

รายงานการวิจัยโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ

โครงการมินิบิ๊กซี

เขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอภักดีชุมพล

จังหวัดปราจีนบุรี

จัดทำโดย

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



คำนำ

สภาพสังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่ไม่ได้หยุดนิ่ง มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสนองความต้องการของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้การดำเนินธุรกิจจึงมีการแข่งขันสูงในตลาด จึงทำให้บริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการจะเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิ บิ๊กซี” ในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างประหยัด คุ่มค่า อันการขยายตัวในด้านของการเปิดให้บริการต่อประชาชน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนได้มีทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของพื้นที่นั้น ๆ กำหนดให้จะต้องมีการทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนหรือลูกค้าในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพื้นที่ใกล้เคียงในบริเวณพื้นที่ ที่บริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการจะเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิ บิ๊กซี” มีโครงการเปิดให้บริการประชาชนผู้รับบริการ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับความคิดเห็น ความพึงพอใจของประชาชนในการมาใช้บริการ สาธารณะจากการให้บริการทั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และบริการจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เนื่องจากความคิดเห็น และความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ มีบทบาทต่อการพัฒนาการให้บริการที่ดี สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างคุ้มค่าในเขตพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อที่จะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถปฏิบัติหน้าที่ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสัมฤทธิ์ผล จำเป็นต้องมีการสำรวจความคิดเห็น การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการ โดยตรง

การศึกษาในครั้งนี้ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งได้รับความไว้วางใจจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และบริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) นับว่าเป็นเกียรติอย่างยิ่ง กอปรกับมีความยินดีที่ได้ร่วมมือทางด้านวิชาการ ซึ่งเป็นภารกิจที่สำคัญของมหาวิทยาลัยบูรพาในการบริการวิชาการ ที่ตั้งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นกลาง โดยมีการรายงานผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก จาก "Web metrics Ranking of world universities" ปี 2007 – 2010 มหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในอันดับที่ 8 ของประเทศไทย และอันดับที่ 21 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Rank : Thailand/ South East Asia/ World) ได้เข้าดำเนินการสำรวจความคิดเห็น การประเมินผลสำรวจความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ ในภาพรวมของผลการศึกษานี้ อันจะก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การบริหารหน่วยงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นับว่าประชาชนเจ้าของเงินที่เสียภาษี จะได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง ตรงกับความความต้องการต่อไป

#b00251160

14 ส.ค. 2561

3785 11

คณะผู้วิจัย

พ.ศ. 2555

เริ่มบริการ

-7 ก.พ. 2562

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
บทนำ	1
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิดการศึกษ	
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	6
แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	7
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ	10
ธุรกิจค้าปลีก ร้านค้าส่ง	15
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
วิธีการดำเนินงานวิจัย	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ผลการศึกษา	37
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	48
ข้อเสนอแนะ และแนวทางของความคิดเห็น	50



บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิบิ๊กซี” ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอภินทรบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ในท้องถิ่น ไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการประชาชนได้ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกในด้านการให้บริการประชาชน และด้านอื่น ๆ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน ของบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ให้สนองความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ในด้านการอำนวยความสะดวกอย่างแท้จริงต่อประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ให้ธุรกิจค้าปลีกตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล

โดยมีวิธีการ ศึกษาระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการศึกษาวิจัย ใช้การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Research) ร่วมด้วย คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth Interview) ประกอบกัน ด้วยเพื่อให้ความสมบูรณ์ของการวิจัยมีมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชน ควรอนุญาต มีจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 ที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 (รายละเอียดดังตาราง)

ท่านคิดว่าเทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ควรอนุญาต	321	80.25
ไม่ควรอนุญาต	41	10.25
ไม่มีความเห็น	38	9.50
รวม	400	100.00



**ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการร้านสะดวกซื้อ
โครงการมินิบิ๊กซี ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี**

1. ควรจัดรายการของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม
2. ควรจัดพื้นที่สำหรับที่จอดรถให้เหมาะสม
3. ควรมีการรักษาความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
4. ในบริเวณที่จะตั้ง ไม่กว้างขวางควรจัดสรรสถานที่ให้เหมาะสม
5. ควรมีตู้เอทีเอ็มเพื่อบริการลูกค้าให้เพียงพอ
6. ควรมีกลิ้งวงจรปิดเพื่อรักษาความปลอดภัย



รายงานการวิจัยโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อ การเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิบิ๊กซี ”

ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอภินทรบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

1. บทนำ

ในยุคของโลกไร้พรมแดน หรือ ที่เรียกว่ายุค โลกาภิวัตน์ (Globalization) การไหลเข้าของระบบทุนนิยมจากประเทศพัฒนาแล้วมาสู่ประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายเป็นเรื่องที่ยากจะหลีกเลี่ยงได้สำหรับโลกของระบบการค้าเสรี การไหลเข้าของระบบทุนนิยมไม่เพียงนำมาซึ่งเม็ดเงินลงทุนจำนวนมาก แต่ยังนำไปสู่การพัฒนาทั้งในเรื่องของเทคโนโลยี และความรู้ความชำนาญเข้ามาพร้อมกัน ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ของไทย ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับแรงกระแทกของระบบทุนนิยมเสรี จากเดิมที่รูปแบบการค้าขายแบบง่ายๆ ในรูปของร้านชำ ตลาดสด ได้พัฒนามาเป็นรูปแบบห้างสรรพสินค้า ห้างดีสคานส์ไฮเปอร์ ร้านสะดวกซื้อที่เปิด 24 ชม. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการผลิตการจัดจำหน่าย และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาดของระบบทุนนิยม หากสังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมที่ไม่ได้หยุดนิ่งนั้น ได้มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งในด้านการเมือง สังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การสื่อสารคมนาคม การแข่งขัน การตลาด องค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาประเทศชาติที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงมีการแข่งขันกันสูงในตลาด เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างพึงพอใจ จึงทำให้ร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ ต้องมีความทันสมัย สะดวก ครบครัน โดยสามารถบริการได้ในจุดเดียวเกิดขึ้นมาแทนร้านค้าปลีกค้าส่งแบบเก่า โดยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของห้างเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทอาหารจานด่วน สั่งเร็วได้เร็ว สะดวก โดยทำเลที่ตั้งของห้างจะตั้งในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เดินทางสะดวก เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งจึงเป็นธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาท และความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และของโลก จึงได้รับการจัดให้เป็นหนึ่งในสาขาการให้บริการที่ผูกพันในการเปิดเสรีภายใต้การตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement



on Trade in Service GATS) ธุรกิจค้าปลีก ที่พัฒนาเปลี่ยนจากร้านค้าเล็ก ๆ เป็นขนาดใหญ่ ต้นทุนดำเนินงานสูงกว่ารูปแบบเดิม การบริหารงานเป็นระบบมากขึ้น และใช้บุคลากรดำเนินการเป็นจำนวนมาก รูปแบบธุรกิจค้าปลีกภายใต้ระบบทุนนิยมจากชาติตะวันตก มุ่งที่จะแสวงหากำไรสูงสุดผ่านทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้วยหลักแนวคิดดังกล่าวทำให้แวดวงธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ในไทยมีการพัฒนาเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

