

ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
วชิรา เดชสำราญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550

ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
วชิรา เดชสำราญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ
ของ
วชิรา เดชสำราญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550

วชิรา เดชสำราญ. (2550). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ สิทธิฐาน ชูทรัพย์.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของ
สวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและแยกเป็นสี่ด้าน
คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และ
เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า จำแนกตามเพศ ระดับ
การศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน ระดับช่วงชั้นที่ 3 และระดับช่วงชั้นที่ 4 ที่ใช้บริการของสวัสดิการ
ร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย จำนวน 286 คน เครื่องมือ
ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของ
สวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ
มีความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา
อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่าย นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริม
การตลาด และด้านราคา

2. นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียน
บ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. นักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้าน
อื่นๆ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. นักเรียนที่มีรายรับต่อวันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ
ทางสถิติ

5. นักเรียนที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการ
ร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ

STUDENTS' SATISFACTION WITH THE SERVICE OF FRINGE BENEFITS OF
BANLEAMVITTAYA SCHOOL, PETCHABURI PROVINCE

AN ABSTRACT
BY
WACHIRA DEJSAMRAN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University
May 2007

Wachira Dejsamran. (2007). *Students' Satisfaction with the service of Fringe Benefits Of Banleamvittaya School, Petchaburi Province*. Master's Project. M.Ed. (Business Education). Graduate. School, Srinakharinwirot University.
Project Advisor : Mr. Sittakorn Choosup.

The purposes of this research were to study Students' Satisfaction with the service of Fringe Benefits Of Banleamvittaya School, Petchaburi Province in aspects namely: Product , Price , Place and Promotion and the comparison of Students' Satisfaction with the service of Fringe Benefits Of Banleamvittaya School, Petchaburi Province. This study was classified by sex, education level, student income and the frequency in using serves.

The sample size was 286 students in period level 3 and period level 4 using the service of Fringe Benefits Of Banleamvittaya School, Petchaburi Province. Fifty students are the tryout group and the reliability value is 0.96. Statistical method applied for data analyzing were percentile, mean, standard deviations and t-test.

The results were as follows :

1.The Students' Satisfaction toward with the service of Fringe Benefits Of the service of Fringe Benefits Of Banleamvittaya School, Petchaburi Province by Banleamvittaya School, Petchaburi Province by total was highly level, taking each aspect into consideration.We found that the students are most satisfied with Place, products, promotion and pricing respectively.

2. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for satisfaction of the students with different sex.

3. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for satisfaction of the students with different education level. By considering in each aspect reveals:Price was statistical significance difference level at 0.05.

4. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for satisfaction of the students with different student income.

5. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for satisfaction of the students with different the frequency in using serves.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

.....กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย)

.....กรรมการสอบ
(รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งจาก อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำการทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอนจนเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ในการทำวิจัย และรู้ถึงคุณค่าของงานวิจัยที่จะช่วยพัฒนาการทำงานให้เป็นไปอย่างมีคุณค่ามากขึ้น และท่านยังเป็นแบบฉบับของอาจารย์ที่ทุ่มเทให้กับศิษย์ และงานด้านวิชาการอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง ถึงความกรุณาดังกล่าว และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย และรองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ภักกร สกลรัตน์ และ ว่าที่ร้อยตรีอุทิศ รุ่งธีระ ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ ว่าที่ร้อยตรีอุทิศ รุ่งธีระ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ผอ.จิรศักดิ์ ทรัพย์ล้อม ผู้อำนวยการโรงเรียนบางจานวิทยา อาจารย์ศิริพร หอมดี อาจารย์สุนันท์ทา พราหมณ์น้อย ที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัยในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ที่พึงได้จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูตเวทิตา แด่บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาอบรม สั่งสอน ถ่ายทอดวิชาความรู้และเป็นที่กำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัย ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาชั้นมหาบัณฑิตในครั้งนี้

วชิรา เดชสำราญ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมติฐานของการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา	7
งานสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา	11
แนวคิดพื้นฐานของการบริการ	18
ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์	23
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	25
ทฤษฎีและเอกสารเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	53
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย	53
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
อภิปรายผล	57
ข้อเสนอแนะ	63
 บรรณานุกรม	65
 ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก	70
ภาคผนวก ข	72
ภาคผนวก ค	78
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	83

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักเรียน.....	38
2 จำนวนความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน ความถี่ในการใช้บริการ.....	44
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและแยกเป็นรายด้าน.....	45
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายข้อ	46
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา เป็นรายข้อ	47
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นรายข้อ	48
7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายข้อ	49
8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการ ของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	50
9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการ ของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	51
10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายรับของนักเรียนต่อวัน.....	52
11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการ ของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	52

บัญชีภาพประกอบ

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลนักเรียนปีการศึกษา 2549	8
2 โครงสร้างการบริหารโรงเรียน.....	10
3 โครงสร้างการบริหารสวัสดิการร้านค้าโรงเรียน.....	12
4 รูปแสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด.....	25
5 โมเดลความพอใจ.....	33

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันมีธุรกิจหลายอย่างเกิดขึ้น ธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันอย่างมาก คือ ธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อให้กับผู้บริโภค ถือเป็นสื่อกลางที่เชื่อมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยมีผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ธุรกิจค้าปลีกถือเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อสนองตามการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าปลีกต้องเพียรพยายามที่จะปรับปรุงธุรกิจของตนเองเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

โรงเรียนบ้านแหลมวิทยาเป็นโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญประการหนึ่งคือ การมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาในทุกด้าน คือ ด้านความรู้ ความสามารถ ด้านทักษะและเจตคติที่ดี มีพฤติกรรมอันพึงประสงค์ มีคุณธรรมประจำตน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้รู้จักคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาได้ พร้อมทั้งยังจัดให้มีการฝึกประสบการณ์ตรงให้มากที่สุด และเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว โรงเรียนบ้านแหลมวิทยาจึงได้จัดให้มีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างหลักสูตร เพื่อพัฒนาผู้เรียนโดยกิจกรรมเสริมหลักสูตรนั้นก็คือ กิจกรรมสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนที่มุ่งเน้นให้นักเรียนได้รับการศึกษาอบรม ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมสวัสดิการร้านค้า เข้าใจถึงหลักและวิธีการปฏิบัติงานด้านการบริการ เป็นการปูพื้นฐานทางจิตใจ นิสัยการทำงานร่วมกัน การเสียสละและเห็นประโยชน์ของหมู่คณะ (อนิรุทธิ์ บัวทอง. 2545 : 1) ซึ่งกิจกรรมเสริมหลักสูตรนี้จะมีประสิทธิภาพได้ นักเรียนต้องมีความรู้ทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ มีโอกาสฝึกฝน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสวัสดิการร้านค้า

สวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา เป็นร้านสวัสดิการที่มีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกมาตั้งแต่ปี 2547 หรือ 3 ปีโดยประมาณ ซึ่งเป็นร้านค้าที่ประสบความสำเร็จทางด้านการให้บริการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคและบริโภค รวมไปถึงการบริการอัดสำเนา สวัสดิการร้านค้าเป็นธุรกิจการให้บริการที่สวัสดิการร้านค้าประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบของความสำเร็จมาจากการบริหารการตลาดเป็นสำคัญ เช่น การบริหารทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการบริการของพนักงาน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541 : 337) รวมทั้งการจัดการการบริหารองค์กรที่สอดคล้องกัน โดยการปฏิบัติงานในสวัสดิการร้านค้าได้มีการจัดขึ้นในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบไปด้วย คณะครู-อาจารย์ และนักเรียนในช่วงชั้นที่ 4 ที่เรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (การบัญชี) ต้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในกิจกรรมสวัสดิการร้านค้า

การริเริ่มนำกิจกรรมสวัสดิการร้านค้ามาใช้ในโรงเรียนนับเป็นแนวคิดที่ดี แต่กิจกรรมสวัสดิการร้านค้าจะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหาร ครู นักเรียนทุกฝ่าย ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมนี้บรรลุเป้าหมายและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในฐานะผู้จัดการสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา รวมทั้งเป็นผู้วางแผนบริหารจัดการ เป็นผู้ฝึกทักษะประสบการณ์ตรงให้แก่นักเรียนในเรื่องการขาย และการบริการ ฯลฯ นอกจากนี้ผลการดำเนินงานของกิจการมียอดลดลงเมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานในปีก่อนเมื่อคิดจากยอดนักเรียนที่ใช้บริการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียน เพื่อนำผลการศึกษาวินิจฉัยไปเป็นแนวทางดำเนินงาน และปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ ของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อซึ่งก็คือ นักเรียน รวมทั้งจะเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบปัญหาที่เกิดขึ้น และจัดระบบวางแผนการบริหารจัดการ การแก้ปัญหาต่างๆ ในลำดับต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานต่างๆ ของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ได้จัดระบบวางแผนการบริหารจัดการ การแก้ปัญหาต่างๆ ในลำดับต่อไป เพื่อที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่นักเรียน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น นักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 3 จำนวน 486 คน และนักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 4 จำนวน 260 คน รวม 746 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ เป็นนักเรียน ระดับช่วงชั้นที่ 3 และระดับช่วงชั้นที่ 4 ที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ปีการศึกษา 2549 ทั้งหมด 746 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกกลุ่ม โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ด้วยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ เป็นสถานภาพของนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี จำแนกได้ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1. เพศชาย

1.1.2. เพศหญิง

1.2 ระดับการศึกษา

1.2.1. ระดับการศึกษาช่วงชั้นที่ 3

1.2.2. ระดับการศึกษาช่วงชั้นที่ 4

1.3 รายรับของนักเรียนต่อวัน

1.3.1. ต่ำกว่า 20 บาท

1.3.2. 20 - 30 บาท

1.3.3. มากกว่า 30 บาท ขึ้นไป

1.4 ความถี่ในการใช้บริการ

1.4.1. น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

1.4.2. 1 ครั้ง/สัปดาห์

1.4.3. มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน คือ

2.1. ด้านผลิตภัณฑ์

2.2. ด้านราคา

2.3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความชอบ ความพอใจ หรือรู้สึกประทับใจ ของนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึกชอบ พึงพอใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าอุปโภค – บริโภค และสินค้าที่สามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ สะอาดน่ารับประทาน มีการวางแผนหมวดหมู่สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีสินค้าและบริการที่นักเรียน ต้องการซื้อ มีสินค้าและบริการหลากหลายประเภทให้เลือก ความทันสมัยของสินค้า บรรจุภัณฑ์ การจัดหาสินค้าอุปโภค – บริโภคมาจำหน่ายได้ตรงตามความต้องการของนักเรียน

1.2 ด้านราคา หมายถึง ความพึงพอใจ ความรู้สึกชอบ พอใจราคาของสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจนักเรียน ป้ายราคาที่ติดไว้มีความชัดเจน ราคายุติธรรม มีสินค้าที่ราคาแตกต่างกัน ราคาถูกกว่าท้องตลาด

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความพึงพอใจต่อการจัดให้มีอาคารสถานที่ที่ตั้งสะดวกในการซื้อสินค้า ป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน บรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดภายในอาคาร ความสะดวก ความทันสมัย การตกแต่งอาคาร การจัดวางชั้นสินค้า เครื่องถ่ายเอกสาร และความปลอดภัยที่มาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้านต่อการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สวัสดิการร้านค้า ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักเรียนให้ได้มากที่สุด ได้แก่

1.4.1. การโฆษณา หมายถึง ความพึงพอใจของนักเรียนต่อความชัดเจนด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของร้านค้า

1.4.2. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการสร้างภาพลักษณ์ของสวัสดิการร้านค้า การจัดกิจกรรมและรายการพิเศษต่าง ๆ เช่น การมอบทุนการศึกษาให้นักเรียนยากจนและเรียนดีทุกปี การมีส่วนร่วมในการมอบของรางวัลแก่นักเรียนในการจัดกิจกรรมทางวิชาการ

1.4.3. การขายโดยใช้พนักงาน หมายถึง ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของสวัสดิการร้านค้า ได้แก่ ความรู้ ความสามารถของพนักงานขาย บุคลิกภาพ อธยาศัยดี การตอบข้อสงสัยของนักเรียน ความรวดเร็วในการให้บริการ การแต่งกาย

1.4.4. การส่งเสริมการขาย หมายถึง ความพึงพอใจของนักเรียนต่อกิจกรรมต่างๆ ที่สวัสดิการร้านค้าจัดขึ้น ได้แก่ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ การแจกของแถม และการแจกขนมและไอศกรีมแก่นักเรียนในช่วงเทศกาลปีใหม่หรือวันเด็ก

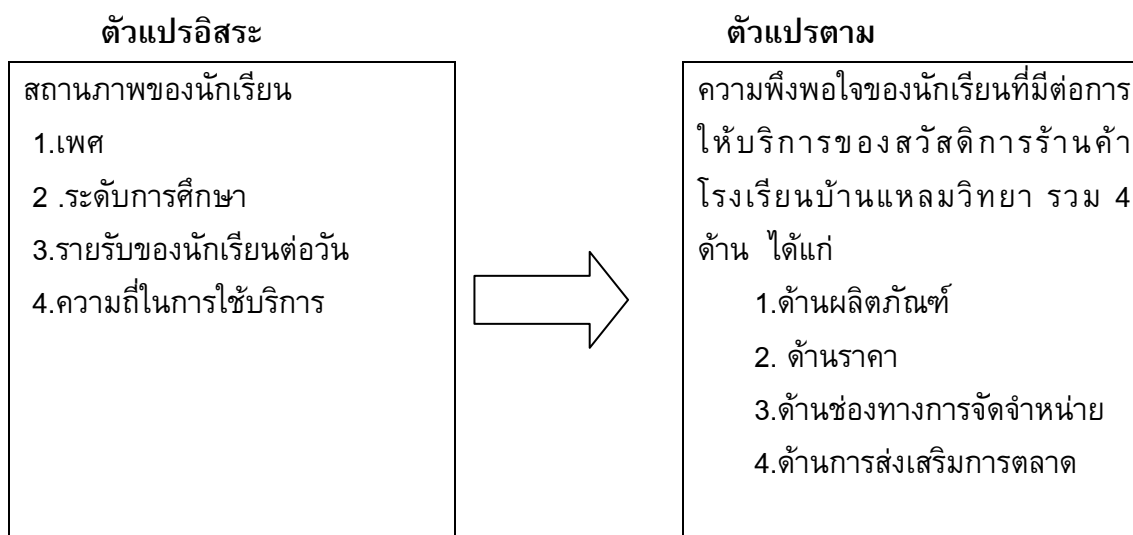
2. นักเรียน หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในช่วงชั้นที่ 3 และในช่วงชั้นที่ 4 ที่เข้ามาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

