

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้า  
ศูนย์สงเคราะห์พิเศษจำกัด จังหวัดลพบุรี

พยงค์ ยิ้มละไม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการสหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงครามพิเศษจำกัด จังหวัดลพบุรี เสนอโดยพันตรีพยงค์ ยิ้มละไม  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา

(นายตระกูล จันทสุนทร)

วันที่ 15 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2553

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

*M. I.*

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี พวงเพ็ชร์)

*M. I. K. S.*

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชนก สอนสีดา)

*J. M.*

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพ็ชร์)

*A. S.*

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชนก สวนสีดา รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพชร
ชื่อนักศึกษา	พยงค์ ยิ้มละไม
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด และประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการ จำนวน 376 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เมื่อนำไปทดลองใช้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.90 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least - Significant Difference)

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมาชิกสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความมั่นใจในการบริการ ความน่าเชื่อถือ ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ และการสนองตอบต่อลูกค้าตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตาม ระดับชั้นยศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อจำแนกตาม อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรสไม่แตกต่างกัน

Thesis Title	Factors Affecting Customers' Decision-Making for Services at the Special Warfare Center Cooperative Inc. in Lop Buri Province
Thesis Advisors	Assoc. Prof. Somphorn Phangphet Asst. Prof. Ratchanok Suanseeda
Name	Payong Yimlamai
Concentration	General Management
Academic Year	2009

### ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study factors affecting customers' decision-making for services at the Special Warfare Center Cooperative Inc., in Lop Buri; 2) to compare the factors affecting that decision-making. Participating customers were categorized by gender, age, military rank, educational qualifications, marriage status, duration of membership and monthly income.

The sample comprised 376 members of the cooperative and others. The instrument was a questionnaire designed by the researcher, and five experts examined its validity and reliability. The reliability was 0.90. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Fisher's Least Significant Difference (LSD).

The results were as follows:

1. factors affecting customers' decision-making were divided into six aspects and ranked overall at a moderate level. When the researcher considered specific factors, arranged from the highest to the lowest by mean, these were: 1) approachability; 2) responsiveness; 3) persuadability; 4) credibility; 5) staff service ability; and 6) communication.

2. in comparing factors, when focusing on difference in military rank, significance was at the 0.001 level. In addition, there was a high level of significance - at a level of 0.01 - when age and monthly income were highlighted. Also, considering duration of membership of the cooperative, there was significant difference at the 0.05 level. However, there was no significant difference when considering customers' gender, educational qualifications or marriage status.

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษจำกัด จังหวัดลพบุรี วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพ็ชร์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชนก สวนสีดา กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี พวงเพ็ชร์ รองศาสตราจารย์สาคร กล้าหาญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาสินี ศิริโกคาภิรมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประดิษฐ์ เจริญชัยชนะ และผู้ช่วยศาสตราจารย์คชา ศัยยกุล อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบคุณผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ และผู้จัดการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เป็นผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ และขอขอบคุณพนักงานบริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ขอขอบคุณสมาชิกสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอกราบพระคุณคุณแม่ที่คอยให้กำลังใจ ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาเล่าเรียนอย่างดียิ่งเสมอมาญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

พยงค์ ยิ้มละไม

## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์.....	10
ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ร้านค้า.....	10
ประวัติสหกรณ์ร้านค้าในประเทศไทย.....	11
ความหมายของสหกรณ์.....	15
ประเภทของสหกรณ์.....	16
หลักการเกี่ยวกับสหกรณ์.....	18
ความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด.....	19
ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด.....	19
วัตถุประสงค์และโครงสร้างการดำเนินงาน.....	20
การตัดสินใจของผู้บริโภค.....	21
ลักษณะทั่วไปของการตัดสินใจ.....	21
การตัดสินใจของผู้บริโภค.....	22
พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ.....	23
กระบวนการการตัดสินใจซื้อ.....	24
ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	26
แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	31
ความหมายของการบริการ.....	31
ลักษณะของการบริการ.....	34

