

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
วิธีการศึกษา	5
รูปแบบการวิจัย	5
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	5
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	7
นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	9
แนวคิดทฤษฎี	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
กรอบแนวคิดในการศึกษา	30
สมมติฐานในการศึกษา	30
บทที่ 3 ประวัติความเป็นมาและการประกอบการ	32
ประวัติความเป็นมา	32
สหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี จำกัด	32
ผลการดำเนินธุรกิจสหกรณ์	36
สมาชิกสหกรณ์	37
การระดมทุนของสหกรณ์	37
การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์	38
ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ของสหกรณ์	39

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา	40
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	40
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค	42
ตอนที่ 3 ระดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	44
ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการศึกษา	62
ข้อเสนอแนะ	64
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	65
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	66
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก ประวัติความเป็นมาและสภาพเศรษฐกิจจังหวัดอุบลราชธานี	70
ภาคผนวก ข ข้อมูลทางการเงินของสหกรณ์	78
ภาคผนวก ค ภาพสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานีจำกัด	86
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	92
ภาคผนวก จ ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	96
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	98

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด ระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2548	2
2	กำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชน อุบลราชธานี จำกัดระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2548	3
3	คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม	21
4	แสดงจำนวนสมาชิกตั้งแต่ปี 2543 – 2548	37
5	แสดงจำนวนการระดมทุนภายในสหกรณ์ตั้งแต่ปี 2543 – 2548	38
6	แสดงผลการดำเนินงานธุรกิจของสหกรณ์ตั้งแต่ 2543 – 2548	38
7	แสดงผลการดำเนินงานเปรียบเทียบตั้งแต่ 2543 – 2548	39
8	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	41
9	พฤติกรรมกรซื้อสินค้าของผู้บริโภค	43
10	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภคต่อระดับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	45
11	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภคต่อระดับปัจจัย ด้านราคา	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภคต่อระดับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	46
13	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภคต่อระดับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	47
14	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	49
15	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	50
16	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	53
17	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	54
18	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	56
19	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	59
20	สรุปปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯ	61

สารบัญภาพ		
ภาพที่		หน้า
1	ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า	10
2	คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	11
3	โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ	17
4	กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	30
5	แผนผังโครงสร้างการบริหารสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชน อุบลราชธานี จำกัด	36