3. สวัสดิการร้านค้า หมายถึง ร้านสวัสดิการของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ที่จัดตั้งขึ้นภายในโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา หมู่ 9 อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้บริการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภค บริการถ่ายเอกสาร บริการรับซื้อของเก่า

4. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับชั้นเรียนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักเรียนที่เรียนในช่วงชั้นที่ 3 และนักเรียนที่เรียนในช่วงชั้นที่ 4

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี



สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักเรียนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักเรียนที่มีรายรับต่อวันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักเรียนที่มีความถนัดในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา
2. งานสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา
3. แนวคิดพื้นฐานของการบริการ
4. ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
6. ทฤษฎีและเอกสารเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

ประวัติโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ตั้งอยู่ที่หมู่ 9 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เป็นโรงเรียนขนาดกลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 1 กระทรวงศึกษาธิการ บนพื้นที่ 59 ไร่ 2 งาน 8 ตารางวา

พ.ศ. 2501 โรงเรียนได้รับอนุมัติจากกรมสามัญศึกษาให้เปิดสอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น นักเรียนสหศึกษาให้ชื่อว่า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยมีอาคารเรียน 1 หลัง 10 ห้องเรียน สร้างอยู่ในที่ดินของวัดตันสน อำเภอบ้านแหลม จำนวนเนื้อที่ 10 ไร่เศษ

พ.ศ. 2516 โรงเรียนได้รับการพิจารณาจากกรมสามัญศึกษาให้เข้าอยู่ในโครงการโรงเรียนมัธยมในชนบท (คมช. รุ่นที่ 10) และเนื่องจากที่ดินคับแคบมากขยายไม่ออกจำเป็นต้องหาที่ดินแห่งใหม่ กรมสามัญศึกษา ได้อนุมัติเงินงบประมาณ 580,000 บาท (ห้าแสนแปดหมื่นบาท) ซื้อที่ดินจำนวน 59 ไร่ 2 งาน 8 ตารางวา และในปีเดียวกันโรงเรียนได้รับงบประมาณปลูกสร้างอาคารเรียนแบบ 216 จำนวน 1 หลัง ในที่ดินแปลงใหม่ สร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2517 จึงได้ย้ายโรงเรียนบางส่วนมาเรียนที่โรงเรียนแห่งใหม่ซึ่งห่างจากที่ดินเดิม 2 กิโลเมตร และห่างจากที่ว่าการอำเภอบ้านแหลม 500 เมตร มีถนนเพชรบุรี – บ้านแหลมผ่าน ห่างจากตัวจังหวัดเพชรบุรี ประมาณ 13

พ.ศ. 2521 ที่เรียนแห่งใหม่ได้รับงบประมาณการปรับปรุง มีอาคารเรียน หอประชุม โรงอาหาร และโรงฝึกงานพร้อม จึงได้ย้ายนักเรียนที่เหลือมาเรียนในที่แห่งใหม่ทั้งหมด เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2521 ส่วนสถานที่เรียนแห่งเดิม โรงเรียนวัดตันสนขอใช้เรียนเป็นการชั่วคราว และได้โอนให้โรงเรียนวัดตันสน (เขียรวิทยา) สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติ

พ.ศ. 2523 กรมสามัญศึกษาอนุมัติให้โรงเรียนเปิดสอนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
ปีการศึกษา 2536 โรงเรียนได้รับเกียรติบัตรรางวัลชมเชยในการคัดเลือกสถานศึกษาจาก
เขตการศึกษา 5 เพื่อรับรางวัลพระราชทาน

ปีการศึกษา 2537 โรงเรียนได้รับอนุมัติจากกรมสามัญศึกษาให้เปิดสอนในระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม

วิสัยทัศน์

ภายในปี 2549 โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา เป็นโรงเรียนชั้นนำ นักเรียนรักการเรียนรู้ รู้จัก
ใช้เทคโนโลยี มีคุณธรรมจริยธรรม รักท้องถิ่น และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

พันธกิจ

1. พัฒนาการเรียนรู้ให้นักเรียนเป็นสำคัญโดยใช้ยุทธศาสตร์การเรียนรู้
2. พัฒนาแหล่งเรียนรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. จัดระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
4. สร้างเสริมประสบการณ์ให้แก่นักเรียน เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตอย่างหลากหลายและ

ทั่วถึง

เป้าหมาย

1. นักเรียนมีคุณธรรมตามมาตรฐานด้านผู้เรียน สามารถศึกษาต่อ และประกอบอาชีพได้
2. นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรม
3. นักเรียนมีสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข
4. โรงเรียนได้รับการสนับสนุนการจัดการศึกษาจากผู้ปกครองและชุมชน

ข้อมูลนักเรียนปีการศึกษา 2549

ชั้นเรียน	จำนวนห้องเรียน	จำนวนนักเรียน	หมายเหตุ
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1	5	138	
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	5	176	
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	4	171	
รวมมัธยมต้น	14	486	
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	3	77	
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	3	100	
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	3	83	
รวมมัธยมปลาย	9	260	
รวมทั้งสิ้น	23	746	

ข้อมูลครูและบุคลากร

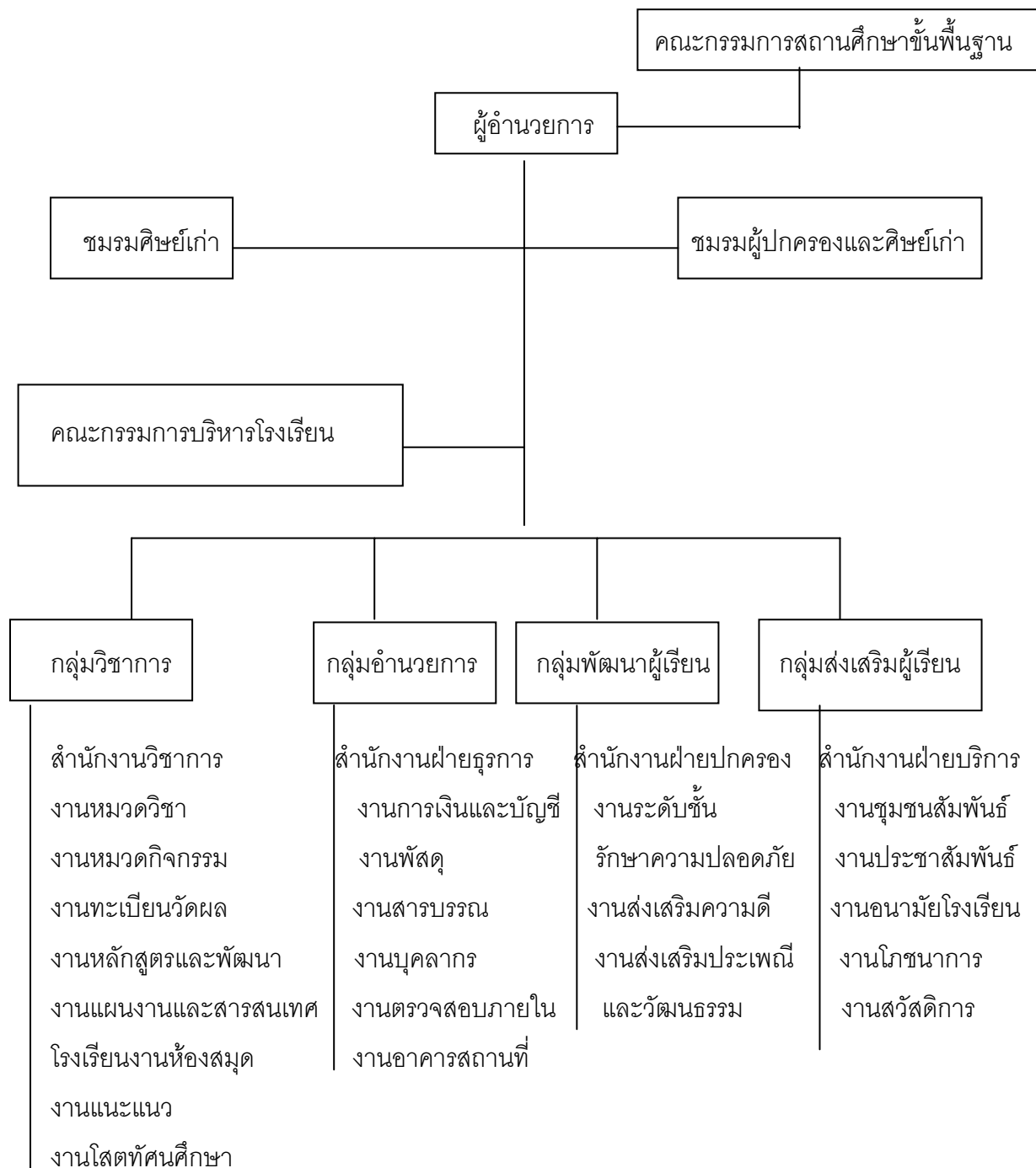
ครูตามเกณฑ์			ครูตาม จ.18			-ขาด/ +เกิน	ครูช่วย ราชการ		ครูมี จริง	-ขาด/ +เกิน
บริหาร	ปฏิบัติ	รวม	บริหาร	ปฏิบัติ	รวม		เข้า	ออก		
3	44	47	3	31	34	-13	0	1	33	-14

ผู้บริหาร

ว่าที่ร้อยตรี อุทิศ รุ่งธีระ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

โครงสร้างการบริหารโรงเรียน

แผนภูมิการบริหารโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา



ที่มา : โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา. (2544). รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปีของสถานศึกษา (Self Study Report) ปีการศึกษา 2544 . หน้า 12.

งานสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

โรงเรียนบ้านแหลมวิทยาเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานพื้นที่เขตการศึกษา 1 ขนาดกลางแบบสหศึกษาซึ่งมีนักเรียน ครู – อาจารย์ นักการภารโรง โดยประมาณ 700 คน ทั้งหมดนี้จำเป็นที่จะต้องได้รับการบริการด้านของเครื่องอุปโภค – บริโภค ที่จำเป็นต่อการเรียนการสอน หรือสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการโดยการควบคุมของสวัสดิการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยาปี 2547

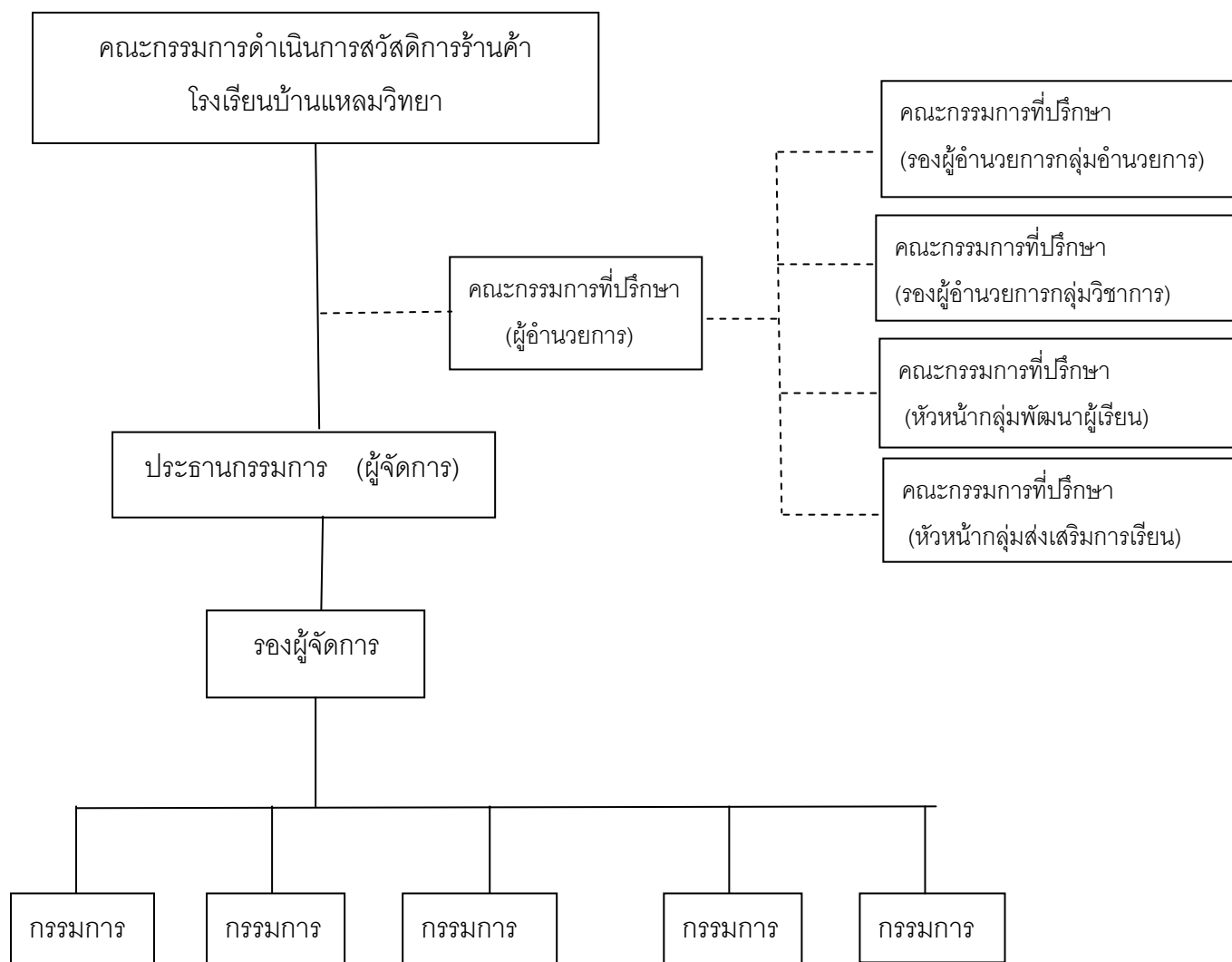
ดังนั้นโรงเรียนบ้านแหลมวิทยาจึงจำเป็นต้องจัดทำระเบียบ แนวปฏิบัติ ขอบข่ายในการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าให้สอดคล้องกับนโยบายของโรงเรียนเพื่อควบคุมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยถูกต้อง

