

ชื่อเรื่อง	ความคิดเห็นของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรที่มีต่อการจำหน่ายสินค้าของร้านสหกรณ์ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
ชื่อผู้ศึกษา	นายประ โยค มานิช
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบุญ

#### บทคัดย่อ

171293

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าของพนักงาน ธ.ก.ส. ที่ร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด 2) ความคิดเห็นของพนักงาน ธ.ก.ส.ต่อการจำหน่ายสินค้าของร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด 3) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการจำหน่ายสินค้าของร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 240 ราย

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8% อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 50.4% สมรสแล้ว ร้อยละ 67.9% การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 67.1% เป็นพนักงานระดับ 4-7 ร้อยละ 42.1% อายุการทำงานตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 41.3% มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 35.4% และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด ร้อยละ 65.8%

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด พบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านสหกรณ์ไม่บ่อยนัก ร้อยละ 30 การใช้บริการเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 37.9% ช่วงเวลาในการซื้อสินค้านั้นระหว่างเดือนไม่แน่นอน ร้อยละ 68.3% ช่วงเวลาในระหว่างวันสะดวกซื้อเวลา 12.00-13.00 น. ร้อยละ 37.9% ใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าก่อนข้างสั้น น้อยกว่า 10 นาที ร้อยละ 83.8% ใช้เงินซื้อสินค้าต่อครั้งก่อนข้างน้อย ไม่เกิน 200 บาท ประเภทสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่คือ เครื่องดื่ม ร้อยละ 64.6% บริการที่ต้องการให้มีเพิ่มเติม คือ การจำหน่ายหนังสือ ร้อยละ 34.6%

ผลการศึกษาความคิดเห็นของพนักงาน ธ.ก.ส. ที่มีต่อการจำหน่ายสินค้าของร้านสหกรณ์ ธ.ก.ส. จำกัด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขายมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

171293

ปัญหาในการจำหน่ายสินค้าของร้านสหกรณ์ ช.ก.ศ. จำกัด พบว่า สินค้ามีน้อย และไม่มีคุณภาพ ราคาสินค้าไม่แตกต่างจากท้องตลาด ไม่มีการส่งเสริมการขายและการโฆษณาจูงใจผ่านสื่อต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ร้านสหกรณ์ ช.ก.ศ. จำกัด ควรจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายในชนิด และยี่ห้อราคาสินค้าบางประเภทควรต่ำกว่าราคาในท้องตลาด และควรหมุนเวียนในแต่ละสินค้า ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้า สถานที่ควรปรับปรุงให้ดูทันสมัย นอกจากนี้ควรนำผลิตภัณฑ์ของสมาชิก และสินค้า OTOP ของลูกค้า ช.ก.ศ. มาจัดวางจำหน่าย

<b>Title</b>	Opinion of Officials of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives on Selling Goods of Consumer Cooperative, Ltd. of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives
<b>Author</b>	Mr.Prayok Manish
<b>Degree of</b>	Master of Science in Cooperative Economics
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Dr.Sujitra Rodsomboon

### ABSTRACT

**171293**

This study was aimed at investigating (1) shopping behavior of officials of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) at BAAC Consumer Cooperative, Ltd.; (2) their opinion on selling goods of Consumer Cooperative, Ltd.; and (3) problems and recommendations for the improvement of selling goods of BAAC Consumer Cooperative, Ltd. Simple sampling was used to obtain 240 samples.

The results of the study showed that 50.8% of BAAC officials were females, 50.4% were 41-50 years of age, 67.9% were married, 67.1% held a bachelor degree or equivalent, 42.1% were officials of levels 4-7, 41.3% have worked for over 20 years, 35.4% earned at least 30,000 baht per month, and 65% have been members of Consumer Cooperative, Ltd.

The study of their shopping behavior at Consumer Cooperative, Ltd., revealed that 30% of them seldom shopped at the cooperative store, 37.9% shopped there due to traveling convenience, 68.3% did not have fixed shopping time each month, 37.9% shopped during 12.00-1.00 p.m, 83.8% spent less than 10 minutes and 200 baht at the store, 64.6% bought beverages, and 36.4% wanted the store to sell books and magazines.

BAAC officials were found to have a moderate level of opinion on products, price, place, and promotion.

Problems of selling goods of BAAC Consumer Cooperative, Ltd. were small volumes of products, low quality products, prices similar to those in other shops, and lack of advertisements or sale promotion through mass media.

The recommendations derived from the study were that BAAC Consumer Cooperative, Ltd. should provide varieties of product groups and brands, prices of some products should be lower than those in other shops, low prices should be in circulation of all products from time to time, more public relations should be done on the goods, the store should be modernized, and members' products or OTOP products produced by BAAC's customers should be put on sale.