ดังนั้นบริษัทบีคซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) จึงมีโครงการมินิบิ๊กซี ในเขตพื้นที่ต่างๆ ซึ่งสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างประหยัด สะดวก เหมาะสม คุ่มค่า และเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ โดยการขยายตัวในด้านของการเปิดให้บริการต่อประชาชนเพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนได้มีทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของพื้นที่นั้น ๆ กำหนดให้จะต้องมีการทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพื้นที่ใกล้เคียงในบริเวณพื้นที่ที่บริษัทบีคซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ จึงทำให้มีความจำเป็นที่ต่อถามประชาชนก่อน ที่จะทำการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ ซึ่งบริษัท บีคซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของ "ไฮเปอร์มาร์เก็ต" หรือ "ซูเปอร์เซ็นเตอร์" ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้การบริหารงานโดย บริษัท บีคซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ปัจจุบันบีคซีแบ่งเป็น บีคซี จัมโบ้ จำนวน 1 สาขา บีคซี เอ็กซ์ตรา จำนวน 16 สาขา บีคซี จำนวน 92 รวมเป็นสาขาเปิดให้บริการทั้งสิ้น 109 สาขา แยกเป็นสาขาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 49 สาขา สาขาในต่างจังหวัด 60 สาขา ชื่อของ "บีคซี" สะท้อนถึงปัจจัยที่เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจของบีคซี รวมทั้งยังเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จของบีคซี ด้วยบุคลากรมากกว่า 16,000 คน บีคซีพร้อมมอบประสบการณ์ในการจับจ่ายสินค้าที่สนุกสนานในราคาประหยัดท่ามกลางบรรยากาศการซื้อสินค้าที่สะดวกสบาย ภายใต้ปรัชญาที่มุ่งเน้นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า นอกจากนี้ บีคซียังมีบริการที่หลากหลายและแตกต่างเพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้สัมผัสประสบการณ์การซื้อสินค้าแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One-Stop-Shopping) อีกด้วย

ธุรกิจของบีคซี ธุรกิจซูเปอร์เซ็นเตอร์ พื้นที่ส่วนใหญ่ในห้างบีคซีจะเป็นพื้นที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพและราคาประหยัด โดยแบ่งหมวดสินค้าออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้



อาหารสด: จำหน่ายเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลไม้ ผักสด อาหารทั้งแบบพร้อมปรุงและพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์นม เบเกอรี่ และเครื่องเทศต่างๆ อาหารแห้ง: จำหน่ายเครื่องปรุงอาหาร เครื่องดื่ม น้ำอัดลม สุรา ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาหารสัตว์ และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย: จำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องตกแต่งสำหรับบุรุษ สตรี เด็ก และทารก รวมถึงรองเท้า และกระเป๋าด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้า: จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านหลากหลายชนิด เครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับงานครัว เครื่องเสียง เทป ซีดี เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สำหรับคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในบ้าน: จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว เครื่องใช้พลาสติก ของตกแต่งบ้าน เครื่องนอน อุปกรณ์ซ่อมแซมและบำรุงรักษาบ้าน อุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์กีฬา และของเล่นต่างๆ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น มหาวิทยาลัยบูรพา ตั้ง ณ เลขที่ 169 ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยสำนักบริการวิชาการ ได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการประเมินผลความคิดเห็นของประชาชนในระดับท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเกิดธุรกิจค้าปลีกในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด มีโครงการจะเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ โครงการมินิบิ๊กซี ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ดังนั้นเพื่อสามารถสนองตอบต่อความต้องการประชาชนอย่างแท้จริง โดยได้ตระหนักในการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน จึงได้ประสานงานทั้งมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เป็นกลางในการบริหารงาน และมีผลงานการวิจัยเป็นที่ยอมรับ และประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการทำวิจัยการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ โครงการมินิบิ๊กซี ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สุขโดยรวมของประชาชนในท้องถิ่นต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการประชาชนได้ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง
- 2.2 เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกในด้านการให้บริการประชาชน และด้านอื่น ๆ
- 2.3 เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน ของบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ให้สนองความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น



2.3 เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน ของบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ให้สนองความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.4 เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ ในด้านการอำนวยความสะดวกอย่างแท้จริงต่อประชาชนในท้องถิ่น

2.5 เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ให้ ธุรกิจค้าปลีกตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล

3. ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิบิ๊กซี” ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอภินทรบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการประชาชนได้ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง

4.2 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อธุรกิจค้าปลีก ในด้านการให้บริการประชาชน และด้านอื่น ๆ

4.3 ผลการศึกษาสามารถนำไปปรับปรุงการดำเนินการ ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องการปรับลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ได้สนองความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.4 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงผลการสำรวจที่สามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการอำนวยความสะดวกต่อประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

4.5 ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าจะให้ธุรกิจค้าปลีก ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของท้องถิ่น ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล



5. นิยามศัพท์

5.1 ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง โครงการมินิบิ๊กซี (บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน)

5.2 ความคิดเห็นของประชาชน หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการ ร้านสะดวกซื้อ โครงการมินิบิ๊กซี

5.3 การบริการ หมายถึง การให้บริการของร้านสะดวกซื้อ โครงการมินิบิ๊กซี

5.4 การสำรวจ หมายถึง การศึกษา เรียนรู้ สอบถาม ขอความคิดเห็น ทั้งในด้านบวก (Positives) และด้านลบ (Negatives) จากประชาชนผู้ให้ข้อมูล

5.5 ประชาชน หมายถึง ลูกค้า บุคคล กลุ่มคน ชุมชน ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของการให้บริการ ของร้านสะดวกซื้อ โครงการมินิบิ๊กซี

5.6 “บิ๊ก” (Big) หมายถึง พื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ สำหรับลูกค้า และยังครอบคลุมไปถึงความหลากหลายของสินค้าที่บิ๊กซีคัดสรรมาจำหน่าย โดยบิ๊กซีมีสินค้ามากกว่า 100,000 รายการ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า

5.7 “ซี” (C) หมายถึง ลูกค้าผู้ให้การสนับสนุนบิ๊กซีด้วยดีเสมอมา

5.8 “มินิบิ๊กซี” คือ ร้านสะดวกซื้อ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ภายใต้การบริหาร ของบิ๊กซี จำหน่ายสินค้าที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน รวมทั้งเนื้อสัตว์ ผักและผลไม้สด โดยร้าน มินิบิ๊กซีจะตั้งอยู่ในทำเลกลางย่านชุมชน ให้ใกล้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิดการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ศึกษาดำรง เอกสาร แนวคิด ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. ธุรกิจการค้าปลีก ร้านค้าส่ง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

พิทักษ์ ทรุษิม (2538 : 24) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

Vroom (1964 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม : 2538 : 22) กล่าวว่า ทัศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Wolman (1973 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก (feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ชรินิ เดชจินดา (2530 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง



ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในลักษณะใกล้เคียง และสัมพันธ์กันหลายแนวคิด คือ ทศนคติหรือเจตคติแรงจูงใจและการรับรู้

2. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.1.1 ความหมายของความคิดเห็น

ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้หลายท่าน ดังนี้

ความคิดเห็น (opinion) ตามรากศัพท์จากพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

- 1) ข้อพิจารณาเห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบ ถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม
- 2) ทศนะหรือประมาณการที่เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหนึ่ง เช่น ทศนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของนโยบายวางแผนครอบครัว
- 3) คำแถลงของผู้ที่ยอมรับนับถือกันว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อปัญหาที่มีผู้มาขอปรึกษา

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกซึ่งวิจรรณญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง ทศนคติของบุคคล ในขณะที่ทศนะคติแสดงความรู้สึกทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งความคิดเห็นเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ

วีระชัย กงคะจันทร์ (2524) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า หมายถึงการแสดงออกของทศนคติโดยการพูด

สุชา จันทน์เอม (2524) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่ง แต่เป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทศนคติ คนเรามักจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทศนคติ

สุรางค์ จันทน์เอม (2525) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ (perceive) ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะมีหลักฐานอ้างอิงหรือไม่ หรืออาจเห็นด้วยตาม ทศนคติคือการที่บุคคลมีความรู้สึกทั่ว ๆ ไปต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนความคิดเห็นคือการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ



โยธิน ศันสนยุทธร และจุมพล พูลภัทรชีวัน (2529) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal expression) เกี่ยวกับทัศนคติค่านิยมและความเชื่อถือ ความคิดเห็นดังกล่าวอาจประกอบด้วย องค์ประกอบทางอารมณ์หรือทางพฤติกรรมด้วยก็ได้

จุมพล นิภาเกษม (2536) กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึงความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยอาศัยพื้นฐานประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออก

ภูวดล จันทรศร (2539) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีการแสดงออกที่สามารถสังเกตได้และการแสดงความคิดเห็นของบุคคลหนึ่งบุคคลอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าความคิดเห็นมีความหมายใกล้เคียงกับทัศนคติมากไม่สามารถแยกออกจากกันได้คือ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออกด้วยการพูดหรือการเขียนที่มีลักษณะเป็นการลงมติหรือตีความซึ่งอาจเป็นลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ความคิดเห็นอาจไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ก็ได้

2.1.2 การวัดความคิดเห็น

เนื่องจากความคิดเห็นและทัศนคติมีความหมายและลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นการวัดความคิดเห็นจึงใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายในและไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติอย่างไร ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก และมีวิธีการวัดหลาย ๆ อย่างด้วยกัน (นีออน กลิ่นรัตน์, 2525)

1.) การรายงานตนเอง

เป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัด รายงานตนเองถึงความรู้สึก ทำที่ต่อสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นไปในรูปทางบวกหรือทางลบ ไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความคิด ความรู้สึก หรือด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียง ดี-ไม่ดี สนับสนุน-คัดค้าน เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย มาตรฐานวัด ทัศนคติแบบนี้แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น มาตรฐานวัดของลิเคิร์ต (Likert-type scales) ได้สร้างมาตรฐานวัด ทัศนคติ โดยพัฒนามาจาก ของ Thurstone มีข้อความทั้งทางบวกและทางลบปะปนกัน ส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินว่า ข้อความใดตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรฐานวัดแบบนี้มักพบว่าผู้ตอบที่ช่องไม่มีความเห็นเป็นส่วนมาก จึงมี



การใช้คำว่า เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย และไม่เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่าเฉย ๆ เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบได้

2.) การสังเกตพฤติกรรม

การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคลเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลได้ ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม

นอกจากนั้นอาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ต่อไปนี้เพื่อวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นได้แก่

ก. การใช้วิธีการกึ่งสะท้อนภาพ เช่น การให้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่มองเห็นไม่ชัดเจน หรือให้เติมคำหรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่งทีนี้ก็ขึ้นได้ทันทีหลังจากที่เสนอคำที่ต้องการวัด

ข. ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย คือการเลือกคำตอบจากแบบทดสอบแบบปรนัย ในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่ถูกต้องไว้ด้วย

ค. การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เนื่องจากว่าขณะที่ร่างกายเกิดอารมณ์จะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนองของผิวหนัง การวัดจากอัตราการเต้นของหัวใจ การบีบตัวของหลอดเลือด การหดและการขยายตัวของม่านตา สิ่งเหล่านี้จะทำให้รู้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติ แต่ไม่สามารถบอกทิศทางว่าเป็นไปในทางลบหรือทางบวก

ง. การวัดด้วยการแสดงออกทางใบหน้า แบบนี้แบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นอาการของปาก กล่าวคือ ถ้าริมฝีปากโค้งขึ้นก็แสดงว่ามีความเห็นด้วย ถ้าริมฝีปากอยู่ในระดับแนวราบหรือปกติแสดงว่า ไม่แสดงความคิดเห็นหรือไม่แน่ใจ แต่ถ้าริมฝีปากโค้งงอลงล่างแสดงให้เห็นว่าไม่เห็นด้วย

การวัดทัศนคติส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบรายงานตนเอง เพราะสามารถจัดเก็บข้อมูลได้จากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งแบบสัมภาษณ์ ที่มีลักษณะคำถามไว้ให้เลือกตอบ และลักษณะคำถามที่ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ หรืออาจใช้แบบสอบถามซึ่งสามารถใช้ได้รวดเร็วข้อมูลที่ได้นำไปอธิบายได้กว้างขวาง แต่มีข้อจำกัด เพราะอาจได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริงกับพฤติกรรมของเขา เนื่องจากบุคคลเกิดความระมัดระวังในการตอบแบบสอบถาม เพราะฉะนั้นการวัดทัศนคติจึงควรใช้หลาย ๆ วิธีประกอบกันเพื่อช่วยเสริมข้อบกพร่องในวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น



3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

1. การให้บริการสาธารณะ ปฐม มณีโรจน์ (อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 30) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า เป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่าประกอบด้วย ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2536 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 32) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะคือ การที่บุคคลกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะซึ่งอาจจะป็นของรัฐหรือเอกชนมีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม

ชวงส์ ฉายะบุตร (2536 : 11 – 14) ได้เสนอหลักการให้บริการในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่า จะต้องเป็นตามหลักการ

1. ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรับในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผนและมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้คือ

1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อกับราษฎรจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

1.3 จากการที่ข้าราชการมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลพินิจ และมีกฎระเบียบเป็นเครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น ความไม่เต็มใจที่จะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจเมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญซึ่งมีลักษณะดังนี้คือ



1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

2. การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก โดยพยายามให้ผู้บริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว

3. ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตนมีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็นหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ **สังคมปัจจุบัน** เป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือความล่าช้า ซึ่งในด้านหนึ่งหนึ่งเป็นความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการขาดการกระจายอำนาจหรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้น เพราะขาดการพัฒนางานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าและเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้น ระบบราชการจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้นซึ่งอาจกระทำได้นับ 3 ลักษณะคือ

1. การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของคน

2. การกระจายอำนาจ หรือ มอบอำนาจให้มากขึ้นและปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

3. การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

อนึ่ง การพัฒนาความรวดเร็วในการให้บริการเห็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย เช่น การแจกจ่ายน้ำสำหรับหมู่บ้านที่ประสบภัยแล้งนั้น หน่วยราชการไม่จำเป็นที่จะต้องรอให้มีการร้องขอ แต่อาจนำน้ำไปแจกจ่ายให้แก่หมู่บ้านเป้าหมายล่วงหน้าได้เลย การพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนให้บริการ เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ และการพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนภายหลังการให้บริการ เช่น การรายงานการติดตามผล การจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้วงจรขอรับการให้บริการสามารถดำเนินการต่อเนื่องไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การให้บริการในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน ซึ่งจะต้อง



มีการจัดส่งเอกสารหลักฐานให้ส่วนกลางเพื่อจัดทำบัตรการแจ้งย้ายปลายทาง ซึ่งสำนักทะเบียนปลายทางจะต้องรอการยืนยันหลักฐานทางการทะเบียนจากสำนักทะเบียนต้นทาง เป็นต้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนักซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียว หรือไม่เกิน 2 ครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

นอกจากนี้ การให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ ยังหมายถึงความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย แม้ว่าผู้มาขอรับบริการ ก็ควรที่จะให้คำแนะนำและพยายามให้บริการในเรื่องนั้นๆ ด้วย เช่น มีผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่า บัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้นหมดอายุแล้ว ก็ดำเนินการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนให้ใหม่ เป็นต้น