วัตถุประสงค์การจัดงานสวัสดิการร้านค้า

1. เพื่อเป็นการบริการสินค้าเครื่องอุปโภค-บริโภค ให้กับผู้ใช้บริการในโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อันประกอบไปด้วย คณะครู-อาจารย์ นักเรียน ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว
2. เพื่อจำหน่ายเครื่องอุปโภค-บริโภค ที่มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ
3. ควบคุมการบริการ การจำหน่าย การจัดทำบัญชีสินค้า – อุปกรณ์ เวลาและราคาให้เหมาะสม
4. เพื่อนำรายได้จากการดำเนินงานไปสนับสนุนการบริหารงานการจัดการศึกษาและพัฒนาบุคลากรของโรงเรียน

โครงสร้างการบริหารสวัสดิการร้านค้าโรงเรียน

แผนภูมิการบริหารงานสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา



ที่มา : โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา (2547). คู่มือสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

หน้า 2.

ระเบียบการสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ปีการศึกษา 2547

หมวดที่ 1 บททั่วไป

- ข้อที่ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา พ.ศ. 2547”
- ข้อที่ 2 คณะกรรมการสวัสดิการร้านค้า หมายถึง ครู-อาจารย์โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา และบุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งจากทางโรงเรียนให้ร่วมเป็นกรรมการ
- ข้อที่ 3 นักเรียน หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา
- ข้อที่ 4 ลูกจ้าง หมายถึง บุคคลที่โรงเรียนจ้างมาทำงานทั้งประจำและชั่วคราว

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์

- ข้อที่ 5 เพื่อให้การบริการด้านเครื่องอุปโภค-บริโภค เครื่องแต่งกายนักเรียน และอุปกรณ์การเรียนการสอน ให้กับสมาชิกในโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา หมวดที่ 1 บททั่วไป
- ข้อที่ 6 ควบคุมการจำหน่ายเครื่องอุปโภค บริโภคเครื่องแต่งกายนักเรียนและอุปกรณ์การเรียนการสอนให้มีคุณภาพและปริมาณที่พอเพียงกับสมาชิก
- ข้อที่ 7 ควบคุมการบริการการจำหน่าย ทำบัญชีคุมสินค้า อุปกรณ์ เวลา และราคาให้เหมาะสม
- ข้อที่ 8 เพื่อนำรายได้จัดเป็นสวัสดิการแก่สมาชิกตามระเบียบสวัสดิการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

หมวดที่ 3 คณะกรรมการเจ้าหน้าที่

- ข้อที่ 9 เพื่อให้งานสวัสดิการร้านค้าเป็นไปด้วยความเรียบร้อยถูกต้องตามระเบียบ จึงมีคำสั่งแต่งตั้งให้มีคณะทำงานคณะหนึ่ง โดยมีหน้าที่ปฏิบัติ ดังนี้
- ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาสวัสดิการร้านค้า (ผู้อำนวยการโรงเรียน)
 - รองประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาสวัสดิการร้านค้า (รองผู้อำนวยการโรงเรียนกลุ่มผู้อำนวยการ)
 - คณะกรรมการที่ปรึกษาสวัสดิการร้านค้า (รองผู้อำนวยการโรงเรียนกลุ่มวิชาการ)
 - คณะกรรมการที่ปรึกษาสวัสดิการร้านค้า (หัวหน้ากลุ่มพัฒนาผู้เรียน)
 - คณะกรรมการที่ปรึกษาสวัสดิการร้านค้า (หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมการเรียน)
 - ประธานกรรมการ (ผู้จัดการ)
 - กรรมการ
 - กรรมการและเลขานุการ
 - กรรมการอื่น ๆ ที่เห็นสมควร
- ข้อที่ 10 ประธานกรรมการดำเนินการประชุมและมอบหมายภารกิจ ขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน
- ข้อที่ 11 ประธานกรรมการจะต้องทำหน้าที่กำกับดูแลประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเสนอข้อมูลเพื่อพิจารณาแก่คณะกรรมการสวัสดิการโรงเรียน
- ข้อที่ 12 คณะกรรมการจะต้องพิจารณาวิเคราะห์กระบวนการวิธีการบริการจำหน่ายให้เป็นระบบชัดเจนตรวจสอบได้

ข้อที่ 13 คณะกรรมการต้องมีวาระการประชุมประจำเดือนเพื่อพิจารณาชี้แจงหรือเสนอเพื่อขอความเห็น หรือขอมติโดยไม่ให้เกิดความเสียหายโดยไม่ชอบธรรมแก่งานสวัสดิการร้านค้า

หมวดที่ 4 ที่ปรึกษางานสวัสดิการร้านค้า

ข้อที่ 14 ที่ปรึกษางานสวัสดิการร้านค้า คณะกรรมการอาจตั้งที่ปรึกษาขึ้นโดยความเห็นชอบของหัวหน้าสถานศึกษา

ข้อที่ 15 ที่ปรึกษาต้องไม่เป็นกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่ หรือ ผู้จัดการของงานสวัสดิการร้านค้า

ข้อที่ 16 หน้าที่ของที่ปรึกษางานสวัสดิการร้านค้า มีหน้าที่ให้คำปรึกษาหรือเสนอแนะต่อหัวหน้าสถานศึกษาและคณะกรรมการดำเนินการ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์และเกิดผลดี

หมวดที่ 5 ผู้ตรวจสอบงานสวัสดิการร้านค้า

ข้อที่ 17 ผู้ตรวจสอบงานสวัสดิการร้านค้า ให้คณะกรรมการเสนอรายชื่อข้าราชการครูที่ปฏิบัติงานในสถานศึกษา ที่เหมาะสมคนหนึ่งหรือหลายคนตามลำดับขั้นตอนแต่งตั้งโดยหัวหน้าสถานศึกษา

ข้อที่ 18 อำนาจหน้าที่ของผู้ตรวจสอบกิจกรรม มีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบกิจกรรมทั้งปวงของสวัสดิการร้านค้าแล้วเสนอผลการตรวจสอบต่อที่ประธานคณะกรรมการดำเนินการในการประชุมประจำเดือนและเสนอผลการตรวจสอบประจำปีต่อที่ประชุมใหญ่งานสวัสดิการร้านค้า

หมวดที่ 6 ผู้จัดการ

ข้อที่ 19 การแต่งตั้งผู้จัดการให้คณะกรรมการดำเนินการเป็นผู้แต่งตั้งผู้จัดการโดยการคัดเลือกจากสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถความซื่อสัตย์ สุจริต ความเหมาะสมกับหน้าที่โดยความเห็นชอบของหัวหน้าสถานศึกษา

ข้อที่ 20 ในกรณีที่มีคณะกรรมการหรือบุคคลกรที่ปฏิบัติหน้าที่ไม่เพียงพอ กำหนดให้บุคคลหนึ่งปฏิบัติได้มากกว่า 1 หน้าที่

ข้อที่ 21 ถ้ามีเหตุอันพึงถอดถอนผู้จัดการให้คณะกรรมการเป็นผู้ถอดถอนโดยความเห็นชอบของหัวหน้าสถานศึกษา

ข้อที่ 22 อำนาจหน้าที่ของผู้จัดการ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดการส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของงานสวัสดิการร้านค้า ดังนี้

22.1. เสนอขอแต่งตั้งเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการและกำหนดหน้าที่

22.2. ควบคุมเจ้าหน้าที่ทั้งหลายของกิจกรรมร้านค้า จัดวางระเบียบเกี่ยวกับการปกครองและกำหนดหน้าที่ของเจ้าหน้าที่

22.3. จัดการทั่วไปในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมร้านค้า ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

- 22.4. รับผิดชอบในการมอบหมายตรวจตราจัดทำบัญชีและทะเบียนต่าง ๆ ของงาน
สวัสดิการร้านค้าให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน
- 22.5. รักษาเงินสดภายในจำนวนที่คณะกรรมการกำหนดเพื่อสำรองไว้ใช้จ่าย (เงินสดในมือ)
จำนวน 10,000 บาท (หนึ่งหมื่นบาท)
- 22.6. ตรวจตราดูแลสถานที่สำนักงานทรัพย์สินเครื่องใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพอันดี
ปลอดภัยและทำบัญชีควบคุมทรัพย์สินไว้ เพื่อทำการตรวจสอบ
- 22.7. จัดกิจกรรมและให้บริการพิเศษเป็นครั้งคราว
- 22.8. ให้ทำรายงานเสนอผู้เกี่ยวข้อง และคณะกรรมการทราบในการประชุมประจำเดือน
- 22.9. ทำการอื่น ๆ ได้รับความมอบหมาย
- ข้อที่ 23 ผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนประธานหรือผู้จัดการ กรณีที่ประธานหรือผู้จัดการไม่อยู่ หรือไม่อาจ
ปฏิบัติหน้าที่ได้ให้มอบหมายแต่งตั้งรองประธานทำหน้าที่แทนประธานและผู้จัดการโดย
รายงานให้คณะกรรมการทราบ ผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนประธานหรือผู้จัดการ ปฏิบัติหน้าที่
บกพร่องเกิดความเสียหายต่องานสวัสดิการร้านค้าไม่ทราบเหตุผล ให้ถือว่าผู้จัดการเป็น
ผู้รับผิดชอบด้วยทุกประการ
- หมวดที่ 7 ระเบียบของงานสวัสดิการร้านค้า
- ข้อที่ 24 ให้คณะกรรมการดำเนินการ มีอำนาจกำหนดระเบียบต่าง ๆ ขึ้นใช้ปฏิบัติเพื่อให้เป็นไป
ตามวัตถุประสงค์ข้อบังคับระเบียบที่คณะกรรมการกำหนดใช้ต้องได้รับความเห็นชอบจาก
หัวหน้าสถานศึกษา ซึ่งจะผ่านที่ปรึกษาหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้อยู่ในดุลพินิจของหัวหน้า
สถานศึกษาในกรณีที่ปรากฏภายหลังว่า การปฏิบัติตามระเบียบนั้นอาจก่อให้เกิดความ
เสียหายต่อทางราชการให้หัวหน้าสถานศึกษามีสิทธิ์ยับยั้งการกระทำตามระเบียบนั้น หรือ
สั่งให้ปรับปรุงแก้ไขหรือยกเลิกระเบียบนั้นแล้วแต่กรณี
- หมวดที่ 8 การจำหน่ายเครื่องอุปโภค บริโภค เครื่องแต่งกายนักเรียน
และอุปกรณ์การเรียนการสอน
- ข้อที่ 25 การจำหน่ายเครื่องอุปโภค บริโภค เครื่องแต่งกายนักเรียนและอุปกรณ์การเรียนการสอน
ให้ประธานคณะกรรมการเรียนกรรมการประชุมพิจารณารายการเครื่องอุปโภคบริโภค
และสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายต้องได้รับความเห็นชอบ และพิจารณาจากคุณภาพและ
ราคาที่จำหน่ายอย่างเหมาะสม
- ข้อที่ 26 ให้นำเสนอรายการเครื่องอุปโภค บริโภคเพื่อพิจารณาอนุมัติตามลำดับขั้นตอนในเบื้องต้น
ประกอบการเบิกยืมเงินลงทุน
- ข้อที่ 27 เสนอขอจัดซื้อโดยแต่งตั้งคณะทำงานจัดซื้อเป็นคราว ๆ ไป
- ข้อที่ 28 การจัดซื้อให้พิจารณาขอจากสินค้าที่จำหน่ายไปและจำเป็นที่จะต้องซื้อเพิ่ม
- ข้อที่ 29 ขออนุญาตใช้รถยนต์และวางแผนการจัดซื้อไว้ล่วงหน้าทุกครั้ง

หมวดที่ 9 การจำหน่ายและการเก็บรักษาบัญชีการเงิน

- ข้อที่ 30 ให้มีคณะกรรมการจำหน่ายโดยมอบหมายแต่งตั้งดูแลควบคุม
- ข้อที่ 31 การจำหน่ายเริ่ม ตั้งแต่เวลา 07.00 น. – 16.30 น. ในวันราชการ และวันที่โรงเรียนมีกิจกรรมพิเศษ
- ข้อที่ 32 ให้เจ้าหน้าที่โดยการแต่งตั้งจากคณะกรรมการเป็นผู้ควบคุมดูแลการจำหน่ายเบิกสินค้าอุปโภคบริโภค ลงบัญชีควบคุมและส่งมอบให้เจ้าหน้าที่ในวันต่อไป
- ข้อที่ 33 ให้ผู้จัดการและรองผู้จัดการเป็นผู้ดูแลการจำหน่ายให้เป็นไปตามราคาสินค้าที่กำหนด
- ข้อที่ 34 ให้ประธานอนุกรรมการร้านค้าแต่งตั้งคณะทำงาน ดังนี้
- 34.1. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบบัญชี 2 คน
 - 34.2. เจ้าหน้าที่จัดซื้อสินค้า 2 คน
 - 34.3. เจ้าหน้าที่ตรวจรับสินค้า 2 คน
 - 34.4. เจ้าหน้าที่การเงิน 1 คน
 - 34.5. เจ้าหน้าที่ดูแลทั่วไป 5 คน (หรืออาจมากกว่า)