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
องค์ประกอบของการบริการ.....	37
หลักการให้บริการที่ดี.....	38
เทคนิคในการให้บริการที่ดี.....	42
แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	46
ความหมายของคุณภาพการบริการ.....	46
ความสำคัญของคุณภาพการบริการ.....	47
ประเมินคุณภาพการบริการ.....	49
การพัฒนาคุณภาพบริการ.....	54
การสร้างการบริการที่น่าประทับใจ.....	56
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษจำกัด จังหวัดลพบุรี.....	61
การเข้าถึงลูกค้า.....	61
การติดต่อสื่อสาร.....	63
ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ.....	65
ความน่าเชื่อถือ.....	67
ความมั่นใจในการบริการ.....	69
การสนองตอบต่อลูกค้า.....	70
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	71
งานวิจัยในประเทศ.....	71
งานวิจัยต่างประเทศ.....	75
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	77
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	77
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	78
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	79
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
การจัดกระทำข้อมูล.....	80
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	126
สมมติฐานการวิจัย.....	126
วิธีดำเนินการวิจัย.....	126
สรุปผลการวิจัย.....	128
อภิปรายผล.....	132
ข้อเสนอแนะ.....	136
บรรณานุกรม.....	138
ภาคผนวก.....	144
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	145
ภาคผนวก ข รายงานผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม.....	152
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม.....	154
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	160

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	วิธีการประเมินทางเลือกของผู้ซื้อ.....	28
ตาราง 2	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	78
ตาราง 3	จำนวนและร้อยละของกลุ่ม.....	87
ตาราง 4	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษจำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านการเข้าถึงลูกค้า.....	89
ตาราง 5	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านการติดต่อสื่อสาร.....	90
ตาราง 6	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ.....	91
ตาราง 7	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ.....	93
ตาราง 8	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านความมั่นใจในการบริการ.....	94
ตาราง 9	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ด้านการสนองตอบต่อลูกค้า.....	95
ตาราง 10	ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัดจังหวัดลพบุรี.....	95
ตาราง 11	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ.....	97
ตาราง 12	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามอายุ.....	98

ตาราง 13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามอายุ.....	99
ตาราง 14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอายุ.....	100
ตาราง 15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามอายุ.....	100
ตาราง 16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอายุ.....	101
ตาราง 17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความมั่นใจในการบริการ จำแนกตามอายุ.....	102
ตาราง 18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมทุกด้าน จำแนกตามอายุ.....	102
ตาราง 19	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามระดับชั้นยศ.....	103
ตาราง 20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	104
ตาราง 21	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	105
ตาราง 22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ.....	106

ตาราง 23	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	107
ตาราง 24	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความมั่นใจในการบริการ จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	108
ตาราง 25	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการสนองตอบต่อลูกค้า จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	109
ตาราง 26	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมทุกด้าน จำแนกตามระดับชั้นยศ.....	110
ตาราง 27	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	111
ตาราง 28	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	112
ตาราง 29	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	113
ตาราง 30	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	114
ตาราง 31	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้า ศูนย์สงเคราะห์พิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลา ในการเป็นสมาชิก.....	115

	หน้า	
ตาราง 32	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	116
ตาราง 33	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความมั่นใจในบริการ จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	116
ตาราง 34	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการสนองตอบต่อลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	117
ตาราง 35	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมทุกด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	118
ตาราง 36	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	119
ตาราง 37	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	120
ตาราง 38	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	121
ตาราง 39	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความ สามารถของบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	121
ตาราง 40	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	122
ตาราง 41	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านความมั่นใจในการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	123

ตาราง 42	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในด้านการสนองตอบต่อลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	124
ตาราง 43	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	124

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
ภาพ 2 แผนผังการจัดสหกรณ์ร้านค้าศูนย์สงครามพิเศษ จำกัด จังหวัดลพบุรี.....	20
ภาพ 3 พฤติกรรมการซื้อ 4 รูปแบบ.....	25
ภาพ 4 แสดงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	27
ภาพ 5 การประเมินทางเลือกของผู้บริโภค.....	30
ภาพ 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการ.....	33
ภาพ 7 แบบจำลองคุณภาพการบริการ.....	53

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี