

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ประเทศไทยในปัจจุบันจัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากยังมีประชาชนมีฐานะยากจน อีกทั้งยังได้รับความเดือดร้อน จากการมีรายได้ไม่เพียงพอจากรายจ่าย อันเป็นผลมาจากการว่างงาน ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ และกำลังซื้อของคนในประเทศลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ยังมีฐานะยากจนถึงระดับปานกลาง ปัญหาสำคัญของประชาชนที่มีฐานะยากจน คือ การขาดแคลนทุนทรัพย์และขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ และลดรายจ่าย ตลอดจนใช้เพื่อการบรรเทาเหตุฉุกเฉินและความจำเป็นเร่งด่วนต่าง ๆ ซึ่งทำให้ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่มีปัญหาในการถูกเอารัดเอาเปรียบในการหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีพและไม่ได้รับความเป็นธรรมในการขายผลผลิต ประกอบกับเกิดผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ประชากรมีรายได้ลดลง จึงจำเป็นที่หน่วยงานของภาครัฐจะประสานร่วมมือกันในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ การดำเนินกิจกรรมให้แก่ชุมชนและกลุ่มอาชีพ โดยดำเนินการสนับสนุนการรวมกลุ่มของประชาชน เพื่อจัดตั้งร้านค้าชุมชนในชนบทที่อยู่ห่างไกลให้สามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรมและเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางการค้า รวมทั้งสามารถใช้ร้านค้าชุมชนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ภายใต้การบริหารของกลุ่มคนในชุมชนและภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน และวิชาการด้านการบริหารจัดการ การบัญชี (สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ. 2553 : เว็บไซต์)

ร้านค้าชุมชนเกิดขึ้นจากความพยายามของคนในชุมชนที่ต้องการปรับตัวรับกระแสการพัฒนาที่เข้ามากระทบวิถีชีวิตชุมชน เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองกับการค้ากำไรเกินควรของผู้ประกอบการภาคเอกชนภายในชุมชน โดยการรวมกลุ่มจัดตั้งร้านค้าชุมชน เพื่อร่วมกันดำเนินกิจการ ร่วมซื้อ ร่วมขาย นำผลกำไรที่ได้มาปันผลเฉลี่ยคืนให้กับสมาชิก ซึ่งการดำเนินกิจการ ให้บริการจะกระทำภายใต้การบริหารของกลุ่มสมาชิกที่เป็นลูกค้าในร้านค้าชุมชน ทำให้กิจการร้านค้าชุมชนมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินกิจการ โดยพึ่งพาหลักการตลาดที่มีการประสมประสานทั้งตัวสินค้าและบริการที่มีส่วนกระตุ้นความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยขายสินค้าในราคาที่ลูกค้า

ยอมรับได้ และลูกค้ายินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายกระจ่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์ซื้อ เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามตั้งใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมซื้อมากยิ่งขึ้น โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นกิจกรรมทางการตลาดร้านค้าชุมชนจึงต้องอาศัยปัจจัยหลักที่จะช่วยส่งผลให้กิจกรรมทางการตลาดนั้นสามารถก้าวไปสู่ผลสำเร็จดังเป้าหมายได้ ปัจจัยหลักสำคัญที่กลุ่มสมาชิกร้านค้าชุมชนควรนำมาดำเนินการกิจกรรมทางการตลาด เรียกโดยรวมกันว่า ส่วนประสมตลาดบริการซึ่งนำมาประสมประสาน โดยให้ปัจจัยการตลาดทุกตัวมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน และยังส่งผลสำเร็จต่อองค์กรร้านค้าชุมชนนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่มวลสมาชิกและสร้างความยั่งยืนของร้านค้าชุมชน โดยตั้งเป้าหมายดำเนินนโยบายเพื่อลดความยากจน และนำไปสู่การสร้างงานสร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่ายให้แก่ประชาชน และให้ประชาชนมีรายได้เพียงพอกับรายจ่าย โดยใช้กลไกทุกส่วนของภาครัฐในการสร้างโอกาสให้ประชาชนใช้ทุนทางปัญญา ศักยภาพส่วนตัว และสินทรัพย์ที่มีอยู่ทำงานอย่างเต็มที่ เมื่อประชาชนมีรายได้เพิ่ม ก็จะทำให้ครอบครัวและประเทศชาติมีรายได้เพิ่มขึ้น (ฉัฐพัชร ถ้อยประดิษฐ์พจน์, 2553 : เว็บไซค์)

อำเภอบรบือเป็นอำเภอหนึ่งที่ต้องการนำพาชุมชนไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง เป็นชุมชนที่สามารถจัดการปัญหาได้ด้วยตัวเอง โดยการให้ประชาคมหมู่บ้านมากำหนดทิศทางที่จะไม่ก่อให้เกิดความแตกแยก และเป็นการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งการบริหารจัดการตนเองจะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มองค์กรร้านค้าชุมชน โดยเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนประสงค์ที่จะมีร้านค้าเป็นของคนในชุมชน เกิดขึ้นในชุมชนสามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้ในราคายุติธรรม ไม่ต้องเดินทางเข้าไปซื้อในเมือง เป็นเสมือนสวัสดิการหนึ่งในชุมชน ร้านค้าชุมชนจึงถือกำเนิดจากเงินทุนของกลุ่มสัจจออมทรัพย์ในระยะแรกสมาชิกส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ร้านค้าชุมชนดำเนินการไปได้ด้วยดีในช่วงปี พ.ศ.2548 - พ.ศ.2549 โดยมีสมาชิกและผลกำไรมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เงินกำไรส่วนหนึ่งจะกลับไปสู่สวัสดิการสังคม ซึ่งเมื่อถึงเวลาปันผลประจำปี ผลกำไรที่ได้จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกร้อยละ 30 จะเก็บเป็นกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน ร้อยละ 35 จ่ายคืนให้แก่ผู้ถือหุ้นตามจำนวนหุ้น และอีกร้อยละ 35 จ่ายคืนให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ตามสัดส่วนการซื้อ ซื้อมากได้มาก ซื้อน้อยได้พอประมาณ นอกจากนี้ร้านค้าชุมชนแล้วยังมีร้านค้าของเอกชนในชุมชนอีกหลายร้าน ดำเนินการ โดยเจ้าของร้านเอง มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของร้านที่ดีขึ้น สะอาด น่าซื้อ ราคาสินค้าถูกกว่า และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการกระตุ้นยอดขาย เช่น การให้บริการที่เหนือกว่า

มีการลด แลก แจก แถม ให้รางวัลจากยอดซื้อ เป็นต้น ส่งผลให้ช่วงปี พ.ศ. 2550 - พ.ศ. 2551 การดำเนินงานของร้านค้าชุมชนเข้าสู่ภาวะมีผู้มาใช้บริการในร้านค้าชุมชนน้อยลง (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2553 : 35)

ดังจะเห็นได้จากรายงานสรุปผลการดำเนินงานกลุ่มองค์กรร้านค้าชุมชนอำเภอบรบือ ประจำปี 2552 (กลุ่มองค์กรร้านค้าชุมชนตำบลหนองคูขาด. 2552 : 9 -11) ที่ระบุไว้ว่า ยอดขายของร้านค้าชุมชนในกลุ่มองค์กรร้านค้าชุมชนอำเภอบรบือโดยเฉลี่ย นั้น ๆ ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงระยะเวลาจากปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2552 นั้นกลุ่มร้านค้าชุมชนมีรายได้ลดลง ดังนี้ ผลการดำเนินงานประจำปี พ.ศ. 2550 ใช้ทุนหมุนเวียนจำนวน 7,430,324 บาท มียอดขายรวมจำนวน 8,618,595 มีกำไรสุทธิจำนวน 1,848,676 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.44 ผลการดำเนินงานประจำปี 2551 ใช้ทุนหมุนเวียนจำนวน 6,754,161 บาท มียอดขายรวมจำนวน 8,140,276 มีกำไรสุทธิจำนวน 1,266,167 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.55 และผลการดำเนินงานประจำปี 2552 ใช้ทุนหมุนเวียนจำนวน 7,269,571 บาท มียอดขายรวมจำนวน 8,036,838 มีกำไรสุทธิจำนวน 1,187,069 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.77 จะเห็นได้ว่า ร้านค้าชุมชนมีผลกำไรลดลงทุกปี ซึ่งจากการที่รายได้ของร้านค้าที่ลดลงดังกล่าว ส่งผลให้การปันผลกำไรของสมาชิกน้อยลงตามไปด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยทำการศึกษาว่าร้านค้าชุมชนมีการใช้ส่วนประสมตลาดบริการและสมาชิกร้านค้าชุมชนมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับใด ตลอดจนมีการศึกษาว่าส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกอย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

### สมมติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
3. ส่วนประสมตลาดบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้แยกเนื้อหาออกเป็น ดังนี้

1.1 ศึกษาส่วนประสมตลาดบริการ ของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ตามแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000 : 146) โดยประยุกต์มาจาก วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 105-113) ประกอบด้วย

- 1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 1.1.2 ราคา (Price)
- 1.1.3 การจัดจำหน่าย (Place)
- 1.1.4 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
- 1.1.5 บุคลากร (Process)
- 1.1.6 กระบวนการ (People)
- 1.1.7 ลักษณะทางกายภาพ (Physical)

1.2 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน  
อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษาจากแนวความคิดของ พาราสุรามาน ไชแธม  
และเบอร์รี่ (Parasuman, Zeithalm and Barry. 1985 : 68) ซึ่งประยุกต์มาจากวงศ์พัฒนา  
ศรีประเสริฐ (2552 : 142-144) ประกอบด้วย

- 1.2.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
- 1.2.2 การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service)
- 1.2.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
- 1.2.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
- 1.2.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

## 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน  
จำนวน 89 ร้านค้า ใน 13 ตำบล เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ณ วันที่ 23 กันยายน  
2553 จำนวน 16,230 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2553 : 1)

### 2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน  
จำนวน 89 ร้านค้า ใน 13 ตำบล เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ณ วันที่ 23 กันยายน  
2553 จำนวน 395 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธี  
ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 727 ; อ้างในบุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 38) และทำ  
การสุ่มกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบลโดยสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตาราง  
เลขสุ่ม (Random Digit)

## 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

### 3.1 ตัวแปรกลุ่มที่ 1 ได้แก่

3.1.1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน

3.1.2 ส่วนประสมตลาดบริการ ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา  
การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ



3.2 ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า

#### 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

#### 5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ กันยายน 2553 – กรกฎาคม 2554

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนประสมตลาดบริการ หมายถึง แนวความคิดด้านการตลาดยุคใหม่โดยการสร้างความพึงพอใจให้สมาชิก โดยผ่านคุณภาพบริการและมูลค่าการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับร้านค้าชุมชน นอกเหนือจากส่วนประสมตลาดบริการสำหรับสินค้าทั่วไป ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ การซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ซึ่งสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ความใหม่สดของสินค้า คุณภาพของสินค้า ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้า มีหลายขนาด เป็นต้น

2. ด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน จัดเป็นต้นทุนของสมาชิก ซึ่งจะเกิดการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้ามีราคา ยุติธรรม มีระดับราคาให้เลือก ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดงที่ชัดเจน ความยืดหยุ่นของการต่อรองราคา เป็นต้น

3. ด้านการจัดจำหน่าย หมายถึง ท่าที่ตั้ง การจัดสถานที่ให้บริการและโครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย การจัดตกแต่งบริเวณโดยรอบหรือภายนอก ความสะอาด ความสวยงาม รวมถึงการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่หาง่าย เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการทางการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูล ชักจูงใจ หรือตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ การโฆษณา การ

ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด การสนทนาคุณแก่สมาชิก โดยการแจกแถม เป็นต้น

5. ด้านบุคลากร พนักงานบริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ธุรกิจร้านค้าชุมชนที่ให้บริการ กับสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

6. ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือวิธีการทำงานได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการสินค้าและการชำระค่าสินค้า ความเหมาะสมเวลาให้บริการของร้านค้าชุมชน เป็นต้น

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ภาพลักษณ์ของร้าน ได้แก่ ความเป็นที่เชื่อถือในการให้บริการแก่สมาชิกของร้านค้าชุมชน การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุน กิจกรรม วัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความชอบ ทศนคติที่ดี ความประทับใจของสมาชิกที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังของสมาชิกที่มาซื้อสินค้า และใช้บริการที่ร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีต่อตัวองค์กรในแง่ความสามารถในการให้บริการ ของสมาชิกธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันของบริการกับความต้องการของสมาชิก โดยบริการที่นำเสนอจะต้องสามารถบำบัดความต้องการของสมาชิก และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกหลังจากได้รับบริการ ไปแล้วให้เป็นไปตามหรือเกินกว่าความคาดหวังของสมาชิก ซึ่งประกอบด้วย

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ผู้รับบริการจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก โดยใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน ได้แก่ การปฏิบัติงานของพนักงานมีความเป็นธรรม การให้บริการด้วยความเป็นกันเอง การให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมกับสมาชิก การให้ส่วนลด หรือ ราคาพิเศษอย่างเป็นธรรมกับทุกคน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง การให้บริการที่ตรงเวลา ตรงตามความต้องการ ได้แก่ ระยะเวลาในการส่งสินค้ารวดเร็วตามที่ตกลงไว้ การคิดค่าสินค้าและบริการมีความถูกต้องและมีความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการชำระค่าสินค้า

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม ได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภค เพียงพอครอบคลุมตรงตามความต้องการของลูกค้า เต็มใจอธิบายและชี้ตำแหน่งของสินค้าให้ลูกค้าทราบ เป็นต้น

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ เปิด ปิด ตามเวลาที่กำหนด มีการบริการหลังการขายที่น่าพอใจ มีการปรับเปลี่ยนสินค้าให้ทันที โดยไม่มีเงื่อนงำเมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดการพัฒนาต่อไป พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าภายในร้านค้าชุมชนทุกชนิด สมาชิก หมายถึง ผู้ถือหุ้นในธุรกิจร้านค้าชุมชน ของอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

ธุรกิจร้านค้าชุมชน หมายถึง ร้านค้าที่กลุ่มหรือคณะบุคคลร่วมกันทำการค้าขายในหมู่บ้านโดยชาวบ้านเป็นสมาชิกถือหุ้น มีการเลือกตั้งกรรมการ บริหารร้านค้า โดยคัดเลือกจากสมาชิกผู้ถือหุ้น และมีการปันผลกำไร (เงินปันผลจากค่าหุ้นหรือเงินปันผลคืนจากการซื้อสินค้า) ของร้านค้าคืนให้กับสมาชิกร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

ธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ หมายถึง ร้านค้าที่กลุ่มหรือคณะบุคคลร่วมกันทำการค้าขายในหมู่บ้านภายในอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยมีชาวบ้านที่เป็นสมาชิกถือหุ้น เป็นคน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมตลาดบริการที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของสมาชิก ต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ในปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้สร้างความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจ

2. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อันจะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินการเพื่อความอยู่รอดในอนาคต

3. ทำให้ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการที่มีต่อความพึงพอใจของสมาชิกเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัด



มหาสารคาม ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านค้าชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้

4. เพื่อเป็นข้อสารสนเทศนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของผู้ดำเนินการธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอกระบือ และร้านค้าชุมชนอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์คุณภาพการบริการที่ดีมากขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY