

การศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2523



นายบุญช่วย วาณิชชาติ

ศูนย์วิจัยวิทยาการ  
007072  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

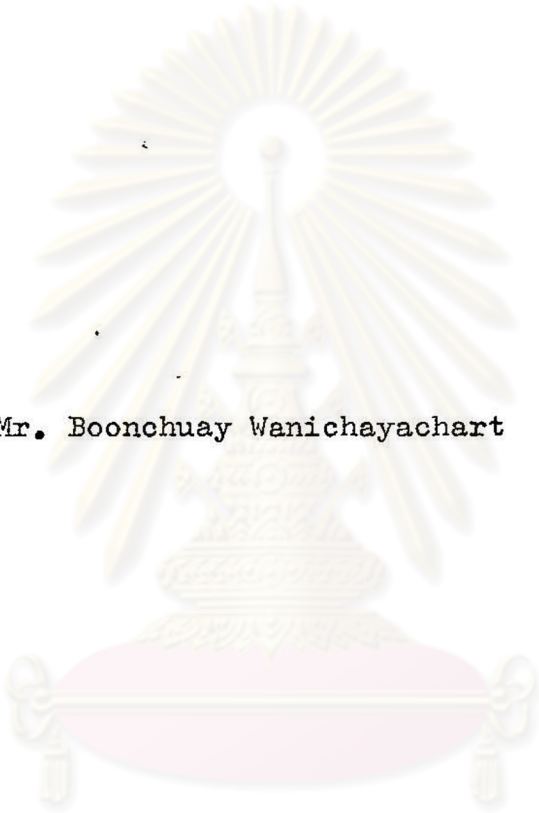
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2524

I16015238

Q

A STUDY OF THE BEHAVIOR OF MEMBERS OF THE COOPERATIVE STORES  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA, 1980



Mr. Boonchuay Wanichayachart

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Commerce  
Department of Marketing  
Graduate School  
Chulalongkorn University

1981


หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร  
พ.ศ. 2523

โดย นายบุญช่วย วาณิชยชาติ

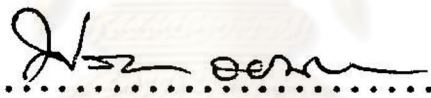
ภาควิชา การตลาด


อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. แสง สงวนเรือง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชณา วิวัฒน์ชาติ


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

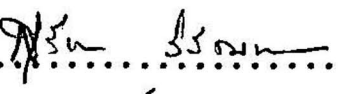
  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประคินฐ์ บุณนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอมพร)

  
..... กรรมการ  
(นายสนิธ จิตตากรรม)

  
..... กรรมการ  
(ดร. แสง สงวนเรือง)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชณา วิวัฒน์ชาติ)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร  
พ.ศ. 2523

ชื่อ นายบุญช่วย วาณิชยชาติ

อาจารย์ที่ปรึกษา คร. แสง สงวนเรือง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรีชนา วิวัฒน์ชาติ