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้น จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ขอมรับพึงเหตุผล คำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

5. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้อย่างยิ่งขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการบริการนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็โดยการพัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่า ตนมีหน้าที่ในการให้บริการและเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ

6. ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชน โดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข ดังนี้



1. การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกันและได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการ

2. การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงคนกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้บริการตามสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับ เช่น การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ต่าง ๆ เป็นต้น การลดเงื่อนไขในการรับบริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการ เช่น การออกบัตรสงเคราะห์ในการรักษาพยาบาลให้แก่ ผู้รายได้น้อย การเรียกเก็บค่าปรับในอัตราที่ต่ำที่สุดตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการ ไม่มีเจตนาที่จะเล็งการปฏิบัติตามกฎหมาย แต่เป็นเพราะขาดข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่า ความเสมอภาคที่จะได้รับบริการที่จำเป็นจากรัฐ

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package Service เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

Milet (อ้างใน พิทักษ์ ตรีษิต, 2538 : 33) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทางคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timeiy Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา การปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน



3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ampie Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location) มีลักษณะเห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Verma (อ้างใน พิทักษ์ ตรีหิม, 2538 : 33) การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการ และได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องขอรับบริการ

2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งการเดินทาง

3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้ยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของบริการซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

การบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดขึ้น เพื่อสนองความต้องการของประชาชน ฝ่ายปกครองหมายถึง ฝ่ายบริหารที่รวมถึงข้าราชการทุกส่วนกลาง ภูมิภาคและท้องถิ่น ที่มีหน้าที่จะต้องจัดทำบริการสาธารณะให้แก่ประชาชน (ประยูร กาญจนกุล, คำบรรยายกฎหมายปกครอง, 2523) โดยมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นกิจกรรมที่อยู่ในการควบคุมของรัฐ

2. มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน



3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการสาธารณะ ย่อมแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. ต้องจัดดำเนินการ โดยสม่ำเสมอ
5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

4. ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง

หลักการประกอบธุรกิจสมัยใหม่

4.1. ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึงความพยายามของผู้ประกอบการที่จะผลิตหรือซื้อขายสินค้า (Products) หรือบริการ (Services) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม (ลูกค้า) โดยหวังที่จะได้ผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงในการขาดทุนหรือไม่ได้ผลกำไรตามต้องการ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องทุ่มเทเวลา ความพยายามและเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency)

4.2. ประเภทของธุรกิจ

แบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) **ธุรกิจการผลิต (Manufacturing Business)** หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแปรรูป (Transforming) วัตถุดิบให้เป็นสินค้า เช่น ธุรกิจการผลิตอาหาร ธุรกิจการทอผ้า ธุรกิจการผลิตรถยนต์ เหล่านี้เป็นต้น

(2) **ธุรกิจบริการ (Service Business)** หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการลูกค้า เช่น ธุรกิจการเงิน ธนาคาร ร้านค้า ศูนย์การค้า ธุรกิจการบิน ธุรกิจการท่องเที่ยว เหล่านี้เป็นต้น

(3) **ธุรกิจการค้า (Trading Business)** หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ-ขายสินค้า หรือเป็นคนกลางในการซื้อขายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจการค้าปลีก ธุรกิจการค้าส่ง เหล่านี้เป็นต้น



4.3. รูปแบบของการประกอบธุรกิจ

อาจจะแบ่งรูปแบบของการประกอบธุรกิจออกเป็น 6 แบบ คือ

(1) **กิจการเจ้าของเพียงคนเดียว (Sole Proprietorship)** หมายถึง ธุรกิจที่เจ้าของและดำเนินการ โดยคนเพียงคนเดียวเป็นธุรกิจซึ่งสามารถจัดตั้งและดำเนินการ ได้เองเพียงคนเดียว แต่ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายถ้าดำเนินการในกรุงเทพมหานครจะต้องขออนุญาตประกอบการค้าที่กระทรวงพาณิชย์หากอยู่ในต่างจังหวัดจะต้องขออนุญาตทำการค้า ณ ที่ทำการพาณิชย์กรมจังหวัดนั้น ๆ กิจการที่ดำเนินการ โดยเจ้าของคนเดียวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ กิจการขายปลีก ร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านขายกล้วยเดี่ยว เหล่านี้เป็นต้น

(2) **ห้างหุ้นส่วน (Partnership)** ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1012 บัญญัติว่า “อันสัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงกันเพื่อกระทำการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งผลกำไรพึงได้แก่กิจการที่กระทำนั้น” ห้างหุ้นส่วนจึงเป็นการประกอบการของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และแบ่งห้างหุ้นส่วนออกเป็น 2 ชนิด คือ

1) **ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership)** หมายถึงห้างหุ้นส่วนที่ทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกัน โดยเฉพาะหนี้ทั้งปวงโดยไม่จำกัด ห้างหุ้นส่วนประเภทนี้จะ จดทะเบียนหรือไม่จดทะเบียนก็ได้ ซึ่งอาจจะเพียงแต่แสดงด้วยวาจา หรือ ลายลักษณ์อักษรว่าเป็นห้างหุ้นส่วนกัน

2) **ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership)** หมายถึง ห้างหุ้นส่วน ซึ่งมีหุ้นส่วนมีสองจำพวกคือ

- เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งจำกัดความรับผิดชอบไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับหรือลงทุนในห้างหุ้นส่วนนั้น

- เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคน ซึ่งต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้ของห้างหุ้นส่วน ไม่จำกัดจำนวน

ห้างหุ้นส่วนจำกัดต้องจดทะเบียนให้หุ้นส่วนรับผิดชอบเฉพาะวงเงินที่ระบุไว้ หากไม่จดทะเบียนจะถือว่ารับผิดชอบทั้งหมดหรือไม่จำกัดจำนวนดังกล่าว

การจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัดควรมีสาระสำคัญดังนี้

- ชื่อห้างหุ้นส่วน
- ข้อความที่แสดงว่าเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด
- วัตถุประสงค์ของห้างหุ้นส่วน



- ที่ตั้งสำนักงาน/ห้างร้าน และสาขา
- ชื่อ ที่อยู่ และอาชีพของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน
- ชื่อ ผู้จัดการ
- ชื่อจำกัดอำนาจของห้างหุ้นส่วน
- ตราสำคัญของห้างหุ้นส่วน

(3) บริษัทจำกัด (Corporation)

บริษัทจำกัด หมายถึงบริษัทที่ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบหนี้สินเฉพาะจำนวนจำกัดที่จดทะเบียนไว้ อาจจะแบ่งบริษัทจำกัดได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) **บริษัทเอกชน จำกัด (Company Limited, Co., Ltd)** หมายถึง บริษัทจำกัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1096 ซึ่งบัญญัติว่า “อันว่าบริษัทจำกัดนั้น คือ บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น ซึ่งมีมูลค่าเท่า ๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ” มาตรา 1097 บัญญัติว่า “บุคคลใด ๆ ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปจะเริ่มก่อการและตั้งเป็นบริษัทจำกัดก็ได้ ด้วยการเข้าชื่อกันทำหนังสือบริคณห์สนธิและกระทำการอย่างอื่นตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้

2) **บริษัทมหาชน (Public Company)** หมายถึงบริษัทมหาชนที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 ซึ่งมาตรา 15 บัญญัติว่า “บุคคลธรรมดาตั้งแต่สิบห้าคนขึ้นไปจะเริ่มจัดตั้งบริษัทมหาชนจำกัดได้โดยจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิและปฏิบัติการอย่างอื่นตามพระราชบัญญัตินี้

