

# การตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด

## ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

นางสาวชวาลา พลเวียง

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) รวมถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การเป็นสมาชิกสหกรณ์ ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ โดยประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ที่ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota ตามกะที่เปลี่ยนเวร และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด และเข้ามาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ได้ โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และผลการวิจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่จับชั้นสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน และผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด

**คำสำคัญ :** ร้านสหกรณ์, นครนายก, การตัดสินใจ

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันร้านสหกรณ์ฯ กำลังเผชิญกับปัญหาที่สำคัญหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันทางการค้าที่นับวันเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น เป็นยุคของการใช้กลยุทธ์ในทุกรูปแบบเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด เรื่องของปัญหาจากค่านิยมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คนไทยนิยมชมชอบความหรูหราฟุ้งเฟ้อ ทำให้มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มากขึ้น มีศูนย์การค้ารูปแบบต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าแมคโคร ร้านค้าปลีกเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านค้าปลีกเทสโก้โลตัส ทำให้ประชาชนหันไปใช้บริการมากขึ้น และออกห่างจากร้านสหกรณ์ ทำให้กิจการของสหกรณ์ลดลง ร้านสหกรณ์ฯ จึงไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนมากนัก นอกจากนี้ผู้ที่ยึดมั่นในอุดมการณ์สหกรณ์ รวมถึงเรื่องของภาวะเศรษฐกิจไม่ดี เกิดภาวะคนว่างงานย่อมส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านสหกรณ์ฯ เมื่อผู้ใช้บริการไม่มีอำนาจซื้อ ย่อมส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านสหกรณ์ฯ

ร้านสหกรณ์ฯ จึงจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของตนเองอย่างเร่งด่วน ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสหกรณ์ มีการปรับกลยุทธ์และวางแผนกลยุทธ์ในการขายในรูปแบบใหม่ และใช้ในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนในการปฏิบัติตลอดจนกำหนดให้มีการปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานและการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และบริการหลากหลายช่องทางมากขึ้น รวมถึงการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ได้รับผลกระทบ เนื่องจากร้านสหกรณ์ฯ ตั้งอยู่ในพื้นที่ของโรงพยาบาลนครนายก ซึ่งอยู่ในเขตชุมชนเมือง มีห้างค้าปลีกทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ตั้งอยู่ จึงเป็นปัญหาอุปสรรคในด้านของการแข่งขันจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ จึงต้องให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของสมาชิก เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น พนักงานต้องบริการลูกค้าอย่างดี ทำงานให้เต็มความสามารถ และร้านสหกรณ์ฯ ต้องไม่ลืมในเรื่องของการช่วยเหลือสมาชิก สังคม ชุมชน และการเข้าถึงสมาชิกให้มากที่สุด

ดังนั้น เพื่อให้ร้านสหกรณ์ฯ ยังคงสามารถรักษามาตรฐานสหกรณ์ได้ต่อไปในอนาคต ประกอบกับผู้ใช้บริการเดิมยังตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์ฯ อยู่ ต้องหาแนวทางเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการรายใหม่ให้มาเลือกใช้บริการร้านสหกรณ์ฯ การพิจารณาตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด จึงมีความสำคัญในการนำข้อมูลงานวิจัย ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ ปรับปรุง และต่อยอดการให้บริการให้มีคุณภาพ นำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของสหกรณ์ให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกและผู้เข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่าการจัดทำวิจัย เรื่องการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก มีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสหกรณ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสหกรณ์ของผู้ใช้บริการ