ภาควิชา การตลาด

ปีการศึกษา 2524

บทคัดย่อ



ปัจจุบันประชาชนในกรุงเทพมหานครสนใจจัดตั้งร้านสหกรณ์กันมาก โดยผู้บริหาร  
รวมกันตั้งขึ้นเพื่อจัดหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพดีและจำเป็นแก่การครองชีพมา  
จำหน่ายแก่สมาชิก เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการครองชีพและผดุงฐานะทางเศรษฐกิจของ  
ตนและของหมู่คณะ ในการดำเนินงานร้านสหกรณ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว บางครั้ง  
ผู้บริหารร้านสหกรณ์ต้องประสบปัญหาและอุปสรรคบางประการ ทำให้การดำเนินงานไม่ราบรื่น  
การวิจัยจึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่มีส่วนช่วยเหลือในการตัดสินใจต่าง ๆ ของผู้บริหาร และ  
ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาการดำเนินงาน ตลอดจนในวางแผนและวางนโยบายต่าง ๆ  
ของสหกรณ์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยในสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์  
(Interview) ตามแบบสอบถาม (Questionnaire) และอาศัยการสังเกต (Observation)  
ของผู้เขียนประกอบด้วย แบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบ (Pre-test) โดย  
ผู้เขียนและอาจารย์ของอาจ ปทะวานิช ได้นำไปทดลองสัมภาษณ์สมาชิกที่มาซื้อของที่ร้านสหกรณ์  
พระนคร จำกัด สาขาบางเขน จำนวน 10 ตัวอย่าง เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม  
เมื่อได้แก้ไขแบบสอบถามจนเป็นที่พอใจแล้ว จึงได้ทำการอบรมพนักงานสำรวจเพื่อดำเนินการ  
สัมภาษณ์ต่อไป ตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้คัดเลือกจากร้านสหกรณ์ พระนคร จำกัด  
จำนวน 8 สาขา และร้านสหกรณ์ กรุงเทพฯ จำกัด จำนวน 4 สาขา ที่ร้านสหกรณ์ดังกล่าว

กล่าว เป็นตัวแทนของร้านสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ก็เพราะว่าสหกรณ์ดังกล่าวมีจำนวนสมาชิกมากและเป็นร้านสหกรณ์ที่ตั้งในชุมชน

ในการสุ่มตัวอย่าง ใ้สุ่มกระจายไปในช่วงเวลาต่าง ๆ ในแต่ละวัน และกระจายไปในช่วงต่าง ๆ ของเดือน เพื่อให้สมาชิกทุกคนมีโอกาสถูกคัดเลือกให้เป็นตัวอย่าง การสัมภาษณ์เริ่มตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน ถึงวันที่ 23 กรกฎาคม 2524 ขนาดตัวอย่างกำหนดไว้ 500 ตัวอย่าง ใ้ครบตามเป้าหมาย จำนวนตัวอย่างที่สุ่มจากแต่ละสาขาใ้กำหนดให้ มีจำนวนกระจายไปตามจำนวนสมาชิกของแต่ละสาขา เมื่อใ้แบบสอบถามครบตามต้องการแล้ว ใ้ตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำข้อมูลไปลงตารางและวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อนำข้อมูลลงตารางเรียบร้อยแล้ว จึงใ้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป ผลการวิจัยที่สำคัญพอสรุปใ้ดังนี้

สมาชิกที่มาซื้อสินค้าที่สหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและสมรสแล้ว มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนมากมีอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยมากกว่าเดือนละ 4,000 บาท และส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์เพราะต้องการเงินปันผล

สมาชิกส่วนมากมาซื้อสินค้าที่สหกรณ์สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยวางแผนการซื้อล่วงหน้ามาจากบ้านหรือที่ทำงานว่าจะซื้ออะไรบ้าง ใช้เวลาในการชื้อน้อยเฉลี่ยครั้งละประมาณครึ่งชั่วโมง และซื้อสินค้าเป็นมูลค่าเฉลี่ยครั้งละ 201-500 บาท มูลค่าสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้งกับรายได้ของสมาชิกมีความสัมพันธ์กันโดยตรง กล่าวคือ รายได้ของสมาชิกมาก มูลค่าสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้งจะมาก และรายได้ของสมาชิกน้อย มูลค่าสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้งจะน้อยด้วย สินค้าที่สมาชิกซื้อมากที่สุดคือสินค้าในแผนกซูเปอร์มาร์เกต ใ้แก๊สสินค้าประเภทอาหารและเครื่องคั้มนำไปใช้บริโภคภายในครอบครัว

สมาชิกส่วนมากสนใจสินค้าลดราคาของสหกรณ์ในบางโอกาส แต่สมาชิกจะยังไม่ชื้อทันที จะพิจารณาูก่อนว่ามีความต้องการสินค้านั้นหรือไม่ สินค้าคุณภาพดีหรือไม่ การจัดรายการพิเศษแถมบัตรสมาชิกหรือคูปอง หรือการจัดให้มีการชิงโชค ไม่ทำให้ยอดขายเพิ่มมากนัก