การจัดตั้งบริษัทเอกชน จำกัด หรือบริษัทมหาชน จำกัด ควรมีสาระสำคัญดังนี้

- ชื่อบริษัท
บริษัทเอกชน จำกัด ต้องมีคำว่า “จำกัด” ไว้ปลายชื่อเสมอ
บริษัทมหาชน จำกัด ต้องมีคำว่า “มหาชน” ไว้ปลายชื่อเสมอ
- ที่ตั้งสำนักงาน
- วัตถุประสงค์ของบริษัท
- ต้องมีถ้อยคำที่แสดงว่า ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบ จำกัด
- จำนวนทุนเรื่องหุ้น ซึ่งแบ่งออกเป็นมูลค่าหุ้นละเท่าไรก็ได้ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 5 บาท



- ชื่อบริษัทและลายมือชื่อของบรรดาผู้เริ่มก่อการและจำนวนหุ้นที่เริ่มก่อการแต่ละคน
- คณะก่อตั้งตามกฎหมาย 7 คนขึ้นไปสำหรับบริษัทเอกชน จำกัด และ 15 คนขึ้นไปสำหรับบริษัทมหาชน จำกัด

เมื่อจัดตั้งบริษัทแล้ว ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

- สำหรับบริษัทเอกชน จำกัด จัดให้มีผู้ถือหุ้นจนครบจำนวนทั้งหมด และบริษัทมหาชน จำกัด จัดให้มีผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่กำหนดไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ
- จัดให้มีการประชุมจัดตั้งบริษัท ซึ่งถือเป็นการประชุมครั้งแรก เพื่อตกลงเรื่องเกี่ยวกับ
- ระเบียบข้อบังคับของบริษัท
- ให้สัตยาบันแก่บรรดาสัญญาซึ่งผู้เริ่มก่อการทำไว้
- ค่าใช้จ่ายที่ออกไปในการเริ่มก่อตั้งบริษัท
- กำหนดจำนวนเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิ
- กำหนดจำนวนหุ้นสามัญ
- เลือกตั้งกรรมการ
- แต่งตั้งคณะกรรมการและรับมอบการทั้งปวงจากผู้เริ่มก่อการ
- คณะกรรมการดำเนินการเรียกหุ้น โดยบริษัทเอกชน จำกัด กฎหมายกำหนดให้เรียกหุ้นครั้งแรกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ส่วน บริษัทมหาชน จำกัด ต้องชำระครั้งเดียวครบ และให้ธนาคารเป็นผู้ดำเนินการ

ประเภทของหุ้นของบริษัทจำกัด ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

หุ้นสามัญ (Common Stock) หมายถึง หลักทรัพย์ที่แสดงความเป็นเจ้าของบริษัทจำกัด ซึ่งมีสิทธิได้ส่วนแบ่งจากผลกำไรในรูปของเงินปันผล และผู้ถือหุ้นสามัญถือเป็นเจ้าของบริษัท และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน 1 เสียง ต่อ 1 หุ้น และมีสิทธิมอบฉันทะให้ผู้อื่นไปออกเสียงแทนได้



หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Stock) หมายถึงหุ้นที่มีลักษณะถึงเจ้าของและถึงเจ้าหนี้ ไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น แต่มีสิทธิเหนือผู้ถือหุ้นสามัญในการรับเงินปันผล และรับคืนทุนเมื่อบริษัทเลิกกิจการก่อนผู้ถือหุ้นสามัญ แบ่งหุ้นบุริมสิทธิออกเป็น 3 ชนิดคือ

- หุ้นบุริมสิทธิชนิดสะสม-สะสมเงินปันผลในปีถัดไป
- หุ้นบุริมสิทธิชนิดไม่สะสม-ถ้าได้กำไรไม่เพียงพอสามารถยกเลิกเงินปันผลได้
- หุ้นปรับสิทธิชนิดรวมรับ-ร่วมรับเงินปันผลกับผู้ถือหุ้นสามัญได้

(4) ธุรกิจขนาดย่อม (Small and Medium Business)

ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการโดยบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลโดยบริหารด้วยตนเองโดยเงินทุนไม่มากนัก เช่น Schermerhorn¹ ให้ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึงธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 500 คน เป็นธุรกิจที่เจ้าของมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเองและไม่เป็นธุรกิจนำ (Leading Business) ในธุรกิจประเภทเดียวกัน ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรม² ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อมว่า เป็นวิสาหกิจการผลิต หรือ โรงงานที่มีทุนจดทะเบียนหรือลงทุนซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ต่าง ๆ ต่ำกว่า 200 ล้านบาท ถ้าเป็นภาคบริการลงทุนต่ำกว่า 200 ล้านบาท ถ้าเป็นภาคการค้าส่งลงทุนต่ำกว่า 100 ล้านบาท และถ้าเป็นการค้าปลีกลงทุนต่ำกว่า 60 ล้านบาท ถือเป็นธุรกิจขนาดย่อม ปัจจุบัน (2546) ประเทศไทยมีโรงงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนกับกระทรวงอุตสาหกรรมอยู่ประมาณ 135,000 โรงงาน ประมาณร้อยละ 95 หรือ ประมาณ 128,250 โรงงาน เป็นธุรกิจขนาดย่อม และประมาณว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 0.8 พันล้านบาท และมีการจ้างแรงงานกว่า 4.0 ล้านคน

ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

(1) ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) เป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปวัตถุดิบไปเป็นสินค้า ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

- ธุรกิจการผลิตเกี่ยวกับการเกษตร เช่น การปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ทำสวนผลไม้ สวนผัก
- ธุรกิจร้านอาหาร เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านข้าวแกง ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ ภัตตาคาร ร้านฟาสต์ฟู้ด ฯลฯ
- ธุรกิจโรงงาน เช่น โรงงานผลิตน้ำตาล ผลิตปุ๋ย ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ทำรูป โรงงานน้ำแข็ง โรงงานอาหารกระป๋อง ฯลฯ
- ธุรกิจหัตถกรรมและงานศิลปปะใช้ฝีมือ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ดอกไม้ประดิษฐ์



ของขวัญ ของชำร่วย ทำป้ายโฆษณา ฯลฯ

- ธุรกิจอื่น ๆ เช่น ร้านขายต้นไม้ ร้านถ่ายรูป ทำเหล็กตัดและมุ้งลวด ทำเฟอร์นิเจอร์

ฯลฯ

(2) **ธุรกิจค้าส่ง (Wholesale)** เป็นธุรกิจการเป็นพ่อค้าคนกลาง ซื้อสินค้าจากแหล่งผลิต มาขายส่งให้กับผู้ขายสินค้า เช่น ค้าส่งอะไหล่รถยนต์ ค้าส่งยา ค้าส่งเหล็ก ค้าส่งบุหรี ฯลฯ

(3) **ธุรกิจค้าปลีก (Retailing)** เป็นธุรกิจซื้อสินค้าไปขายให้กับลูกค้าโดยตรง และเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 กลุ่ม คือ

ร้านค้าปลีกสายเดียว (Single-Line store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าหลายประเภท แต่ต่างก็มีความสัมพันธ์กัน เช่น ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายรองเท้า ร้านขายน้ำหอม ฯลฯ

ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าชนิดเดียว แต่อาจจะหลายแบบ (styles) เช่น ร้านขายเนคไท ร้านขายรองเท้ากีฬา ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

ร้านค้าปลีกสินค้าเบ็ดเตล็ด (Variety store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้ามากมายหลายชนิด โดยแต่ละชนิดมีจำนวนน้อย เช่น ร้านขายของชำ ร้านโชว์ห่วย ฯลฯ

ห้างสรรพสินค้า (Department store) หมายถึงร้านขายปลีกขนาดใหญ่ มีสินค้ามากมายหลายชนิด และมักจะแบ่งเป็นแผนก เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ฯลฯ

ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าตามสะดวก (Convenience store) หมายถึงร้านค้าที่ขายสินค้าหลายชนิด หลายประเภท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และอาจจะมียังอื่นด้วย และให้ลูกค้าบริการตัวเอง เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านสรรพสินค้าขนาดเล็ก (Minimart หรือ Ministore)

E-Commerce, E-mail Business เป็นการขายสินค้าโดยผ่าน Internet ซึ่งทำได้หลายอย่าง เช่น B2B (Business to Business) B2C (Business to Customer) C2B (Customer to Business) C2C (Customer to customer) ฯลฯ

(5) **ธุรกิจบริการ (Service)** เป็นธุรกิจที่ผลิตและขายบริการต่อเนื่องกัน และธุรกิจที่ไม่มีการผลิตแต่เพียงขายบริการ เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจการเงิน ฯลฯ ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 10 กลุ่ม คือ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการเงิน-การธนาคาร เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทเครดิต ฟองซิเออร์ โรงรับจำนำ ฯลฯ



- ธุรกิจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ได้แก่ หอพัก บ้านเช่า บ้านรับรอง โรงแรม รับสร้างบ้าน ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและพลาสมา เช่น โรงพยาบาล คลินิกแพทย์ สถานةที่ออกกำลังกาย นวดแผนโบราณ ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง เช่น รถประจำทาง รถแท็กซี่ รถบรรทุก รถไฟฟ้า รถใต้ดิน ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับความบันเทิง เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงภาพยนตร์ ในที่ลับ ค็อกเทลเลาจน์ ดิสโก้เธค ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยสถาบันการศึกษา ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับกีฬา เช่น สนามกอล์ฟ ยิงปืน วายน้ำ สนามเทนนิส สนามมวย ธุรกิจกีฬาฟุตบอล ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารและบริการข้อมูล เช่น สำนักงานนักสืบ บริษัทรับจ้างโฆษณา หนังสือพิมพ์ บริการ โทรศัพท์ทางไกล ฯลฯ
- ธุรกิจเกี่ยวกับการประกันภัยและคลังสินค้า เช่น การให้เช่าห้องเย็น เช่าโกดัง ประกันชีวิต ประกันภัย ประกันวินาศภัย ฯลฯ
- ธุรกิจเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม บริการกำจัดปลวก ซ่อมเครื่องยนต์ ซ่อมเครื่องไฟฟ้า ฯลฯ

(6) **ธุรกิจเหมืองแร่ (Mining)** เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่ วัตถุดิบจากพื้นดิน ทั้งเป็นโลหะและอโลหะ เช่น พอลอยด์ ฟอสเฟต ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ หินปูน แร่เหล็ก แร่สังกะสี แร่ทองคำ แร่เงิน ฯลฯ

4. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ หมายถึง **ความไม่แน่นอน (Uncertainty)** ในการเกิดปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและความสูญเสีย (Loss) ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน ความเสี่ยงทางธุรกิจจึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน และการสูญเสียซึ่งเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าความไม่แน่นอนเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ทำให้เกิดการสูญเสีย ซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ทั้งนี้เพราะความไม่แน่นอน ทำให้เกิดการสูญเสียโดยทั่วไปการสูญเสียเป็นผลมาจากความไม่แน่นอนหลายประการ ซึ่งอาจจะเขียนเป็น



ตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) ได้ดังนี้

	y	=	$a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+...+b_nx_n+e$
เมื่อ	y	=	การสูญเสีย
	x_1	=	ความไม่แน่นอน 1
	x_2	=	ความไม่แน่นอน 2
	x_3	=	ความไม่แน่นอน 3
	x_n	=	ความไม่แน่นอน n
	a	=	ค่าคงที่
	b_1	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 1
	b_2	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 2
	b_3	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 3
	b_n	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย n
	e	=	error

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจมี 4 ประเภท คือ

4.1 ความเสี่ยงที่แท้จริง (Pure Risk) หมายถึง การเสี่ยงที่จะทำให้เกิดการสูญเสีย โดยไม่มีโอกาสที่จะได้ประโยชน์เลย เช่น ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ จะมีแต่ความสูญเสีย โดยไม่มีประโยชน์เลย แบ่งการเสี่ยงที่แท้จริงออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ความเสี่ยงที่เกิดแก่บุคคล ทำให้บุคคลต้องสูญเสียผลประโยชน์ เช่น การสูญเสียรายได้ การสูญเสียโอกาสที่จะมีผลประโยชน์ (Opportunity cost) ฯลฯ
- ความเสี่ยงที่เกิดแก่ทรัพย์สิน เช่น เกิดเพลิงไหม้หรือภัยธรรมชาติอื่น ๆ ที่ทำให้สูญเสีย หรือทรัพย์สินเสียหาย
- ความเสี่ยงที่เกิดแก่ความรับผิดชอบเป็นการสูญเสียที่เกิดจากการขาดความรับผิดชอบของบุคคล เช่น ความสูญเสียซึ่งเกิดจากการส่งสินค้าไม่ทันเวลา ความสูญเสียซึ่งเกิดจากการผิดนัด ฯลฯ

4.2 ความเสี่ยงจากการคาดการณ์ (Speculative Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการคาดการณ์ที่ผิดพลาด การตัดสินใจผิดพลาดหรือการคาดคะเนที่ผิดพลาด ซึ่งมี 3 ประเภทคือ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131



มหาวิทยาลัยบูรพา

- ความเสี่ยงในการจัดการเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการตัดสินใจในการบริหารจัดการที่ผิดพลาด เช่น การตัดสินใจลงทุนที่มีความเสี่ยง การตัดสินใจในปริมาณการผลิตที่มีความเสี่ยงทางการตลาด ฯลฯ

- ความเสี่ยงทางการเมืองเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น การก่อการร้าย การก่อการจลาจล การประท้วงของคนงาน ฯลฯ

- ความเสี่ยงจากนวัตกรรมเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการผลิตสินค้าใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะมีปัญหาทางการตลาด เช่น ผลิตสินค้าที่ตลาดยังไม่ต้องการ ผลิตสินค้าที่มีราคาแพงเกินไป ฯลฯ

4.3 ความเสี่ยงพื้นฐาน (Fundamental Risk) หมายถึงความเสี่ยงที่เกิดกับคนจำนวนมาก เช่น ภาวะเงินเฟ้อ-เงินฝืด ภาวะสงคราม ภัยธรรมชาติที่กระทบกับคนจำนวนมาก ฯลฯ

4.4 ความเสี่ยงจำเพาะ (Particular Risk) หมายถึงความเสี่ยงที่ทำให้คนหนึ่งคนใด กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเสียหาย เช่น ไฟไหม้บ้าน อุบัติเหตุทางรถยนต์ ฯลฯ

4.5 ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงได้ (Dynamic Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เช่น ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ หรือของโลก ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงตามรสนิยมของลูกค้า ฯลฯ

4.6 ความเสี่ยงคงที่ (Static Risk) หมายถึงความเสี่ยงที่ไม่เปลี่ยนแปลง หรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เช่น ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเชื่อของคนที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ฯลฯ

4.7 ความเสี่ยงที่เอาประกันได้ (Insurable Risk) หมายถึง ความเสี่ยงแท้จริง และความเสี่ยงจำเพาะที่เอาประกันได้ ซึ่งมีลักษณะ 5 ประการคือ

- จะต้องมิลักษณะสำคัญ (Importance) คือเกิดความเสียหายจริง และมีความรุนแรงตามที่บริษัทประกันภัยกำหนด หรือต้องมีความสำคัญพอที่จะประกันได้

- จะต้องมิลักษณะเป็นอุบัติเหตุ (Accidental nature) คือ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากอุบัติเหตุ ไม่ใช่ตั้งใจ หรือจงใจให้เกิดเหตุการณ์ขึ้น

- จะต้องคำนวณได้ (Calculability) คือ เป็นความเสี่ยงที่สามารถคำนวณหรือหาค่าทางสถิติได้ หรือสามารถประเมินราคาได้

- จะต้องเป็นความสูญเสียอย่างแท้จริง (Definiteness Loss) คือ เป็นความสูญเสียจริง ซึ่งระบุไว้ในสัญญาประกันภัย

31.149

3785 11

ค.ม.๑๖๒



- จะต้องไม่ใช่ความสูญเสียมากเกินไป (No excessively catastrophic loss) คือ ต้องไม่เป็นความสูญเสียขนาดใหญ่มากจนไม่สามารถจ่ายค่าประกันได้ เช่น ความสูญเสียที่เกิดจากสงคราม ความสูญเสียซึ่งเกิดจากน้ำท่วมโลก ฯลฯ

4.8 ความเสี่ยงที่เอาประกันไม่ได้ (Uninsurable Risk) หมายถึงความเสี่ยงภัยที่บริษัทประกันภัยจะไม่รับทำการประกันภัยให้ซึ่งอาจจะจำแนกได้หลายประการ คือ

- การขาดตัวเลขสถิติ คือ บริษัทประกันภัยจะให้ประกันก็ต่อเมื่อมีสถิติที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าสามารถให้ประกันได้ เช่น จะให้ประกันสินค้าก็ต่อเมื่อมีสถิติของสินค้าตัวนั้น
- ภัยต่อสาธารณะ คือ บริษัทประกันภัยจะไม่ให้ประกันสิ่งที่เป็นภัยต่อสาธารณะ หรือขัดผลประโยชน์ต่อสาธารณะ หรือผู้ประกันทำผิดกฎหมาย เช่น จะไม่ให้ประกันภัยการทำผิดกฎหมาย
- การขาดผลประโยชน์ คือ ผู้เอาประกันไม่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการเงินก็จะเอาประกันไม่ได้ ซึ่งถ้าบริษัทประกันได้ทำประกันก็จะเป็นการเข้าข่ายการพนันไป
- ความเสี่ยงที่มีความเสี่ยงมากเกินไป คือ ความเสี่ยงมากเกินไปที่บริษัทประกันภัยไม่มีความสามารถที่จะให้การประกันได้ เช่น ผู้ที่มีโรคร้ายแรง ภัยสงคราม ฯลฯ

5. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน

ใช้คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน” (Corporate Social Responsibility, CSR) แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม อาจสรุปได้ว่า

“ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน หมายถึง การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคม (Welfare of society) โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร (Interest of organization)”¹

ในความหมายนี้ ผู้จัดการต้องบริหารองค์กร โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ด้านสังคมเท่า ๆ กับผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร



Achieving Societal = Achieving Organizational Goals

ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนของ Davis

ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนที่ยอมรับกันทั่วไปคือ “ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนของ Davis” (The Davis Model of Corporate Social

Responsibility) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Keith Davis¹ ตัวแบบนี้มีข้อเสนอ (proposition) 5 ข้อ เพื่ออธิบายว่า ธุรกิจปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคมพร้อมกับการปกป้องและปรับปรุงผลประโยชน์ขององค์กร ได้อย่างไร

ข้อเสนอนี้ 1 : ความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นจากการกระทำของธุรกิจ

ข้อเสนอนี้เกิดขึ้นจากความคิดที่ว่าธุรกิจมีอิทธิพลหรือมีอำนาจทำให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น ทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดสังคมแตกแยก เหล่านี้เป็นต้น ซึ่ง Davis ให้เหตุผลว่า ธุรกิจมีอำนาจเหล่านี้เหนือสังคม สังคมต้องผลักดันให้ธุรกิจรับผิดชอบต่อปัญหาทางสังคมซึ่งเกิดขึ้นจากการกระทำของธุรกิจ

ข้อเสนอนี้ 2 : ธุรกิจจะดำเนินการเป็นระบบเปิด 2 ทาง โดยการรับความคิดเห็นจากสังคม และเปิดเผยการดำเนินการต่อสาธารณะ

ข้อเสนอนี้เชื่อว่าธุรกิจต้องรับฟังความคิดเห็นจากสังคมในส่วนที่จะรักษาหรือปรับปรุงสวัสดิการสังคมและในทางตรงกันข้าม สังคมต้องรับฟังรายงานของธุรกิจด้วย โดยเฉพาะในส่วนที่ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม Davis เสนอว่า ระหว่างธุรกิจและตัวแทนของสังคมต้องมีความซื่อสัตย์และเปิดเผยซึ่งกันและกันในการรักษาไว้หรือปรับปรุงสวัสดิการสังคม

ข้อเสนอนี้ 3 : ค่าใช้จ่ายทางสังคมและรายได้ของบริษัทควรพิจารณาให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมซึ่งกันและกัน



ข้อเสนอแนะที่เน้นที่การพิจารณากิจกรรมของบริษัทไม่เพียงแต่พิจารณาเฉพาะกำไร ขาดทุน แต่ต้องพิจารณารายจ่ายทางสังคมควบคู่กันไปด้วย โดยต้องกำหนดรายจ่ายทางสังคมให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับรายรับ-จ่ายของบริษัท

ข้อเสนอที่ 4 : ค่าใช้จ่ายทางสังคมควรจะเป็นส่วนที่ผู้บริ โภคต้องรับผิดชอบด้วย

ข้อเสนอแนะไม่หวังว่าบริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อสวัสดิการแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เสนอให้บริษัทคิดค่าใช้จ่ายทางสังคมบางส่วนจากลูกค้าได้ ซึ่งจะทำให้สินค้าหรือบริการราคาสูงขึ้นบ้างตามความเหมาะสม

ข้อเสนอที่ 5 : ธุรกิจเป็นสถาบันของสังคมที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคม

ข้อเสนอแนะที่ธุรกิจต้องให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาของสังคมทั้งสังคมในองค์กร และสังคมทั่วไป Davis ให้เหตุผลว่า เนื่องจากธุรกิจได้ประโยชน์จากสังคม เพราะฉะนั้น ธุรกิจควรมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคมและผลประโยชน์จากการแก้ปัญหาของสังคม จะย้อนกลับมาสู่ธุรกิจในที่สุด