### สมมติฐานของการวิจัย

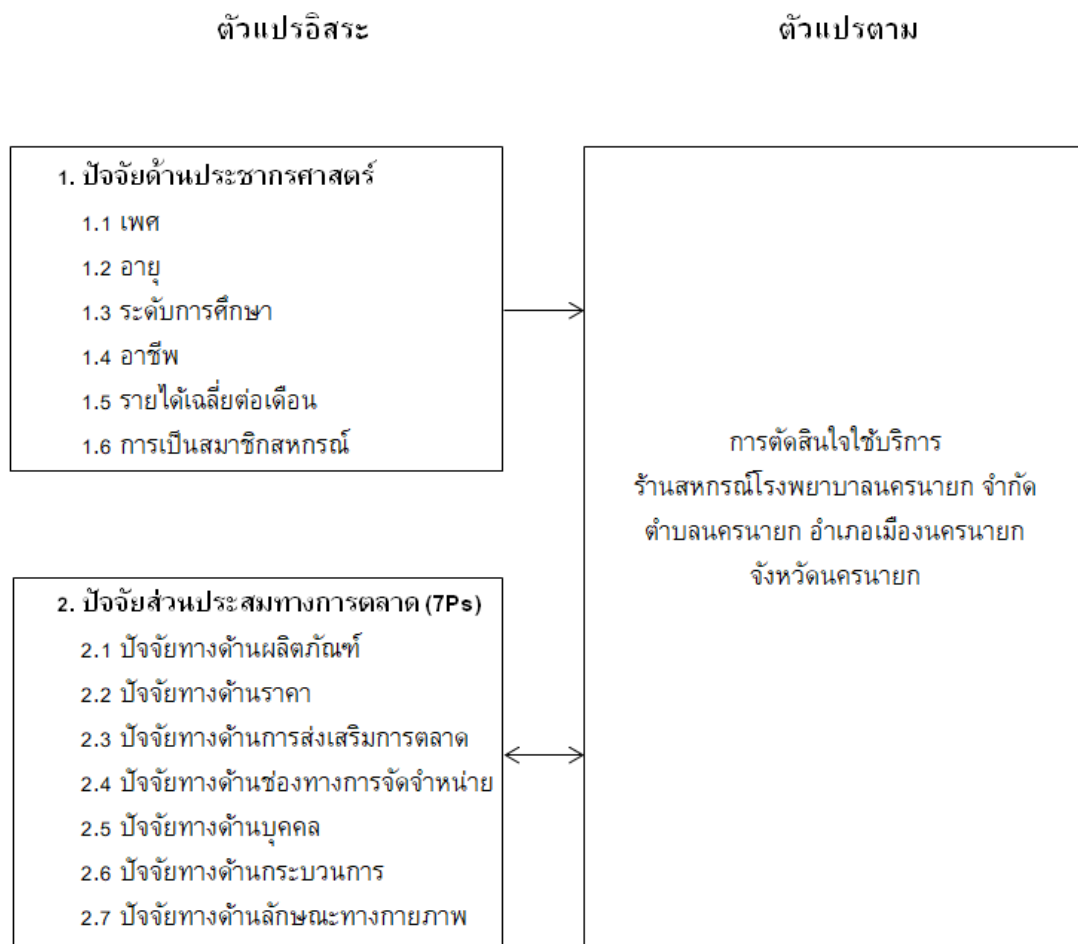
1. ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด คือ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รวมถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่จบชั้นสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด โดยเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถาม
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการ ร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563
4. ขอบเขตด้านสถานที่ โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### กรอบแนวคิดของงานวิจัย



### วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 เมื่อพบความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา จึงต้องมองหาสาเหตุ มองหา กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้ บริการ หรือเคยมาใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ซึ่งถือว่าจำนวนประชากร ทั้งหมดมีขนาดใหญ่ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงได้อ้างอิงสูตรกำหนดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ตามวิธีของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้ บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดสมมติฐานของงานวิจัย คือ สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์เพื่อนำไปทดสอบว่าระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีความแตกต่างกันหรือไม่ และสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำไปทดสอบว่าระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) คือใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งตามกะที่เปลี่ยนเวร จำนวน 3 ช่วงเวลา จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทฤษฎีจากเอกสารบทความ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เรื่อง “การตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก” โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์การให้ระดับคะแนนความเห็นของผู้มาใช้บริการ หรือเคยใช้บริการ โดยประเมินเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ขั้นตอนที่ 6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มาใช้บริการ หรือเคยมาใช้บริการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ที่ร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน มาตรวจความสมบูรณ์ในแต่ละฉบับ และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ และอัตราร้อยละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด และเข้ามาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเห็นของตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เป็นการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ร้านสหกรณ์ฯเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุดทำการ รองลงมาเป็นด้านราคา ราคาสินค้ามีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น ด้านบุคคล พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ เหมาะสมกับการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ร้านสหกรณ์ฯมีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการ ร้านสหกรณ์ฯให้บริการลูกค้าในส่วนของชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านสหกรณ์ฯ มีสินค้าที่ตรงกับความต้องการ มีสินค้าที่หลากหลายไว้ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านสหกรณ์ฯ สำหรับตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ คือ การตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด หรือใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด แน่นนอน

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่จบชั้นสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่แตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.058$ )
2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.927$ )

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.099$ )

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.728$ )

5. รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.108$ )

6. การเป็นสมาชิกหรือไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ( $P = 0.064$ )