สมาชิกส่วนมากมีความเห็นว่า สินค้าสหกรณ์บางอย่างสูงกว่าบางอย่างต่ำกว่าราคา  
ของตลาด และถ้าสมาชิกเห็นว่าสินค้าที่ตนต้องการมีราคาแพงกว่าของตลาด สมาชิกจะไม่  
ซื้อจากสหกรณ์ จะไปซื้อที่อื่นที่ราคาถูกกว่า สมาชิกส่วนมากพอใจกับการตั้งราคาแบบไม่มี  
การต่อรอง โดยให้เหตุผลว่าสะดวก ไม่เสียเวลา และสบายใจที่ไม่ต้องซื้อแพงกว่าคนอื่น  
เกี่ยวกับคุณภาพสินค้า สมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าของสหกรณ์มีคุณภาพเหมือน  
กับที่อื่น อย่างไรก็ตาม สมาชิกบางคนเห็นว่าสินค้าของสหกรณ์คุณภาพดีกว่าที่อื่น โดยให้เหตุผล  
ว่าสินค้าของสหกรณ์ขายเร็ว ทำให้สินค้าใหม่สต็อกอยู่เสมอ และการเก็บรักษาคือดีกว่า

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ร้านสหกรณ์ควรจัดตั้งในบริเวณใกล้เขตที่พักอาศัยของประชาชน และในบริเวณ  
ที่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจตั้งอยู่มาก ไม่ควรตั้งในบริเวณย่านการค้าที่การจราจรคับ  
คั่ง เพราะไม่สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อสินค้าของสมาชิก
2. ร้านสหกรณ์ควรจำหน่ายสินค้าแก่สมาชิกและลูกค้าที่ไม่ใช่สมาชิกในราคาต่ำ  
กว่าของตลาดเล็กน้อย เพื่อช่วยเหลือสมาชิกและประชาชนทั่วไปในการแก้ปัญหาค่าครองชีพ
3. ร้านสหกรณ์ขนาดใหญ่ควรมีการวิจัยตลาด เพื่อนำผลการวิจัยมาช่วยในการ  
ตัดสินใจต่าง ๆ ของผู้บริหาร และใช้เป็นแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ประสิทธิภาพ
4. ร้านสหกรณ์ควรจัดให้มีการประชุมสัมมนาเจ้าหน้าที่ระดับต่าง ๆ เพื่อนำปัญหา  
และอุปสรรคข้อขัดข้องต่าง ๆ ในการดำเนินงานมาปรึกษาหารือกัน เพื่อหาแนวทางในการ  
แก้ปัญหา และให้การดำเนินงานบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย และควรมีการฝึกอบรม  
พนักงานเป็นระยะ ๆ เพื่อชี้แจงให้ทราบถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อสหกรณ์และสมาชิก  
ให้ทราบถึงเทคนิคและวิธีปฏิบัติงานใหม่ประสิทธิภาพ ให้ทราบระเบียบคำสั่งต่าง ๆ และให้  
มีการปฏิบัติโดยเคร่งครัด ชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายของสหกรณ์ว่ามีอย่างไรและให้ปฏิบัติตาม  
นโยบายทุกประการ ให้เข้าใจถึงปัญหาที่สหกรณ์กำลังเผชิญอยู่และช่วยกันหาทางลดปัญหา

Thesis Title     A Study of the Behavior of Members of the Cooperative  
Stores in Bangkok Metropolitan Area, 1980

Name             Mr. Boonchuay Wanichayachart

Thesis Advisor   Dr. Saeng Sanguanruang  
Assistant Professor Surachana Vivadhajet

Department       Marketing

Academic Year    1981

#### ABSTRACT

At present, people in the Bangkok Metropolitan area are interested in setting up cooperative stores, with the principal objectives of providing goods and services for its member customers and helping them to maintain or increase their welfare. To meet with these objectives, there are many problems facing the general managers. The consumer research in an attempt to identify the problems and solutions to the problems would be helpful for the manager's decision making.

