่ไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า สินค้าไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ไม่มีความหลากหลายของสินค้า เป็นเพราะว่าสินค้าที่จำหน่ายในร้านไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ได้สำรวจความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้า และความหลากหลายของสินค้าในท้องตลาด

2. ด้านราคา พบว่าความพึงพอใจต่อเรื่องกำหนดราคาขายสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ทั้งในหัวข้อ การกำหนดราคาขายให้มีความใกล้เคียงกับร้านค้าปลีกในระดับเดียวกัน การติดป้ายบอกราคาสินค้าทุกรายการ และการลดราคาสินค้าบางชนิดต่ำกว่าราคาป้าย ทั้งนี้เนื่องจาก ราคาสินค้าในร้านค้าสวัสดิการบางชนิดมีราคาแพงกว่าร้านค้าทั่วไป และขาดการติดป้ายบอกราคาสินค้าที่จำหน่ายในร้านทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับปภาณี ภาชา (2547) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาสหกรณ์ร้านค้าองค์การกับการสำรวจตระเวนชายแดนที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นไม่พอใจ ราคาสินค้าแพงกว่าร้านค้าทั่วไป ป้ายแสดงราคาไม่ชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความพึงพอใจด้านปริมาณของสินค้าที่ตรงตามต้องการการจัดเรียงสินค้าสวยงามน่าสนใจและสินค้าส่วนใหญ่ มีความสะอาดน่าสนใจความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เทวฤทธิ์ นิกรเทศ (2544) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี พบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการให้

ความสำคัญกับทำเลของร้านสะดวกแก่การมาใช้บริการ และให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในร้าน มีการจัดทางเดินจุดซื้อขายเงินชัดเจน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สามารถเดินเลือกสินค้าได้เอง

4. ด้านส่งเสริมการขาย พบว่าความพึงพอใจกับรายการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เมื่อซื้อสินค้าที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของทางร้านค้า โดยพนักงานขาย และการโฆษณาร้านค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ปัญหาคือ ขาดการประชาสัมพันธ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาณิสรา ไศภนะศุภร์ (2547) เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ร้านค้าวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่าการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ การสมนาคุณแก่สมาชิกโดยการแจก แถม มีน้อยเกินไปและสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤพล สนิททรัพย์ไพบุลย์ (2545) เรื่อง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้บริโภคให้ความพอใจในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท น้อยกว่าร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ในทุกๆ ด้าน เช่น การแจกของสมนาคุณ การลดราคาสินค้า การให้คูปองส่วนลดในการซื้อสินค้าอื่นๆ การสะสมยอดซื้อ และการแลกซื้อสินค้าในราคาสมนาคุณ

5. ด้านพนักงานขาย พบว่าความพึงพอใจกับพนักงานขายเอาใจใส่ต่อลูกค้า คำพูดจาทักทายของพนักงานขายทุกคนในร้านและการที่พนักงานยินดีตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ปัญหาคือ พนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมด้านการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาณิสรา ไศภนะศุภร์ (2547) เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ร้านค้าวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคิดเงินช้า ผิดพลาดบ่อย และไม่มีความเต็มใจให้บริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าความพึงพอใจกับการกล่าวต้อนรับและขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งการแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าและการบริการเป็นไปอย่างมีระบบและรวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ปัญหาคือ ไม่ได้รับการ

ฝึกอบรมด้านการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤพล สนิททรัพย์ไพฑูริย์ (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อใน สถานีบริการน้ำมันในจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้บริโภคให้ความพอใจในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทน้อยกว่าร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ในด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว ความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน การพูดจาสุภาพและน่าเชื่อถือ ของพนักงาน การคิดเงินอย่างรวดเร็วและถูกต้อง การเอาใจใส่ในด้านการบริการ และการมีความเป็นกันเองของพนักงาน เพราะผู้ประกอบการขาดการเอาใจใส่ เรื่องการให้บริการของพนักงาน ขาดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องทำให้พนักงาน ขาดหัวใจในเรื่องของการบริการ เป็นเพราะว่าลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่ดีจาก พนักงานขายจึงขาดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานไม่ได้รับ การฝึกอบรมด้านการให้บริการ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าความพึงพอใจกับการจัดสถานที่พักผ่อนด้านหน้า สถานที่จอดรถอย่างเพียงพอและความ สะอาดภายในและภายนอกของร้านค้าสวัสดิการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย ปัญหา คือ สถานที่พักผ่อนของลูกค้าไม่เพียงพอ ขาดความร่มรื่นของต้นไม้ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ พื้นที่บริเวณโดยรอบไม่สะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของปราณี ภาชา (2547) เรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาสหกรณ์ร้านค้า กอปรกับการสำรวจตระเวนชายแดนที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบ ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ประทับใจ สถานที่ไม่เด่นสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นไม่มีการ ตกแต่งร้าน สถานที่พักผ่อนให้บริการไม่พอ จอดรถไม่สะดวก คับแคบ ภูมิทัศน์ โดยรวมไม่ดี เป็นเพราะว่า ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกสบายในการมาใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคณะกรรมการ บริหารร้านค้าสวัสดิการฯ ไม่เห็นความสำคัญ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรอบ เช่น ไม่ได้ปลูกต้นไม้เป็นร่มเงา จัดสถานที่นั่งพัก สำหรับลูกค้าน้อยเกินไป ไม่ได้จัดสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน ขาดการดูแลเอาใจ ใส่เรื่องความสะอาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการนำผลสรุปที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปทดลองใช้ในการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารจัดการร้านค้าที่ดำเนินกิจการอยู่ และทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของร้านค้าสวัสดิการเพื่อเปรียบเทียบความเปลี่ยนแปลงและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาต่อไปเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

2. ควรมีการนำผลสรุปที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปศึกษาเป็นแนวทางบริหารจัดการ และเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ที่จะลงทุนในกิจการร้านค้าสวัสดิการอื่นๆ สหกรณ์ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ และผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ ด้านพนักงานขาย เนื่องจากพนักงานขายเป็นบุคคลที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยตรง การเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายจะช่วยสร้างแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ควรทำการวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ ด้านการส่งเสริมการขาย เพราะการส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการเพื่อจะได้แนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ควรทำการวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าสวัสดิการของบริษัทอุตสาหกรรมน้ำตาลบ้านไร่ ด้านกระบวนการให้บริการ เพราะกระบวนการให้บริการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ และส่งผลให้แนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เทวฤทธิ์ นิกรเทศ. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- นฤพล สินทร์พยไพบูลย์. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในจังหวัด เชียงราย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปราณี ภาชา. (2547). **การศึกษาแนวทางในการพัฒนาสหกรณ์ร้านค้า กอการกับการสำรวจตระเวนชายแดนที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภาพิณี นามเดช. (2548). **การวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าร้านศรีเพชร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (ยุทธศาสตร์การพัฒนา). เพชรบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ศศิธร มูลตรีแก้ว. (2546). **แรงจูงใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริภักดิ์ นัปแสง. (2545). **พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาที่มีต่อสหกรณ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการเกษตร). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). **กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไชเท็กซ์.

_____. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและ
ไฮเท็กซ์.

สำราญ มีแจ้ง.(2544). **การประเมินโครงการทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : นิชิน
แอดเวอร์ไทซิงกรุ๊ป.

อานิสรา ไศภณะศุภร์. (2547). **ความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการ
ตลาดของสหกรณ์ร้านค้า วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง จังหวัด
ลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**