หมวดที่ 10 การจัดสรรกำไร

- ข้อที่ 35 การจัดสรรกำไรสุทธิประจำปี เมื่อสิ้นปีทางบัญชีการศึกษา ให้คณะกรรมการดำเนินการจัดทำงบดุลโดยมีผู้ตรวจสอบบัญชีรับรองเสนอต่อที่ประชุมใหญ่ของงานสวัสดิการโรงเรียนภายใน 90 วัน นับแต่สิ้นปีทางบัญชี
- ข้อที่ 36 การจัดสรรกำไรสุทธิของงานสวัสดิการร้านค้า
- (1) เป็นเงินทุนสำรองในวงเงินไม่เกิน 10,000 บาท
 - (2) จ่ายเป็นเงินเพื่อศึกษาดูงานไม่เกิน 10,000 บาท
 - (3) จ่ายเป็นทุนการศึกษาให้นักเรียนที่ขาดแคลนทุนการศึกษา จำนวน 10 ทุน ๆ ละ 1,000 บาท
 - (4) จ่ายเป็นเงินสนับสนุนการบริหารงานการจัดการศึกษาและพัฒนาบุคลากรของโรงเรียน
- ข้อที่ 37 ให้คณะกรรมการพิจารณาทำโครงการพัฒนาปรับปรุงและขออนุมัติใช้งบประมาณ โดยเสนอขออนุมัติตามระเบียบให้แก่หัวหน้าสถานศึกษาเป็นผู้อนุมัติสั่งการ

หมวดที่ 11 การควบคุมและตรวจสอบบัญชี

- ข้อที่ 38 การสำรวจตรวจตรา ควบคุม ผู้บังคับบัญชา หัวหน้าสถานศึกษาหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายมีอำนาจเข้าไปตรวจสอบกิจกรรมของสวัสดิการได้
- ข้อที่ 39 การตรวจสอบบัญชีให้หัวหน้าสถานศึกษาแต่งตั้งผู้ตรวจสอบบัญชีจากในหรือนอกสถานศึกษาทำการตรวจสอบบัญชีงานสวัสดิการร้านค้าอย่างน้อยปีละครั้ง

หมวดที่ 12 การจัดจ้างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย

- ข้อที่ 40 ให้คณะกรรมการพิจารณาจ้างบุคคลภายนอกทำหน้าที่ขายสินค้าอย่างน้อย 1 คน แต่ไม่เกิน 2 คน
- ข้อที่ 41 ให้คณะกรรมการประกาศรับสมัครบุคคลภายนอก เพื่อคัดเลือกเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย
- ข้อที่ 42 คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด
- ข้อที่ 43 ให้มีการทำสัญญาว่าจ้างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเป็นวาระ 1 ปีการศึกษา
(ตั้งแต่ 15 พ.ค. – 15 มี.ค.)
- 43.1. ผู้ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากคณะกรรมการจะต้องจ่ายเงินค่าประกันแรกเข้า 1,000 บาท และจะต้องมีผู้ค้ำประกันเป็นข้าราชการระดับ 5 เป็นต้นไป
- 43.2. ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือไม่มาปฏิบัติหน้าที่ จะต้องถูกหักเงินเดือนเป็นรายวัน ตามที่คณะกรรมการกำหนด
- 43.3. ในกรณีที่ทำให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินให้พิจารณาหักจากเงินประกัน
- ข้อที่ 44 บุคคลที่ได้รับการคัดเลือก โดยคณะกรรมการจัดจ้างให้จำหน่ายสินค้า มีหน้าที่
- 44.1. จำหน่ายสินค้าที่คณะกรรมการกำหนดตามราคา
- 44.2. ควบคุมการเงินแต่ละวันให้ถูกต้อง และส่งให้ผู้จัดการ หากผิดพลาดต้องรับผิดชอบ
- 44.3. ช่วยเหลือดูแลการเปิดบัญชีเครดิต และบันทึกรายการเครดิตสินค้าให้ถูกต้องตามราคา
- 44.4. ช่วยเหลือดูแลทำความสะอาดสถานที่จำหน่ายสินค้าให้สะอาด สวยงาม และพร้อมที่จะให้บริการ
- 44.5. ช่วยเหลือจัดสินค้า ตัก ตวง ถ่าย เพื่อบริการจำหน่ายให้กับลูกค้า
- 44.6. ดูแลรับผิดชอบเปิดและปิดร้านค้าพร้อมตรวจระวางการเปิด – ปิดห้องให้รัดกุมตามเวลาที่กำหนด
- 44.7. ต้องร่วมรับผิดชอบกรณีเสียหายของสินค้า โดยตั้งกรรมการสอบสวน เพื่อหาข้อเท็จจริง
- 44.8. เสนอแนะ แนะนำเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแก่คณะกรรมการ หรือประธานฯ และผู้จัดการ
- 44.9. มาปฏิบัติหน้าที่ตั้งแต่เวลา 07.00 น. – 16.30 น.
- 44.10. ต้องปฏิบัติตามสัญญาว่าจ้างโดยเคร่งครัด

หมวดที่ 13 เอกสารต่าง ๆ

- ข้อที่ 45 เอกสารต่าง ๆ ทะเบียน สมุดบัญชี และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานดำเนินงานสวัสดิการร้านค้า ต้องเก็บรักษาไว้พร้อมที่จะให้ผู้มีอำนาจในการตรวจสอบทำการตรวจสอบได้ทันทีและมีไว้เพื่อส่งมอบต่อ

ข้อที่ 46 การดำเนินคดีเกี่ยวกับความเสียหายในกรณีที่ทรัพย์สินของงานสวัสดิการร้านค้าถูก
ยักยอกให้เกิดความเสียหายต่องานสวัสดิการร้านค้าให้ดำเนินการตามระเบียบราชการ
และกฎหมาย

ข้อที่ 47 ในกรณีที่ข้อบังคับนี้มีได้กำหนดข้อความเรื่องใดไว้ให้ถือปฏิบัติตามคำสั่งตามระเบียบ
ราชการและสถานศึกษานั้น

หมวดที่ 14 บทเฉพาะกาล

ข้อที่ 48 ให้เริ่มใช้ระเบียบนี้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2547 เป็นต้นไป หากจำเป็นต้องมีการแก้ไขเพิ่มเติม
หรือมีการเปลี่ยนแปลงย่อมกระทำได้โดยการประชุมร่วมกันของคณะกรรมการสวัสดิการ
ร้านค้า

ข้อที่ 49 ให้แจ้งระเบียบนี้แก่สมาชิกให้ทราบทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2547

แนวความคิดพื้นฐานของการบริการ

สมิต สัตถุกร (2543 : 13 - 15) ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง การปฏิบัติ
รับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เป็นการปฏิบัติงานเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวก
สนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ.2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ”
หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ
การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

มศธ.(2540 : 8) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือกระบวนการ
ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น
และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถ
สนองตอบความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้
บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2543 : 115) ได้ให้ความหมายของบริการว่า เป็น
กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองตอบแก่ลูกค้า บริการจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่
สามารถสัมผัสได้ ที่เสนอขายผลประโยชน์ทางการเงิน กฎหมาย การพักผ่อน หรือ
ผลประโยชน์อื่นๆ แก่ผู้บริโภค

ดร.ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึง “กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้” ดังนั้นในธุรกิจทั่วไปลูกค้าจะได้รับสินค้า 2 ประเภท คือ

- 1.สินค้าที่มีตัวตน ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าเย็บ
- 2.สินค้าที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ การต้อนรับ รอยยิ้ม มิตรไมตรีซึ่งได้แก่การบริการ นั้นเอง

สรุปได้ว่า บริการเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

มศธ. (2540 : 8) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ (main players) ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1.ผู้ให้บริการ (service provider) หมายถึง ผู้ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการนำสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ (service manager) และผู้ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานบริการ (service personal)

2.ผู้รับบริการ (customer) หมายถึง ผู้ที่แสดงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ หรืออาจเรียกว่าผู้บริโภค (customer) คือผู้ที่มีความต้องการใช้สินค้าหรือบริการ

ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ เพราะบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ถ้าเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการก็คือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดีธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้

ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการ อาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร
2. ถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติได้แก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน

5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
 6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
 7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี
- บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ ดังนี้
1. มีความรังเกียจในตัวผู้ให้บริการ
 2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
 3. มีความผิดหวังและไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
 4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
 5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
 6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ลักษณะและประเภทของงานบริการ

การบริการ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้น การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคน และสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในงานแต่ละด้าน โดยมีผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

ลักษณะของการบริการ แบ่งออกได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที
2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการ
3. เป็นสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ กิจกรรมใดๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

ลักษณะเฉพาะของงานบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. ม.ป.ป. ; อ้างอิงจาก Payne. 1993 ; & Zeithaml. 1996)

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการ เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perishability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ นักการตลาดที่ดีต้องมีการจ้างงานให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าและมีการจัดการที่ดีในการจ่ายค่าแรง

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันไปขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง หมายถึง ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ การบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (labor intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ นักการตลาดที่ดีต้องมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ลักษณะของงานบริการ

ลักษณะของงานบริการได้แก่

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกันคือ ไม่อาจกำหนดความต้องการได้แน่นอน ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่า ต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลผลิตสิ่งๆที่ผู้ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุณค่าที่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

4. งานบริการเป็นงานที่ต้องตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา และเมื่อนัดเวลาใดก็ต้องตรงตามกำหนดนัด

ลักษณะของงานบริการที่ดี

การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคล ซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์ต่างกัน จึงมีพฤติกรรมปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกันไป การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ
2. ทำด้วยความรวดเร็ว
3. ทำถูกต้อง

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน
5. ทำให้เกิดความชื่นใจ

ประเภทของงานบริการ

โดยทั่วไปประเภทของงานบริการอาจแบ่งเพื่อความเข้าใจได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1. การบริการโดยตรง
2. การบริการทางอ้อม

การบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ชายของให้ หีบห่อให้ จัดส่งให้ เป็นต้น

การบริการทางอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยไม่อาจเคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น คนออกแบบตกแต่งห้อง ให้บริการความสวยงามงาม เขาไม่รู้ว่าเราเป็นใคร เราก็ไม่รู้ว่าเขาเป็นใคร แต่มีการให้และรับบริการระหว่างกัน

หลักการบริการ

สมิต สัชฌุกร (2543 :173 -179) การบริการอันเป็นการช่วยเหลือดำเนินการหรือการ

1. ดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น โดยทั่วไปหลักบริการต้องคำนึงถึง
2. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ
3. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ
4. ปฏิบัติถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ
5. เหมาะสมแก่สถานการณ์
6. ไม่ก่อผลเสียหายกับบุคคลอื่นๆ

องค์ประกอบของงานบริการ

งานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรแล้วว่า สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการและมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรของผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในการให้บริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้อย่างดี (อดิเรก พงษ์กายี. 2540 : 17)

แนวความคิดการบริการ (Service)

การบริการ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Service เมื่อนำมาแยกตัวอักษรแต่ละตัว สามารถแยกองค์ประกอบในการบริการได้ดังนี้

S = Satisfaction	หมายถึง	ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
E = Expectation	หมายถึง	ความคาดหวังของผู้รับบริการ
R = Readiness	หมายถึง	ความพร้อมในการบริการ
V = Values	หมายถึง	ความมีคุณค่าของการบริการ
I = Interest	หมายถึง	ความสนใจต่อการบริการ
C = Courtesy	หมายถึง	ความมีไมตรีจิตในการบริการ
E = Efficiency	หมายถึง	ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