This study is conducted through field research. The personal interview with designed questionnaire was employed together with the researcher's own observation. Pre-test of questionnaire was carried out through interview of 10 customers who shopped at Bangkhen Branch of the Pranakorn Cooperative Store. After the completion of questionnaire design, training of enumerators in conducting consumer interview was also carried out.

The sampling location covers 8 branches of the Pranakorn Cooperative Store, and 4 branches of the Krungtep Cooperative Store. The random selection of sample customers was carried out in different times interval; i.e., different hour period and different day and week during 24 June - 23 July 1981. In total, five hundred member customers were interviewed. The sample size from each sampling location varies with the size of the members of each store. Editing of questionnaire was done before data tabulation and processing. The statistical analysis of the data was employed at later stage. The results of this study are summarized as follows.

Most members of cooperative stores in the Bangkok Metropolitan area are female, married, aged between 26 - 35 years old and with education of or equivalent to Bachelor degree. By occupation, most members are government officers and workers of state enterprises. Their income level is higher than 4,000 baht per month. Their reason of becoming a member of the cooperative stores is to buy goods and services at fair price and expect to gain the returns to their purchases at the end of the fiscal year.

Most member customers come to shop once a week, particularly during the weekend. The shopping of most members is well planned in advance for what items bought. A customer spends on average about half an hour and the value of purchased averages between 201 - 500 baht per one shopping. A test of relationship between the level of purchase value and the level of the customer's income was also carried



out. The result indicated that there is a highly positive relationship between the level of purchase and the level of customer's income; i.e., the higher the customer's income level, the higher the purchased value per one shopping. Most items purchased are located in the supermarket section which include foods and drinks, and are for family consumption.

Most members expressed their interests in discount-priced items of the cooperative stores. But the associated factors for their buying of the discount-priced items are quality and the customers desire of the items. Other supplementary programs such as discount coupons lottery tickets or games did not seem to effectively increase sales.

The majority of members said that some goods of the cooperative stores are priced higher than those in general stores. Therefore, whenever they desired that kind of goods they did not buy them from the cooperative stores, but from the other shops at lower prices. However, most members are in favour of the one price system since it is easier and time saving in their shopping.

Regarding the quality, most members think that the cooperative stores provide goods with the same quality as those available elsewhere. However, some members think that the quality of goods in the cooperative stores is higher than those in other stores because they are fresh and better stored.

Based on the above findings, it is suggested that :

1. The cooperative stores should be located near the residential areas or in the areas in which the offices of the government agencies or the state enterprises are already located. The areas with concentrated commercial activities are not appropriate for cooperative stores business because of the traffic congestion problem.

2. The cooperative stores should sell goods to members and non-members at slightly lower than the average market price to maintain low cost of living of their member customers.

3. Large-scale cooperative stores should set up their market research section and form research staff to do research and bring in suggestions to the general managers for more efficient operation and management.

4. Periodical seminar or workshops with an interest in identifying the problems and ways to improve the cooperative stores business should be organized among administrative personnel of the cooperative stores network. In addition, in-service training programs should be organized to improve work efficiency of personnel at all level.