สรุปได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่จบชั้นสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ร้อยละ 95 โดยทดสอบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด หรือไม่ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.378$ )

2. ด้านราคากับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.295$ )

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.346$ )

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.379$ )

5. ด้านบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.469$ )

6. ด้านกระบวนการกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.539$ )

7. ด้านลักษณะทางกายภาพกับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $P < 0.001$ ,  $r = 0.499$ )

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทั้งในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และด้านการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งร้านสหกรณ์สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ วางแผน พัฒนา กำหนดกลยุทธ์ รวมถึงการต่อยอดการให้บริการของร้านสหกรณ์ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือสมาชิกที่มาใช้บริการมากที่สุด ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะสำหรับร้านสหกรณ์ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ดังนี้

1. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การมีจำนวนช่องบริการที่เพียงพอต่อผู้เข้าใช้บริการ เพื่อไม่ให้อร่อยคิวนานจนเกินไป และร้านสหกรณ์ควรตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม คือ สะดวกสบายในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ การส่งสินค้าถึงมือลูกค้า (Delivery) ก็เป็นส่วนหนึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริการเช่นกัน

2. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านราคา ควรติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจนถูกต้องตามรายการสินค้านั้น และราคา que แสดงบนชั้นวางสินค้าต้องตรงกับการชำระเงิน อีกทั้งราคาสินค้าไม่ควรแพงมากเกินไป ให้มีความสมเหตุสมผลตามราคาในท้องตลาด

3. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านบุคคล/พนักงาน โดยพนักงานของร้านสหกรณ์ทุกคน ควรมีจำนวนเพียงพอเหมาะสมกับการให้บริการ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส รับผิดชอบ อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และมีความพร้อมในการให้บริการ รวมทั้งพนักงานทุกคนควรมีความรู้ ความเข้าใจสินค้าในร้านสหกรณ์เป็นอย่างดี ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ มีความเต็มใจในการให้บริการ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้อง

4. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับชื่อเสียง นโยบาย และภาพลักษณ์ของสหกรณ์ ร้านสหกรณ์ควรมีนโยบายที่ชัดเจน มีการรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์ให้มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้บริการ นอกจากนี้ การออกแบบ การจัดตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงาม และมีการจัดของให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ ก็ควรให้ความสำคัญเช่นกัน และควรมีกล้องสำหรับให้ผู้ให้บริการแสดงความคิดเห็นได้อีกด้วย

5. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านกระบวนการ โดยควรมีการจัดการขั้นตอนการให้บริการ ควรมีระเบียบ เป็นลำดับขั้นตอนอย่างชัดเจน รวมทั้งต้องให้บริการด้วยความถูกต้อง

6. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ โปรโมชัน และการบริการ ควรมีการสำรวจความต้องการของสมาชิก เพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของสมาชิกและผู้ให้บริการ โดยผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลาย มีความสะอาด ใหม่ อยู่เสมอ และที่สำคัญ



สินค้าต้องไม่หมดอายุ และควรมีบริการจัดกระเช้าสินค้าสำหรับงานเทศกาลสำคัญต่างๆ ที่สามารถเลือกสินค้าเองได้

7. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านสหกรณ์ควรจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านสหกรณ์ฯ รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ตามโอกาสและเทศกาลเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย เช่น การมีส่วนลด การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม มีการแจกของที่ระลึกกับลูกค้า และในแต่ละปีควรมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสหกรณ์ฯ และควรมีกล่องแสดงความคิดเห็นติดตั้งไว้ที่สหกรณ์ด้วย

8. ร้านสหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกท่านที่มาใช้บริการ โดยควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อรองรับกับความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าทุกท่าน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การเป็นสมาชิกสหกรณ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสหกรณ์โรงพยาบาลนครนายก จำกัด ดังนั้นร้านสหกรณ์ฯ ควรศึกษาความต้องการของลูกค้าทุกท่านที่มาใช้บริการ เพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามาจำหน่ายให้ได้มากที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2562). *สหกรณ์ร้านค้า*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2562. จาก

<https://www.cpd.go.th/cpdth2560/index.php/component/k2/item/184>

วาสิณี เสถียรกาล. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด*

(มหาชน). การศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

OK NATION BLOG. (2550). *ทำไมร้านสหกรณ์เมืองไทยถึงไม่เจริญ*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562. จาก

<http://oknation.nationtv.tv/blog/playland2/2007/07/27/entry-5>