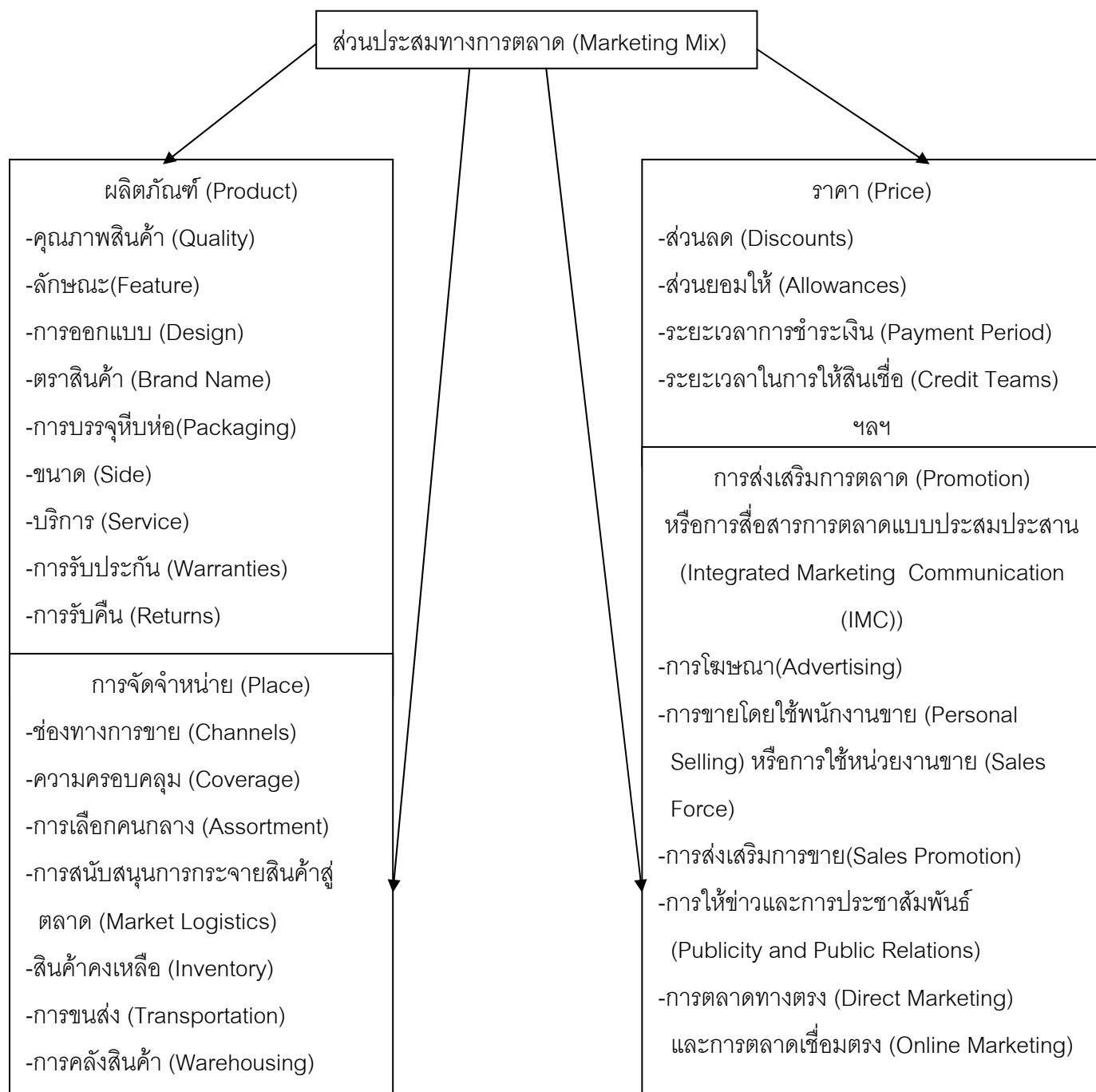
การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีผลต่อยอดขายจึงต้องมีการวางแผนการขายในระยะยาวและต้องมีเจตนาธรรมอันแน่วแน่ เพราะสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อหรือผู้รับบริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการนั้น มีค่าตั้งทอง เพราะเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้แล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัท หรือองค์กรการขาย ต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบาย และแนวทางปฏิบัติให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ซึ่งสถาบันโพรเเมนส์ ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ดังนี้ (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538:13 -15 ; อ้างอิงจาก National Foremen's Institute. 1963)

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และจะต้องทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายด้วย
2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่าง ๆ จะต้องเป็นผู้มีความรู้ มีบุคลิกดี แต่งกายเรียบร้อย
3. ในการติดต่อลูกค้า เจ้าหน้าที่ต้องทราบว่าตนมีหน้าที่อะไร ใช้เวลาเท่าใดมีพนักงานอื่นที่ลูกค้าต้องการพบอีกหรือไม่ ต้องสร้างความรู้สึกว่าผู้ให้บริการมีความพร้อม และตั้งใจบริการอย่างเต็มที่
4. ต้องให้ความสนใจกับลูกค้าทันทีที่มาติดต่อ แม้ว่าจะทำงานอื่นอยู่
5. กับลูกค้าประจำไม่ต้องเน้นสินค้า แต่ต้องกล่าวถึงความสำคัญของลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัท
6. พยายามให้ความช่วยเหลือ และบริการอย่างเต็มที่ช่วยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และการให้อะไรนอกเหนือจากสินค้าจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี
7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้าหรือบริการ ต้องรีบแก้ไขและขอภัย ในเหตุการณ์ที่ไม่คาดหมายพร้อมป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำอีก

8. เมื่อลูกค้าข้องใจต้องให้ความสนใจโดยไม่มีการรีรอ
9. ต้องตอบหรืออธิบายข้อร้องเรียนของลูกค้าทันที
10. ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าได้ เช่น สินค้าในบริษัทหมด ต้องให้ความช่วยเหลือหาสินค้าจากที่อื่นแทนให้ เพราะลูกค้าอาจกลับมาอีกในอนาคต และ 30 ปีต่อมาได้มีความพัฒนา จาก 10 ข้อ เป็น 14 ข้อ ดังนี้ (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538 : 15 – 20 ; อ้างอิงจาก Freemantle. 1993)
 1. รักษาความสัตย์สุจริตที่ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว
 2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่เกิน 5 วินาที การช้าเป็นการทำลายภาพพจน์ และความน่าเชื่อถือของบริษัท
 3. ตอบรับในเรื่องเอกสารต่างๆ ภายใน 2 วัน เมื่อเป็นเอกสารเกี่ยวกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการ
 4. ไม่ควรให้ลูกค้าคอยนานเกิน 5 นาที เพราะเวลาเป็นเงินเป็นทอง การรอคอยเป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจ
 5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า ให้เกียรติ แสดงกิริยามารยาทเรียบร้อย เป็นมิตรสนใจลูกค้า
 6. เมื่อมีสิ่งบกพร่อง ต้องรีบติดต่อและแจ้งให้ลูกค้าทราบ
 7. การติดต่อสื่อสาร การเจรจากับลูกค้าต้องตั้งอยู่บนฐานของความซื่อสัตย์และเปิดเผย
 8. ระบบการทำงานต้องมีความน่าเชื่อถือ ต้องอยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา เช่น โทรศัพท์ ลิฟท์ เครื่องถ่ายเอกสาร
 9. แก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาด อย่างรวดเร็ว
 10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานต้องเป็นผู้รู้
 - 10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know the product)
 - 10.2 รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know the service)
 - 10.3 รู้ข้อมูลหรือองค์กรที่ตนทำอยู่ (Know the Organization)
 - 10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know how to get thing done)
 - 10.5 รู้วิธีแก้ไขปัญหา (Know how to get problems resolved)
 - 10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know regular customers by their name)
 11. พนักงานผู้ติดต่อกับลูกค้าต้องตัดสินใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ต้องไม่ผลึกความรับผิดชอบ เอาใจใส่ลูกค้า
 12. ให้ใส่ของเล็กๆ น้อยๆ เป็นบริการพิเศษ เช่น แจกของแถม ให้ส่วนลด ลูกค้าจะรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ
 13. อย่ามองข้ามความสำคัญเล็กๆ น้อยๆ เช่น สะกดชื่อลูกค้าให้ถูกต้อง
 14. จัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่างามการแต่งกายของพนักงานให้ดูเรียบร้อย

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 93-94) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางการตลาดของบริษัท ในการที่จะทำให้ประสบความสำเร็จทางด้านการตลาดตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด



ภาพประกอบ 1 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : Kotler. (1997). *Marketing Mix*. p.92.

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาสินค้านั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ดังนั้นการกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ รายการกลยุทธ์ในการโฆษณา จะเกี่ยวข้องกับ

4.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) และกลยุทธ์วิธีการโฆษณา (Advertising Tactics)

4.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.1.2.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

4.1.2.1.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling Strategy)

4.1.2.1.2 การจัดหน่วยขาย (Salesforce Management)

4.1.2.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ

4.1.2.2.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)

4.1.2.2.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion)

4.1.2.2.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงานขาย (Sales Force Promotion)

4.1.2.3 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.1.2.4 การตลาดทางตรง (Direct Marketing or Direct Response Marketing) และการเชื่อมต่อตรง (Online - Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

4.1.2.4.1 การขายทางโทรศัพท์

4.1.2.4.2 การขายโดยใช้จดหมายโดยตรง

4.1.2.4.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4.1.2.5 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น การใช้คูปองแลกซื้อ

ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2538:659) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง ชอบ ชอบใจ พึงใจ สมใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (มสธ.). 2539 : 19) และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลากหลาย ดังนี้

ดารา ทีปะปาล (2542 : 33) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ผลที่ผู้ซื้อได้รับความพึงพอใจจากการซื้อสินค้า ทำให้เกิดผลตามความคาดหวังไว้

ทรงศักดิ์ เตชาชาญ (2542 : 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกชอบ รักและสุขใจ หรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

วิสิฐ โสภณอุดมสิน (2545 : 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 189) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนิยมชมชอบ ในผลิตภัณฑ์ใดมากกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่นๆ แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตัวนั้น

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 27) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้น ๆ

วอลแมน (Wolman. 1973 : 384) นิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความคาดหวัง (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

วิมลสิทธิ หรยางกูร (ศิริพร สุประพาส. 2541 : 12 ; อ้างอิงจาก วิมลสิทธิ หรยางกูร. 2526) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

วูม (ศิริพร สุประพาส. 2541 : 12 ; อ้างอิงจาก Vroom. 1964) กล่าวว่า ทักษะคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถ interchangeable ได้ เพราะทั้งสองนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคติด้านบวกและแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

เชลลี (ศิริพร สุประพาส. 2541 : 13 ; อ้างอิงจาก Shelly. n.d.) ว่าได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ คือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่า อื่นๆ

ดูบริน (Dubrin. 1992 : 228 – 230) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจถูกพิจารณาว่าเป็นความคาดหวังต่ำสุด ถ้าความโดดเด่นกว่าความคาดหวังขั้นต่ำ นั้นเรียกว่าความยินดี (Deligent) ซึ่งสามารถแบ่งระดับความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 4 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน (Basic Needs Satisfied) ลูกค้าได้รับการดูแลและปฏิบัติขั้นพื้นฐาน (Common Treatment)

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับการคาดหวัง (Expectation Satisfied) ลูกค้าได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นมิตร (Friendly Services)

ระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ (Extra Satisfaction) ลูกค้าได้รับการปฏิบัติและดูแลอย่างดียิ่ง (True Appreciation)

ระดับที่ 4 ความปิติยินดี (Customer Delight) ลูกค้าได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างดีเหนือความคาดหวัง (World Class Experience)

นอกจากนี้ Dubrin ได้กล่าวถึงกฎ 5 ข้อ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าไว้ดังนี้

1. พนักงานที่มีความพึงพอใจจะสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้ดีกว่า
2. ควรมีความเข้าใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า (Customer Needs)
3. มีการมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าให้มากกว่าการที่จะมุ่งสร้างรายได้
4. มีการตอบสนองด้วยความประทับใจและมีไมตรี
5. ให้อำนาจสิทธิ (Empowerment) แก่พนักงานในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และหลีกเลี่ยง

ความหยาบคายแก่ลูกค้า (Avoid Rudeness)

จากความหมายดังกล่าว พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความนิยมชมชอบ ความรู้สึกประทับใจ เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ

กาญจนา ภาสุรพันธ์ (2531 : 5) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ระดับความรู้สึกหรือความนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับตามความคาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวัง

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 9) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สุนิดา รัตนโกมล (2539 : 16) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่จะทำให้ตนเองมีความสุข และเป็นที่ยอมรับของสังคม

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 27) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อการกระทำสิ่งนั้นๆ

ศิริพร สุประพาส (2541 : 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้อาจลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริการ

จากความหมายของคำว่า ความพึงพอใจที่บุคคลต่าง ๆ ได้กล่าวไว้ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความคิดของบุคคลซึ่งความต้องการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นที่เราเรียกว่า ความรู้สึกในทางบวก

ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้บริโภค ตามแนวคิดของนักการตลาด ได้ให้ความหมายเป็น 2 นัยคือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง”

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง” หรืออาจกล่าวว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง” (มสธ. 2539 : 19)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2539 : 20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงผลออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อการใช้สินค้าและบริการ

จิตตนันท์ เดชะคุปต์ (2539 : 19-20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการได้รับข่าวสารข้อมูล หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการในทางบวก

5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่มีรูปแบบการให้บริการครบทุกอย่าง ในจุดเดียวกัน

7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 35) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ชวลิต เหล่ารุ่งเรืองกาญจน์ (2538 : 24-25) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรฐานที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. การให้บริการอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสมและเครื่องอุปกรณ์ที่เพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดการรอคอยนานเกินไป
3. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะ วิทยุฒิ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงาน และการให้บริการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานที่ปฏิบัติ

5. การให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ อ่อนหวาน ถูกกาลเทศะ

6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่มีรูปแบบการให้บริการครบทุกอย่าง ในจุดเดียวกัน