กติกกรรมประกาศ



ในการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนได้รับความสนับสนุนด้านเงินทุนและความร่วมมือประสานงานอย่างดียิ่งจากประธานสหกรณ์ พระนคร จำกัด และร้านสหกรณ์ กรุงเทพฯ จำกัด จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร คุณสนธิ จิตตาภรณ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชชา วิวัฒน์ชาติ ที่ได้กรุณาเป็นประธานกรรมการและกรรมกรตาม ลำดับ ขอขอบพระคุณ ดร. แสง ส่วงเรือง ที่ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและสละเวลา ตรวจแก้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุธี เอกะหิตานนท์ และรองศาสตราจารย์ วชิรา สรรพศรี ที่ได้ให้กำลังใจแก่ผู้เขียน มาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ อาจารย์ อองอาจ ปทะวานิช อาจารย์ ชูสิทธิ์ เปี่ยมสมบูรณ์ อาจารย์ ประสิทธิ์ ยามาลี นิสิตคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ และผู้ที่มีใจกว้างนาม ที่มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี ถ้า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีส่วนดี ผู้เขียนขอมอบความดีนั้นแก่มารดา บิดาลุล่วงลับไปแล้ว ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ตลอดจนภรรยาของผู้เขียนซึ่งได้ห่วงใยและช่วยเหลือผู้เขียนมาก หาก สิ่งใดบกพร่องในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนขอนอมนับไว้แต่ผู้เดียว

ศูนย์วิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
รายการตารางประกอบ.....	ต
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ลักษณะของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ระเบียบวิธีการศึกษา.....	4
<b>บทที่ 2 สหกรณ์ร้านค้า (Cooperative Stores)</b>	
การจัดตั้งและการดำเนินงานสหกรณ์.....	9
การบริหารกิจการของสหกรณ์ร้านค้า.....	11
การควบคุมสหกรณ์ร้านค้า.....	13
ประวัติสหกรณ์ร้านค้า.....	13
<b>บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย</b>	
ลักษณะทั่วไปของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์.....	15
เพศ.....	15
สถานภาพสมรส.....	16
อายุ.....	17
การศึกษา.....	18
อาชีพ.....	19



รายไคของสมาชิก.....	21
เหตุผลของสมาชิกในการสมัคร เป็นสมาชิกสหกรณ์.....	22
สรุปลักษณะทั่วไปของสมาชิก.....	24
พฤติกรรมกรซื้อของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์.....	26
พฤติกรรมในการมาสหกรณ์ของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์.....	26
พฤติกรรมของสมาชิกก่อนมาสหกรณ์.....	28
ความถี่ของการมาซื้อสินค้าที่สหกรณ์ของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์.....	29
การวางแผนการซื้อของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์.....	31
ระยะเวลาที่ใช้ในการ เลือกรซื้อสินค้าของสมาชิก.....	32
มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้ง.....	34
ประเภทสินค้าที่สมาชิกซื้อจากสหกรณ์.....	38
จุดประสงค์ในการซื้อสินค้าของสมาชิก.....	41
พฤติกรรมของสมาชิกหลังออกจากสหกรณ์.....	42
สรุปพฤติกรรมกรซื้อของสมาชิก.....	43
พฤติกรรมกรเดินทางของสมาชิก.....	46
วิธีเดินทางมาสหกรณ์ของสมาชิก.....	46
ความสะดวกในการเดินทางของสมาชิก.....	47
ความเห็นของผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เกี่ยวกับที่จอดรถและ ความปลอดภัยของรถยนต์.....	48
สรุปพฤติกรรมในการเดินทางของสมาชิก.....	50
รสนิยมของสมาชิกที่เกี่ยวกับสินค้า.....	51
เกี่ยวกับชนิดของสินค้า.....	51
เกี่ยวกับคุณภาพและราคาสินค้า.....	52
แหล่งผลิตสินค้าที่สมาชิกชอบใช้.....	53
สรุปรสนิยมของสมาชิกที่เกี่ยวกับสินค้า.....	54

การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.....	55
การโฆษณาของสหกรณ์.....	55
การส่งเสริมการขาย.....	57
สรุปการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.....	59
ความเห็นของสมาชิก.....	61
ด้านราคาสินค้า.....	61
ด้านคุณภาพสินค้า.....	63
ด้านบริการ.....	64
ด้านการอำนวยความสะดวก.....	66
ด้านอื่น ๆ.....	67
สรุปความเห็นของสมาชิก.....	70
บทที่ 4 ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้เขียน.....	90