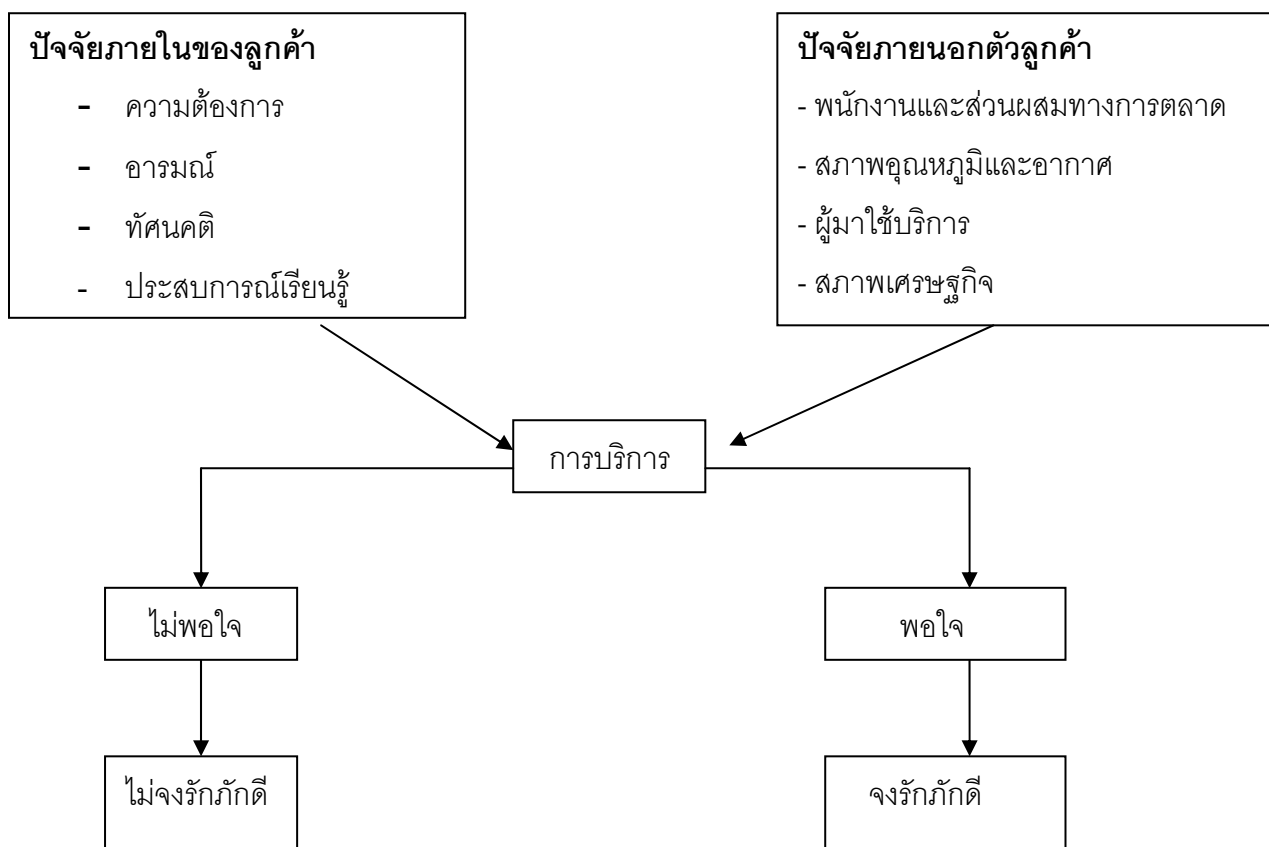
7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น

คอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 47) ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's perceived performance) กับความคาดหวังของบุคคล (Person's expectation) ดังนั้น ระดับความพึงพอใจจึงเป็นความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ และความคาดหวัง ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายใดรายหนึ่งอาจมีประสบการณ์

อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับ ความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือ ผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ (Satisfaction) แต่ถ้าเกินกว่าความ คาดหวัง ลูกค้ายิ่งพอใจมากยิ่งขึ้น

โมเดลความพอใจ

ความพอใจเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าในแต่ละครั้งที่ลูกค้า พพอใจมีสาเหตุจากปัจจัยใดเป็นหลัก ในทางตรงข้าม ถ้าลูกค้าไม่พอใจก็ไม่อาจจะระบุสาเหตุที่แน่ชัด ได้เช่นกัน การบริการด้วยเทคนิคแบบเดียวกันอาจทำให้ลูกค้าบางรายเท่านั้นที่พอใจ โมเดลความ พพอใจต่อไปนี้จึงพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้การอธิบายเรื่องนี้เข้าใจได้ง่ายขึ้น



ภาพประกอบ 2 โมเดลความพอใจ

ที่มา : ประยุกต์จาก Kotler, P. Management, 9th ed., The Prentice Hall International, USA, 1997.

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

1. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Need) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 17) ความต้องการของผู้บริโภค เป็นหัวใจหลักของการตลาด ผู้ประกอบการจะจัดสินค้าหรือบริการใดก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอและมากขึ้นเรื่อยๆ จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ ดังนั้นการที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเพื่อกระตุ้นมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้มาใช้บริการสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่สูญเสียไปกลับคืนมา

มาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 149-150 ; อ้างอิงจาก Maslow.1968 : unpagged) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการของคนจะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจและความต้องการแบ่งออกเป็นระดับต่างๆ กัน โดยมาสโลว์ (Maslow) ได้ตั้งข้อสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของคนไว้ว่า

- 1) คนมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นต่อไปเรื่อยๆ ไม่จบสิ้น
- 2) ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง จะยังเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป
- 3) ความต้องการของคนจะเรียงลำดับความสำคัญ เมื่อความต้องการขั้นใดได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการในขั้นสูงไปเรื่อยๆ

มาสโลว์ (Maslow) ได้จัดลำดับความต้องการของมนุษย์มี 5 ขั้น ดังนี้ (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 28)

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ฯลฯ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนองเลย
2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว มนุษย์ก็就会有ความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้น คือ ความต้องการเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยต่างๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดจากอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนความมั่นคงนั้น หมายถึง ความต้องการความมั่นคงในการดำรงชีวิต เช่น ความมั่นคงในหน้าที่การงาน สถานะทางสังคม

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belongingness Needs) หลังจากที่ได้รับการตอบสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้วก็就会有ความต้องการขั้นสูงขึ้นคือ ความต้องการทางสังคมจะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคน ความต้องการทางด้านนี้จะเป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกัน และการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น และมีความรู้สึกที่ตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมอยู่เสมอ

4. ความต้องการการยอมรับและยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ความต้องการขั้นต่อมาจะเป็นความต้องการที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้คือ ความมั่นใจในตนเองในเรื่องความสามารถ ความรู้ และความสำคัญในตนเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น หรืออยากที่จะให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญในความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การดำรงตำแหน่งที่สำคัญในองค์กร

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization or Self-Realization Needs) ลำดับขั้นความต้องการที่สูงสุดของมนุษย์คือ ความต้องการที่อยากจะประสบความสำเร็จในชีวิตตามความนึกคิด หรือความคาดหวัง ทะเยอทะยานใฝ่ฝันที่อยากได้รับผลสำเร็จในสิ่งอันสูงส่งในทัศนะตนเป็นความปรารถนาที่จะใช้ศักยภาพสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่คิดว่าสามารถที่จะเป็นหรือจะทำได้ เช่น ความต้องการบรรลุถึงสิ่งที่ตนสามารถจะเป็น ประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นพนักงานตัวอย่าง ฯลฯ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ (2544) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 390 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน รายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเทียบเท่ากับ 10,000 บาท และจำนวนครั้งเฉลี่ย (ต่อสัปดาห์) ของการมาใช้บริการ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจทั้งโดยภาพรวมทุกด้าน และรายด้านคือด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดโปรโมชั่น ด้านการตกแต่ง/จัดแสดงร้าน และด้านการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับพอใจ

ธรรตชน วิตตานนท์ (2545) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการศูนย์การค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจรรูปแบบห้างสรรพสินค้า:กรณีโฮมโปร พบว่าโดยภาพรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคมีความพึงพอใจในทุกๆ ข้อ

อุณหนันทน์ กลิ่นเกลลา (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่

ในระดับน้อย ส่วนด้านอื่นๆ ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลูกคามีเพศ อายุ อาชีพ ระยะเวลาการใช้บริการ และความถี่ในการมาซื้อสินค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกคามีสถานภาพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

บุญโชค เนกขัมพิทักษ์ (2548). ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการของพนักงาน โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประเภทของร้านสะดวกซื้อ การส่งสินค้าผ่านบริการ และความถี่ในการสั่งซื้อสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านราคาอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง และด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ รายได้ การส่งสินค้าผ่านบริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 5 ด้านแตกต่างกัน ความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพประเภทของร้าน และความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 5 ด้านไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น นักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 3 จำนวน 486 คน นักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 4 จำนวน 260 คน รวม 746 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ เป็นนักเรียน ระดับช่วงชั้นที่ 3 และระดับช่วงชั้นที่ 4 ที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ปีการศึกษา 2549 ทั้งหมด 746 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกกลุ่ม โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ด้วยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักเรียน

ระดับการศึกษา	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง
ระดับช่วงชั้นที่ 3		
มัธยมศึกษาปีที่ 1	138	53
มัธยมศึกษาปีที่ 2	176	68
มัธยมศึกษาปีที่ 3	171	65
ระดับช่วงชั้นที่ 4		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	77	30
มัธยมศึกษาปีที่ 5	100	38
มัธยมศึกษาปีที่ 6	83	32
รวม	746	286

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักเรียนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อสอบถามระดับความพึงพอใจตามกรอบแนวคิดของการวิจัยซึ่งสอบถามใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

มากที่สุด	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5
มาก	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก	เท่ากับ	4
ปานกลาง	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3
น้อย	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย	เท่ากับ	2
น้อยที่สุด	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยจะสร้างเครื่องมือโดยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้าน ธนาคาร เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบตามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามโดยให้ครอบคลุมเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง หาดัชนีความสอดคล้อง IOC โดยใช้เกณฑ์ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ใน 4 ด้าน
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักเรียนที่มาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกไปทดลองหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ -coefficient) ของครอนบัค (Cronbach. 1970:161) .9610
8. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ตามลำดับ ดังนี้

1. ขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่มาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนที่มาใช้บริการที่สวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 286 ชุด โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาของนักเรียนแต่ละชั้น และกลุ่มนักเรียนอาสาสมัครของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี และแจกแบบสอบถาม 5 วันทำการระหว่างวันที่ 5 – 9 กันยายน 2549
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำมาคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อตรวจให้คะแนนของแบบสอบถาม
4. นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ และทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไปของนักเรียน โดยการหาค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Divination) และแปลงความของข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง 5 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง 4 มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง 3 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง 2 มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง 1 มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3. เพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ โดยใช้ สถิติ t - test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาค่าดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงพินิจ

โดยใช้สูตร IOC (Item – Operational Definition Congruence Index) ใช้ค่าตั้งแต่ 0.50 (บุญเชิด ภิญโญนนันทพงษ์. 2548:1)

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

IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2548:14)

$$r_{tt} \text{ หรือ } \alpha = \frac{K}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
k	แทน	จำนวนส่วนย่อยหรือจำนวนข้อคำถามของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละส่วนย่อยหรือแต่ละข้อ
S_x^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของเครื่องมือวัด

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ t – test โดยใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2548:22)

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
$\overline{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1
$\overline{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มเป้าหมายที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มเป้าหมายที่ 2
n_1	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายที่ 1
n_2	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายที่ 2

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	=	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	=	คะแนนเฉลี่ย
S.D.	=	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	=	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
*	=	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน โดยใช้เกณฑ์ประเมิน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง 5	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง 4	มีความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง 3	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง 2	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง 1	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 หาค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 หาค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	123	43.00
1.2 หญิง	163	57.00
รวม	286	100
2. ระดับการศึกษา		
2.1 ช่วงชั้นที่ 3	186	65.00
2.2 ช่วงชั้นที่ 4	100	35.00
รวม	286	100
3. รายรับของนักเรียนต่อวัน		
3.1 ต่ำกว่า 20 บาท **	6	2.10
3.2 20 - 30 บาท **	158	57.30
3.3 มากกว่า 30 บาท	122	42.70
รวม	286	100
4. ความถี่ในการใช้บริการ		
4.1 น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ **	5	1.70
4.2 1 ครั้งต่อสัปดาห์ **	17	5.90
4.3 มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	264	92.30
รวม	286	100

** นำข้อมูลมารวมกัน

ตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 286 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 57 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 65 มีรายรับไม่เกินวันละ 30 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 และมีความถี่ในการใช้บริการ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 92.30

ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตาราง 3 - 7

ตาราง 3 หาค่าเฉลี่ยและ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.68	0.57	มาก
2.ด้านราคา	3.55	0.68	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	0.62	มาก
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	0.65	มาก
รวม	3.65	0.57	มาก

ตาราง 3 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.	สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	3.99	0.65	มาก
2.	สินค้าในร้านมีความหลากหลาย	3.80	0.86	มาก
3.	สินค้าในร้านประเภทอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดน่ารับประทาน	4.02	0.79	มาก
4.	ความทันสมัยของสินค้า	3.65	0.77	มาก
5.	ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภท	3.74	0.81	มาก
6.	มีสินค้าตรงตามความต้องการของนักเรียน	3.51	0.93	มาก
7.	ปริมาณสินค้ามีความพอเพียงพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา	3.51	0.94	มาก
8.	ประสิทธิภาพของบริการอัดสำเนา เช่น ความคมชัด	3.65	0.82	มาก
9.	มีสินค้าแปลกใหม่นำเสนอเป็นระยะ	3.29	0.94	ปานกลาง
รวม		3.68	0.57	มาก

ตาราง 4 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีสินค้าแปลกใหม่นำเสนอเป็นระยะ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ด้านราคา โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
10.	ราคาของสินค้าที่จำหน่ายในร้านสวัสดิการจูงใจให้ซื้อ	3.72	0.87	มาก
11.	ป้ายบอกราคาของสินค้ามีความชัดเจน	3.35	0.97	ปานกลาง
12.	ความเหมาะสมของราคาสินค้าแต่ละประเภท	3.73	0.85	มาก
13.	ราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด	3.41	0.84	ปานกลาง
รวม		3.55	0.68	มาก

ตาราง 5 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ป้ายบอกราคาของสินค้ามีความชัดเจน และราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
14.	ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านสวัสดิการ	3.72	0.84	มาก
15.	ป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.85	0.88	มาก
16.	บรรยากาศภายในร้านสวัสดิการ	3.43	0.87	ปานกลาง
17.	ความสะดวกของร้านค้าสวัสดิการ	3.90	0.77	มาก
18.	ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน	3.47	0.99	ปานกลาง
19.	การตกแต่งอาคาร ชั้นวางสินค้ามีความทันสมัย	3.56	0.87	มาก
20.	ความสะดวกในการได้รับบริการถ่ายเอกสาร	3.71	0.87	มาก
21.	ความปลอดภัยในการมาใช้บริการของร้าน	3.88	0.82	มาก
22.	บริเวณทางเข้าร้าน สะอาด เป็นระเบียบ	3.36	0.95	ปานกลาง
23.	ความเหมาะสมในการจัดแผนผังวางตำแหน่งหมวดหมู่สินค้า	3.68	0.80	มาก
24.	ความน่าสนใจในการจัดวางสินค้า	3.66	0.86	มาก
รวม		3.72	0.65	มาก

ตาราง 6 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรยากาศภายในร้านสวัสดิการ ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน บริเวณทางเข้าร้าน สะอาด เป็นระเบียบ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
25.	การโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสวัสดิการ สะดุดตาน่าสนใจ	3.37	0.89	ปานกลาง
26.	มีการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่	3.15	0.96	ปานกลาง
27.	การมอบทุนการศึกษาให้นักเรียนทุกปีโดยจัดสรรจากกำไรของร้านค้า	3.80	0.88	มาก
28.	ความพึงพอใจในคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ประจำร้านค้าสวัสดิการต่อไปนี้			
28.1	ความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการภายในร้าน	3.72	0.83	มาก
28.2	บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	3.79	0.83	มาก
28.3	ความสามารถในการสื่อสาร	3.73	0.82	มาก
28.4	ความเป็นผู้มีอัธยาศัยดี	3.77	0.96	มาก
28.5	การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.01	0.84	มาก
28.6	ความเต็มใจให้บริการ	3.84	0.95	มาก
28.7	ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.67	0.92	มาก
28.8	ความสามารถในการตอบข้อสงสัยของนักเรียน	3.59	0.86	มาก
29.	การสะสมคะแนนกรณีซื้อสินค้าตามกำหนดเพื่อแลกของสมนาคุณ	3.92	0.86	มาก
30.	มีการแจกของเช่น ขนม ไอศกรีม ตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันเด็ก วันปีใหม่	4.07	0.93	มาก
รวม		3.65	0.57	มาก

ตาราง 7 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสวัสดิการ สะดุดตาน่าสนใจ มีการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ ดังแสดงในตาราง 8 – 11

ตาราง 8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	ชาย (N = 123)		หญิง(N = 163)		t	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.71	.56	3.66	.58	.71	.47
ด้านราคา	3.53	.72	3.56	.65	.43	.66
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	.62	3.63	.62	.52	.60
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75	.64	3.70	.65	.66	.50
รวม	3.66	.57	3.64	.57	.38	.70

ตาราง 8 พบว่า นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ช่วงชั้นที่ 3		ช่วงชั้นที่ 4		t	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.66	.57	3.71	.57	.58	.55
ด้านราคา	3.49	.70	3.65	.63	1.94	.05*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.61	.66	3.72	.53	1.31	.19
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	.67	3.77	.59	.88	.37
รวม	3.62	.60	3.71	.51	1.33	.18

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 พบว่า นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า ด้านราคามากกว่านักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายรับของนักเรียนต่อวัน

ความพึงพอใจ	ไม่เกิน 30 บาท		มากกว่า 30 บาท		t	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70	.54	3.65	.61	.66	.50
ด้านราคา	3.54	.62	3.56	.75	.27	.78
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	.60	3.62	.64	.67	.50
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	.64	3.70	.66	.40	.68
รวม	3.66	.54	3.63	.61	.38	.70

ตาราง 10 พบว่า นักเรียนที่มีรายรับต่อวันต่างกัน มีความพึงพอใจของการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความพึงพอใจ	ไม่เกิน 1 ครั้ง/ สัปดาห์		มากกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์		t	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.76	.35	3.67	.58	.66	.50
ด้านราคา	3.69	.55	3.53	.69	1.05	.31
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.74	.49	3.64	.63	.69	.48
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87	.47	3.71	.66	1.31	.25
รวม	3.76	.37	3.64	.58	.98	.32

ตาราง 11 พบว่า นักเรียนที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจของการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ ซึ่งสรุปสาระสำคัญ และผลการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานต่างๆ ของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ได้จัดระบบวางแผนการบริหารจัดการ การแก้ปัญหาต่างๆ ในลำดับต่อไป เพื่อที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่นักเรียน

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักเรียนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักเรียนที่มีรายรับต่อวันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักเรียนที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น นักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 3 จำนวน 486 คน และนักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 4 จำนวน 260 คน รวม 746 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ เป็นนักเรียน ระดับช่วงชั้นที่ 3 และระดับช่วงชั้นที่ 4 ที่ใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ปีการศึกษา 2549 ทั้งหมด 746 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกกลุ่ม โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ด้วยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักเรียนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อสอบถามระดับความพึงพอใจตามกรอบแนวคิดของการวิจัยซึ่งสอบถามใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

มากที่สุด	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5
มาก	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก	เท่ากับ	4
ปานกลาง	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3
น้อย	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย	เท่ากับ	2
น้อยที่สุด	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือ ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้าน ธนาคาร เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบตามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามโดยให้ครอบคลุมเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง หาดัชนีความสอดคล้อง IOC โดยใช้เกณฑ์ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ใน 4 ด้าน
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักเรียนที่มาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกไปทดลองหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบัค (Cronbach, 1970:161) .9610
8. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ตามลำดับ ดังนี้

1. ขออนุญาตรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่มาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้า เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนที่มาใช้บริการที่สวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 286 ชุด โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาของนักเรียนแต่ละชั้น และกลุ่มนักเรียนอาสาสมัครของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี และแจกแบบสอบถาม 5 วันทำการระหว่างวันที่ 5 – 9 กันยายน 2549
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนำมาคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อตรวจให้คะแนนของแบบสอบถาม
4. นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ และทดสอบสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไปของนักเรียน โดยการหาค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลงความของข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง 5 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง 4 มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง 3 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง 2 มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง 1 มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3. เพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ โดยใช้ สถิติ t - test

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี สรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ สรุปผลดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในระดับช่วงชั้นที่ 3 มีรายรับไม่เกินวันละ 30 บาท และมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพของบริการอัดสำเนา เช่น ความคมชัด มีสินค้าแปลกใหม่นำเสนอเป็นระยะ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านราคา นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรยากาศภายในร้านสวัสดิการ ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

บริเวณทางเข้าร้าน สะอาด เป็นระเบียบ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสวัสดิการ สะดุดตา น่าสนใจ มีการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นๆ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้

3.1 นักเรียนที่มีเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 3 และช่วงชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า ด้านราคา มากกว่านักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 นักเรียนที่มีรายรับต่อวันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 นักเรียนที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นักเรียนมีความพึงพอใจการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความแปลกใหม่ของสินค้าที่นำเสนอ อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยเป็นเพราะ การนำเสนอขายสินค้าภายในสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนมีระเบียบห้ามจำหน่ายสินค้าบางชนิด เช่น ห้ามขายขนมขบเคี้ยว ห้ามขายท็อฟฟี่ ซึ่ง

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวและท็อฟฟี่ ผู้ผลิตสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและท็อฟฟี่ นิยมผลิตสินค้าแปลกใหม่มาเสนออยู่ตลอดเวลา นักเรียนสามารถหาซื้อขนมขบเคี้ยวและท็อฟฟี่ ได้จากร้านค้าภายนอกโรงเรียน เมื่อนักเรียนเข้ามาซื้อสินค้าภายในสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนพบว่าไม่มีสินค้าดังกล่าวจำหน่ายจึงมีความรู้สึกร้านค้าสวัสดิการร้านค้าจำหน่ายแต่ของซ้ำซากไม่ค่อยมีสินค้าแปลกใหม่จำหน่าย ส่วนโดยรวมและรายชื่อที่มีความพึงพอใจมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยามีการนำสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สินค้ามีความหลากหลาย สะอาด น่ารับประทาน มีความทันสมัย บรรจุภัณฑ์สวยงาม ตรงตามความต้องการของนักเรียน สินค้ามีจำนวนที่เพียงพอพร้อมที่จะให้บริการ รวมไปถึงประสิทธิภาพของการให้บริการอัดสำเนา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุณีย์ วงษ์กิติโสภณ (2545 : 70) ศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้า เช่นทรัล สาขาชิดลม ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ในห้างเซ็นทรัล เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีความสวยงามทำให้ผู้บริโภคประทับใจและดึงดูดใจให้หันมาเลือกซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลมาศ ดันสตาวิรัฐ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัตสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทั้งโดยรวมทุกด้าน และรายชื่อ คือ ความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับพอใจ

1.2 ด้านราคา นักเรียนมีความพึงพอใจการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา พบว่า ป้ายบอกราคาของสินค้ามีความชัดเจน และราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยพบว่า ป้ายบอกราคาสินค้าที่พิมพ์หมึกจางมองไม่ชัดเจนเป็นสาเหตุที่ทำให้นักเรียนที่ใช้บริการต้องคอยสอบถามราคาจากเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความยุ่งยากในการซื้อสินค้า ส่วนราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาดเป็นเพราะต้นทุนราคาสินค้าและราคาขายในแต่ละตราयीห่อนั้น ร้านสวัสดิการซื้อได้ในราคาไม่เท่ากันเพราะมีเงื่อนไขในการซื้อเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้ต้นทุนราคาสินค้าในแต่ละตราไม่เท่ากัน ราคาของสินค้าบางชนิดก็ขายถูกกว่าท้องตลาด สินค้าบางชนิดขายเท่ากับท้องตลาด และสินค้าบางชนิดขายราคาสูงกว่าท้องตลาด นอกจากนี้ ห้างสรรพสินค้าภายในตลาดมีการนำเสนอขายสินค้าในราคาส่งซึ่งถูกกว่าการขายปลีกโดยทั่วไปจึงทำให้นักเรียนที่เข้ามาใช้บริการมีความคิดว่ราคาของสินค้าภายในสวัสดิการร้านค้า บางครั้งมีราคาไม่คงที่ ส่วนโดยรวมและรายชื่อที่มีความพึงพอใจมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ได้ตั้งราคาของสินค้าที่จำหน่ายให้นักเรียนเกิดแรงจูงใจในการซื้อ และราคาของสินค้าแต่ละประเภทมีความเหมาะสม คือ สวัสดิการร้านค้ามีการนำเสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพสมกับราคา เมื่อเทียบกับสินค้าในท้องตลาดทั่วไป และการนำเสนอภายในร้านสวัสดิการราคาของสินค้าจะมีความเหมาะสมกว่าถ้าเปรียบเทียบกับราคาในท้องตลาดบวกกับค่าเดินทาง ซึ่งจะทำให้นักเรียนซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกกว่าท้องตลาด และยังสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) พบว่า ราคา หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคา

เป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ นั่นคือ ลูกค้ายอมรับในราคาสินค้านั่นเอง

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักเรียนมีความพึงพอใจการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา พบว่า บรรยากาศภายในร้าน ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อ และบริเวณทางเข้าร้านสะอาด เป็นระเบียบอยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยเป็นเพราะ ร้านสวัสดิการของโรงเรียนตั้งอยู่ไกล บริเวณภายในร้านมีความคับแคบ เนื่องจากขาดงบประมาณสนับสนุนเรื่องอาคารสถานที่ ในช่วงที่มีนักเรียนมาใช้บริการต้องเดินไกลและเมื่อเข้าไปในบริเวณร้านคับแคบและร้อน จึงเป็นผลทำให้นักเรียนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับบรรยากาศภายในร้าน ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อ และบริเวณทางเข้าร้านสะอาด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนโดยรวมและรายชื่อที่มีความพึงพอใจมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักเรียนที่เข้ามาใช้บริการมีความสะดวกในซื้อสินค้า สามารถหยิบสินค้าได้ง่าย เนื่องจากมีการจัดวางสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน สวัสดิการร้านค้าได้จัดทำป้ายบอกชื่อร้านมองเห็นชัดเจน ร้านค้ามีความสะอาด เพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลเรื่องความสะอาดอยู่ตลอดเวลา การตกแต่งอาคาร ชั้นวางสินค้ามีความทันสมัย มีความสะดวกในการรับบริการถ่ายเอกสาร เพราะมีเจ้าหน้าที่สำหรับบริการด้านการถ่ายเอกสารโดยเฉพาะ มีความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ มีความเหมาะสมในการจัดหมวดหมู่ของสินค้า และนำเสนอซื้อสินค้า เพราะเมื่อนักเรียนเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าในสวัสดิการร้านค้าซึ่งอาจจะมีความตั้งใจมาซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่พอมาถึงเห็นความหลากหลาย ความทันสมัย ความสะอาด การจัดวางสินค้าที่สะดุดตาจะทำให้ นักเรียนที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการเข้ามารับบริการที่สวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนและตัดสินใจซื้อสินค้ามากกว่า 1 อย่าง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมหมาย จงจิตรพันธ์ (2541 : 8 -9) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายจำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การขายเครื่องรีดผ้าขนาดใหญ่ที่ปัจจุบันขายตามห้างสรรพสินค้า โดยเนื้อแท้หากอาศัยลูกค้าคาดหวังเดินเข้ามาหาสินค้าภายในร้าน คงเป็นการยากที่จะทำให้บริษัทมียอดขายเป็นจำนวนมาก ผู้จัดการอาจขายตรงหรือส่งวิธีไปถึงบ้านให้ลูกค้า หรือลูกค้าอาจแวะเดินชมสินค้าภายในร้าน รวมทั้งลูกค้าที่เคยซื้อก็จะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจนั้นๆ ดังนั้นนักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อการซื้อขายที่รวดเร็ว ทันสมัย สะดวกต่อการติดต่อซื้อขาย โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารที่มีเทคโนโลยีสูง เช่น คอมพิวเตอร์ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด นักเรียนมีความพึงพอใจการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา พบว่า การโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสะดุดตาน่าสนใจ มีการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยเป็นเพราะ ร้านสวัสดิการได้ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ นักเรียนได้ใช้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ ส่วนการส่งเสริมการตลาดเป็นส่วนเสริมเท่านั้น ไม่เน้นเรื่องการโฆษณา ส่วนโดยรวมและรายชื่อที่มีความพึงพอใจมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าร้านสวัสดิการจะมีการมอบทุนการศึกษาให้แก่ นักเรียนทุกปีโดยจัดสรรจากกำไรของร้านค้า มีการจัดกิจกรรมสะสมคะแนนเพื่อแลกของ มีการแจกของ เช่น ไอศกรีม ในเทศกาลต่างๆ