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตาราง	หน้า
1. 1	จำนวนตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์..... 7
3. 1	จำนวนสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์แยกตามเพศ..... 15
3. 2	สถานภาพสมรสของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์..... 16
3. 3	อายุของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์..... 18
3. 4	ระดับการศึกษาของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์..... 19
3. 5	อาชีพของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์..... 20
3. 6	รายได้ของสมาชิกที่ถูกสัมภาษณ์..... 22
3. 7	เหตุผลของสมาชิกในการสมัคร เป็นสมาชิกสหกรณ์..... 23
3. 8	ผู้ที่มาซื้อสินค้าที่สหกรณ์เป็นประจำ..... 26
3. 9	พฤติกรรมในการมาสหกรณ์ของสมาชิก..... 28
3.10	พฤติกรรมของสมาชิกก่อนมาสหกรณ์..... 29
3.11	ความถี่ของการมาซื้อสินค้าที่สหกรณ์ของสมาชิก..... 30
3.12	วัน (ของสัปดาห์) ที่สมาชิกมาซื้อสินค้า..... 31
3.13	การวางแผนการซื้อของสมาชิก..... 32
3.14	ระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าของสมาชิก..... 34
3.15	มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้ง..... 35
3.16	มูลค่าสินค้าที่สมาชิกซื้อแต่ละครั้งแยกตามรายได้..... 35
3.17	ประเภทสินค้าที่สมาชิกซื้อจากสหกรณ์..... 40
3.18	จุดประสงค์ในการซื้อสินค้าของสมาชิก..... 41
3.19	พฤติกรรมของสมาชิกหลังออกจากสหกรณ์..... 42
3.20	วิธีเดินทางมาสหกรณ์ของสมาชิก..... 47
3.21	ความสะดวกในการเดินทางของสมาชิก..... 48

ตาราง

หน้า

3.22	ความเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับที่จอดรถและความปลอดภัยของรถยนต์.....	49
3.23	ชนิดสินค้าที่สมาชิกชอบ.....	52
3.24	คุณภาพและราคาสินค้าที่สมาชิกชอบ.....	53
3.25	แหล่งผลิตสินค้าที่สมาชิกชอบใช้.....	54
3.26	การรับรู้ของสมาชิกต่อการโฆษณาของสหกรณ์.....	56
3.27	สื่อโฆษณาที่สมาชิกเห็นโฆษณาของสหกรณ์.....	56
3.28	ผลของการโฆษณา.....	57
3.29	ความสนใจของสมาชิกที่มีต่อสินค้าลดราคาของสหกรณ์.....	58
3.30	พฤติกรรมกาซื้อของสมาชิกที่มีต่อการแถมบัตรสมาชิกคูปองหรือบัตร빙ไซด	59
3.31	ความเห็นของสมาชิกที่มีต่อราคาสินค้าของสหกรณ์.....	61
3.32	พฤติกรรมกาซื้อของสมาชิกที่มีต่อราคาสินค้าสหกรณ์ที่สูงกว่าราคาท้องตลาด	62
3.33	ความเห็นของสมาชิกที่มีต่อการตั้งราคาสินค้าแบบไม่มีการต่อรอง.....	63
3.34	ความเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า.....	64
3.35	การรับรู้ของสมาชิกที่มีต่อบริการของสหกรณ์.....	65
3.36	ความเห็นของสมาชิกที่มีต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า.....	66
3.37	ความเห็นของสมาชิกที่มีต่อการมีสินค้าให้เลือกมาก.....	68
3.38	ความเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับป้ายบอกราคาสินค้า.....	69
3.39	ความเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับความช่วยเหลือของพนักงานขาย.....	69
3.40	ความเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับความเป็นกันเองของพนักงานขาย.....	70