นอกจากนี้ ร้านสวัสดิการได้จัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีบุคลิกดีน่าเชื่อถือ มีธรรมาจริยดีแต่งกายสุภาพ ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว มีความสามารถในการตอบข้อสงสัยของนักเรียน ดังนั้นถือว่าการส่งเสริมการตลาดของสวัสดิการร้านค้า ประสบความสำเร็จในการเป็นแรงกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อ ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2541 : 273) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดจะมีลักษณะเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดระหว่างสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ส่งข่าวสารคือผู้ขาย และฝ่ายที่รับข่าวสาร คือ ผู้ซื้อ วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อาจใช้คนซึ่งถือว่าการขายโดยใช้พนักงานและไม่ใช้คนซึ่งถือว่าการขายโดยไม่ใช้พนักงานขายเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 93–94) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางการตลาดของบริษัทในการที่จะทำให้ประสบความสำเร็จทางด้านการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อส่งเสริมและสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยใช้พนักงานหรือบุคคลในการสื่อสารและการสื่อสาร โดยไม่ใช้บุคคลใช้ผ่านเครื่องมือต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย ซึ่งในการใช้งานนั้นควรใช้ผสมกันโดยพิจารณาจากสิ่งต่างๆ เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คู่แข่งขัน สภาพการแข่งขัน เป็นต้น เครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการส่งเสริมการขายคือการขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling Communication) ได้ทั้งภาษาพูดและลักษณะสีหน้า ท่าทางต่างๆ และทำให้สามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้าได้ด้วย การใช้พนักงานขายจะเกี่ยวข้องกับ 1.กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) เกี่ยวกับเทคนิคและวิธีการต่างๆ ที่ใช้ในการแข่งขันหาลูกค้า เช่น การพบกันตัวต่อตัวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย 2. การจัดหน่วยงานขาย (Sales Force Management) เกี่ยวข้องกับการสรรหา คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานขาย การควบคุมสั่งการ จูงใจ และประเมินผลพนักงานขาย

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายรับของนักเรียนต่อวัน และความถี่ในการใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้

2.1 นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะว่า นักเรียนที่มาใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า นักเรียนทุกคนมีความสนใจด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมาก และที่สำคัญผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการของนักเรียน ราคาของสินค้ามีความเหมาะสม บริเวณสถานที่ต่างของสวัสดิการร้านค้า สะอาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุนีย์ วงษ์กิติโสภณ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้า เช่นทรัล สาขาชิดลม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อห้างเซ็นทรัล โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ (2545 : 90) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเกศสิริ แท้มศิลป์สาริต (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาลักษณะการใช้บริการของร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคทั้งชายและหญิง มีความคิดเห็นต่อลักษณะการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณ วิตตานนท์ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการศูนย์การค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจร รูปแบบห้างสรรพสินค้า : กรณีศึกษาโฮมโปรของผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์การค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจร รูปแบบห้างสรรพสินค้าทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอุณหน กัลลิกเลา (2546 : 68) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 3 และนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 4 มีระดับอายุใกล้เคียงกัน มีความคิดคล้ายกัน ความต้องการในการซื้อสินค้าจึงไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้สวัสดิการร้านค้าได้นำสินค้าที่ตรงกับความต้องการของนักเรียนในช่วงชั้นที่ 3 และช่วงชั้นที่ 4 มาจำหน่ายจึงทำให้นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ บุญโชค เนกขัมพิทักษ์ (2548 : 84) เรื่องความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่(ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคามีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา มากกว่านักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงชั้นที่ 3 ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 19) ที่กล่าวว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงๆ จะเป็นคนที่คาดหวังการตอบแทนที่คุ้มค่าจากเงินที่เขาจ่ายไป และสิ่งที่เขาคาดหวังว่าเป็นสิ่งสะท้อนความคุ้มค่าก็คือการให้บริการ

ดังนั้นจะเห็นว่านักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับที่สูงกว่าจะมีความพึงพอใจมากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคคิดว่าราคาที่จ่ายไปมีความคุ้มค่ากับผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับ

2.3 นักเรียนที่มีรายรับต่อวันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ร้านสวัสดิการของโรงเรียนจำหน่ายสินค้าที่ตรงกับความต้องการของนักเรียน และสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ นักเรียนที่มาใช้บริการจึงมีความพึงพอใจเหมือนกัน ซึ่ง จิตตพันธ์ เดชะคุปต์ (2539 : 19-20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบนั่นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้ 1.ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ 2.ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

2.4 นักเรียนที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะว่านักเรียนที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้ามากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีความสะดวกในการมาซื้อสินค้าของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยามากกว่า นักเรียนที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1 ครั้ง/สัปดาห์และนักเรียนที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ จึงทำให้ซื้อสินค้าได้บ่อยกว่าและมีความประทับใจต่อการมาใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จึงมีความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุนีย์ วงษ์กิติโสภณ (2542 : 72) พบว่า ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้าแตกต่างกันมีทัศนคติต่อศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล สาขาชิดลม โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ (2545 : 93) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อร้านวัดสันในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความหลากหลาย และคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดโปรโมชั่น ด้านการตกแต่ง/จัดแสดงร้าน และด้านการบริการของพนักงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อุณหนันทน์ กลิ่นเกลา (2546 : 69) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้าต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ดังนี้

1. ด้านราคา พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในข้อที่ป้ายบอกราคาของสินค้ามีความชัดเจน และราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จึงควรที่จะมีการทำป้ายบอกราคาสินค้าให้ชัดเจนมากขึ้นและควรจัดหาสินค้าที่มีราคาถูกกว่าท้องตลาดมาเสนอขายให้มากกว่านี้ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักเรียนที่ใช้บริการ

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในข้อบรรยากาศภายในร้านสวัสดิการ ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน บริเวณทางเข้าร้าน สะอาด เป็นระเบียบ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จึงควรที่จะมีการจัดบรรยากาศภายในร้านให้น่าซื้อมากขึ้น เช่น การติดเครื่องปรับอากาศ การเปิดเพลงเบาๆ ภายในร้าน เป็นต้น นอกจากนี้สวัสดิการร้านค้าควรดูแลเรื่องความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้านโดยการจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ และทางเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้านไม่ควรมีสิ่งกีดขวาง รวมไปถึงการดูแลเรื่องความสะอาดบริเวณรอบร้านสวัสดิการ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักเรียนที่ใช้บริการ

3. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในข้อที่มีสินค้าแปลกใหม่นำเสนอเป็นระยะ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จึงควรที่จะมีการนำสินค้าแปลกใหม่มานำเสนอให้นักเรียนเป็นระยะเพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา ในข้อการโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสวัสดิการ สะดุดตาน่าสนใจ และการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่ นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จึงควรจัดให้มีการโฆษณาสินค้าต่างๆ รวมไปถึงการโฆษณาเพื่อนำสินค้าใหม่ เพื่อสร้างความสะดุดตาและความน่าสนใจของสินค้าให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักเรียนในสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี
3. ศึกษาแรงจูงใจของนักเรียนในการใช้บริการของสวัสดิการร้านค้าของโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา ภาสุพันธ์. (2531). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายในวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัด กรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 8. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาแนะแนว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ ไทรงาม. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. กรุงเทพฯ : ธุรกิจศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กุลชน ธนาพงศธร. (2530). หลักการให้บริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทวัฒนาพานิช.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2538). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จันทร์ธานี สงวนนาม. ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. กรุงเทพฯ : บুক พอยท์, 2545
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. อัดสำเนา.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2533). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ Services Marketing บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) กรุงเทพฯ.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ทรงศักดิ์ เตชะชาญ. (2542). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เครื่องปั๊มลมของบริษัท แอตลาส คอปโต. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธรรมชน วิตตานนท์. (2546). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการศูนย์การค้าปัสกาลัสดู ก่อสร้างครบวงจร รูปแบบห้างสรรพสินค้า : กรณีศึกษาโฮมโปร. กรุงเทพฯ. : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- บุญโชค เนกขัมพิทักษ์. (2548). ความพึงพอใจของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อของร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร : สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ปนัดดา กาญจนพันธ์. (2545). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิในเขตกรุงเทพมหานคร : สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- พิน คงพูน. (2529). ความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการประถมศึกษาจังหวัด 14 จังหวัดภาคใต้. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม.(การศึกษาปฐมวัย). สงขลา : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- วิมลมาศ ต้นสท้าวรัฐ. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร : สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิมลสนธิ ทวยางกูร. (2522). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสิฐ โสภณอดมสน. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าร้านขายยาที่มีต่อบริษัท เบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริพร สุประพาส. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บริษัทจำกัดมหาชน ธนาคารนครหลวงไทย.
- สมหมาย จงจิตรนันท์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักงานพิมพ์เอ็มพั้นจำกัด.
- สมิต สัมฤก. (2545). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กการพิมพ์.
- สุนิดา รัตนโกมล. (2539). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช. ปรินญานิพนธ์ ศศ.ม. (ไทยศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สุนีย์ วงษ์กิติโสภณ. (2545). ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาชิดลม. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). มหาสารคาม. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ.(2539). พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2543). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.

อนิรุทธ์ บัวทอง. (2545). *ความคิดเห็นของบุคลากรต่อกิจกรรมสหกรณ์ร้านค้าในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อุ้นันท์ กลิ่นเกลา. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Wolman, Benjamin B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostrand : Reinheld Company.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ว่าที่ร้อยตรีอุทิศ รุ่งธีระ

ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแหลมวิทยา

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า
โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าคำตอบในแต่ละข้อ เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ
 - 1.1 () ชาย
 - 1.2 () หญิง
2. ระดับการศึกษา
 - 2.1 () ระดับการศึกษาช่วงชั้นที่ 3
 - 2.2 () ระดับการศึกษาช่วงชั้นที่ 4
3. รายรับของนักเรียนต่อวัน
 - 3.1 () ต่ำกว่า 20 บาท
 - 3.2 () 20 – 30 บาท
 - 3.3 () มากกว่า 30 บาท ขึ้นไป
4. ความถี่ในการใช้บริการ
 - 4.1 () น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์
 - 4.2 () 1 ครั้ง/สัปดาห์
 - 4.3 () มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

ตอนที่ 2 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของสวัสดิการร้านค้า โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คำชี้แจง พิจารณาข้อความแต่ละข้อแล้วให้ท่านทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับของความพึงพอใจของท่าน

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน					
2.สินค้าในร้านมีความหลากหลาย					
3.สินค้าในร้านประเภทอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดน่ารับประทาน					
4.ความทันสมัยของสินค้า					
5.ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภท					
6.มีสินค้าตรงตามความต้องการของนักเรียน					
7.ปริมาณสินค้ามีความพอเพียงพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา					
8.ประสิทธิภาพของบริการอัดสำเนา เช่น ความคมชัด					
9.มีสินค้าแปลกใหม่นำเสนอเป็นระยะ					
ด้านราคา					
10.ราคาของสินค้าที่จำหน่ายในร้านสวัสดิการจูงใจให้ซื้อ					
11.ป้ายบอกราคาของสินค้ามีความชัดเจน					
12.ความเหมาะสมของราคาสินค้าแต่ละประเภท					
13.ราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาด					

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u>					
14.ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านสวัสดิการ					
15.ป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน					
16.บรรยากาศภายในร้านสวัสดิการ					
17.ความสะอาดของร้านค้าสวัสดิการ					
18.ความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน					
19.การตกแต่งอาคาร ชั้นวางสินค้ามีความทันสมัย					
20.ความสะดวกในการได้รับบริการถ่ายเอกสาร					
21.ความปลอดภัยในการมาใช้บริการของร้าน					
22.บริเวณทางเข้าหน้าร้าน สะอาด เป็นระเบียบ					
23.ความเหมาะสมในการจัดแผนผังวางตำแหน่งหมวดหมู่สินค้า					
24.ความน่าสนใจในการจัดวางสินค้า					

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>					
25.การโฆษณาสินค้าต่างๆ ในร้านสวัสดิการ สะดุดตา น่าสนใจ					
26.มีการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่					
27.การมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนทุกปี โดยจัดสรรจากกำไรของร้านค้า					
28.ความพึงพอใจในคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ ประจำร้านค้าสวัสดิการต่อไปนี้					
28.1 ความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ภายในร้าน					
28.2 บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ					
28.3 ความสามารถในการสื่อสาร					
28.4 ความเป็นผู้มีอัธยาศัยดี					
28.5 การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย					
28.6 ความเต็มใจให้บริการ					
28.7 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
28.8 ความสามารถในการตอบข้อสงสัย ของนักเรียน					
29.การสะสมคะแนนกรณีซื้อสินค้าตามกำหนด เพื่อแลกของสมนาคุณ					
30.มีการแจกของเช่น ขนม ไอศกรีม ตาม เทศกาลต่างๆ เช่น วันเด็ก					

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางวชิรา เดชสำราญ
วันเดือนปีเกิด	1 ธันวาคม 2511
สถานที่เกิด	ตำบลธงชัย อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 41/1 หมู่ 3 ตำบลต้นมะม่วง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ข้าราชการครู
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2523	ประกาศนียบัตรประถมศึกษา จากโรงเรียนศึกษาปัญญา จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2529	ประกาศนียบัตรมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2534	คุรุศาสตรบัณฑิต (ธุรกิจศึกษา) จากวิทยาลัยครูเพชรบุรี
พ.ศ. 2550	กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