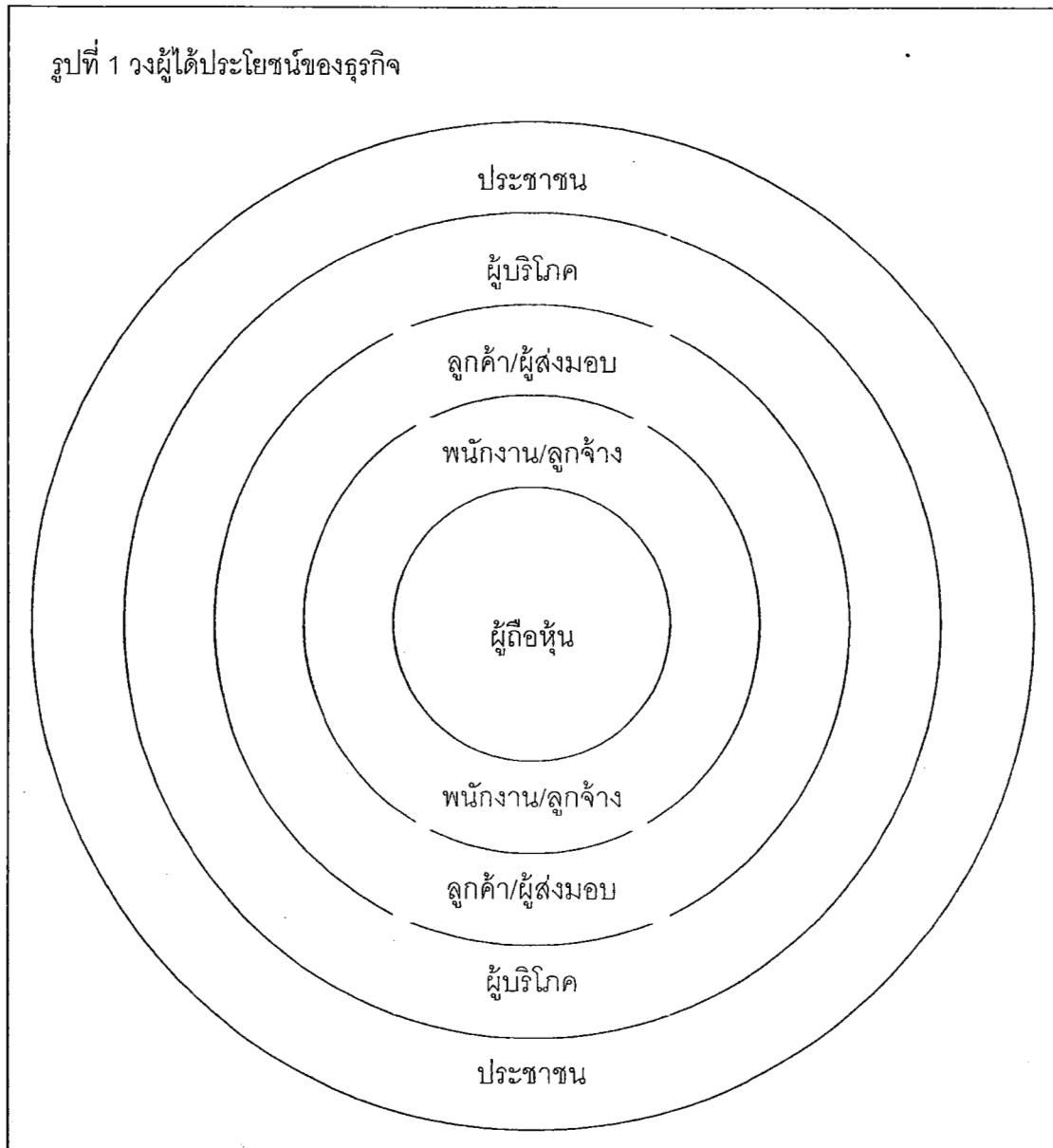
6. จริยธรรมทางธุรกิจ

Albert Schweitzer⁴ พูดถึงจริยธรรมว่า “เป็นความห่วงใยต่อพฤติกรรมที่ดี” เป็นการพิจารณาไม่เพียงความเป็นอยู่ที่ดีของตัวเองแต่ต่อคนอื่น ๆ ด้วย“ และ “ปฏิบัติต่อคนอื่นให้เหมือนกับการปฏิบัติต่อตัวเอง” ในที่นี้ผู้เขียนจึงให้ความหมายจริยธรรมว่า “เป็นพฤติกรรมที่ดีที่กระทำแล้วทำให้เกิดผลดีต่อตนเองเท่ากับต่อผู้อื่น”

จริยธรรมทางธุรกิจจึงหมายถึงความสามารถของธุรกิจที่จะสะท้อนคุณค่าของกระบวนการตัดสินใจให้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ได้ประโยชน์ (Stakeholder) ด้วยความเป็นธรรม กลุ่มผู้ได้ประโยชน์ของธุรกิจ หมายถึง ผู้ถือหุ้น พนักงาน/ลูกจ้าง ลูกค้า/ผู้ส่งมอบ ผู้บริ โภค ประชาชน ซึ่งแบ่งเป็นวงตามผลประโยชน์จากมากไปหาน้อยตามลำดับตามรูปที่ 1 คือ



รูปที่ 1 วงผู้ได้ประโยชน์ของธุรกิจ



ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง John F. Akers⁶ อดีตประธานคณะกรรมการอำนวยการของ IBM เห็นว่าถ้าปราศจากจริยธรรมทางธุรกิจแล้ว บริษัทจะไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้โดยแม้ในระดับชาติหรือระดับนานาชาติก็ตาม อย่างไรก็ตาม จริยธรรมทางธุรกิจจะเป็นประโยชน์อย่างน้อย 3 ประการ คือ



- **การเพิ่มผลผลิต (Productivity)** การจัดสรรผลประโยชน์ด้วยความเป็นธรรม จะทำให้พนักงาน/ลูกจ้าง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้ได้ประโยชน์จะมีความกระตือรือร้นและมีขวัญกำลังใจในการทำงาน ก็จะทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้ ตัวอย่างเช่น Control Data Corporation พบว่าหลังจากที่บริษัทมีโครงการ Employees Advisory Program (EAP's) ซึ่งเป็น โครงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาทางครอบครัว การงาน การเงิน และกฎหมายแล้วทำให้บริษัทมีผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน
- **ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ได้ประโยชน์ (Stakeholder Relations)** การจัดการที่มีจริยธรรม (Ethical Management) จะส่งผลกระทบต่อผู้ได้ประโยชน์อื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะผู้ส่งมอบ (Supplier) และลูกค้า ผู้บริโภค ตลอดจนประชาชนทั่วไป โดยการจัดการที่มีคุณธรรมจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มีธุรกรรมร่วมกับบริษัท
- **ระเบียบของราชการ (Government Regulation)** การจัดการอย่างมีจริยธรรมจะเป็นการปฏิบัติตามระเบียบทางราชการอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะส่งผลดีให้บริษัทสามารถสนองความต้องการหรือขัดต่อความต้องการของสาธารณะ (Public Interesting)

จรรยาบรรณทางธุรกิจ

จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Ethics) หมายถึง ข้อความที่กำหนดขึ้นอย่างเป็นทางการ (Formal Statement) เพื่อเป็นแนวในการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรม ซึ่ง S.C. Certo ระบุว่า จากการสำรวจบริษัท 500 แห่งในสหรัฐอเมริกาพบว่า มีถึงร้อยละ 50 ที่มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจของ The Johnson & Johnson คือ



<p>จรรยาบรรณทางธุรกิจ</p> <p>The Johnson & Johnson⁸</p>
<p>หมายเหตุ : คัดลอกมาเพียงบางส่วน</p>
<ol style="list-style-type: none">1. บริษัทเชื่อในความสามารถของหมอ พยาบาล แม่ และ ผู้ใช้สินค้าหรือบริการของบริษัททุกคน และบริษัทจะสนองความต้องการด้วยสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สุด2. บริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายในทุกกรณีเพื่อรักษาราคาเดิมของสินค้า หรือบริการของบริษัทไว้ให้ได้3. บริษัทมีความรับผิดชอบต่อนุเคราะห์ของบริษัทที่กระจายอยู่ทั่วโลก โดยยอมรับความสามารถและความทะเยอทะยานของแต่ละคน4. บริษัทมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณ5. บริษัทมีความรับผิดชอบต่อชุมชนรอบข้างบริษัททุกแห่ง รวมทั้งสังคมระดับประเทศ และระดับโลก6. บริษัทเป็นพลเมืองดีของประเทศที่บริษัทตั้งอยู่โดยการสนับสนุนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ให้ความช่วยเหลือสังคมและเสียภาษีอย่างถูกต้อง7. บริษัทส่งเสริมการพัฒนาประเทศที่บริษัทอยู่อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะด้านสุขภาพและการศึกษา

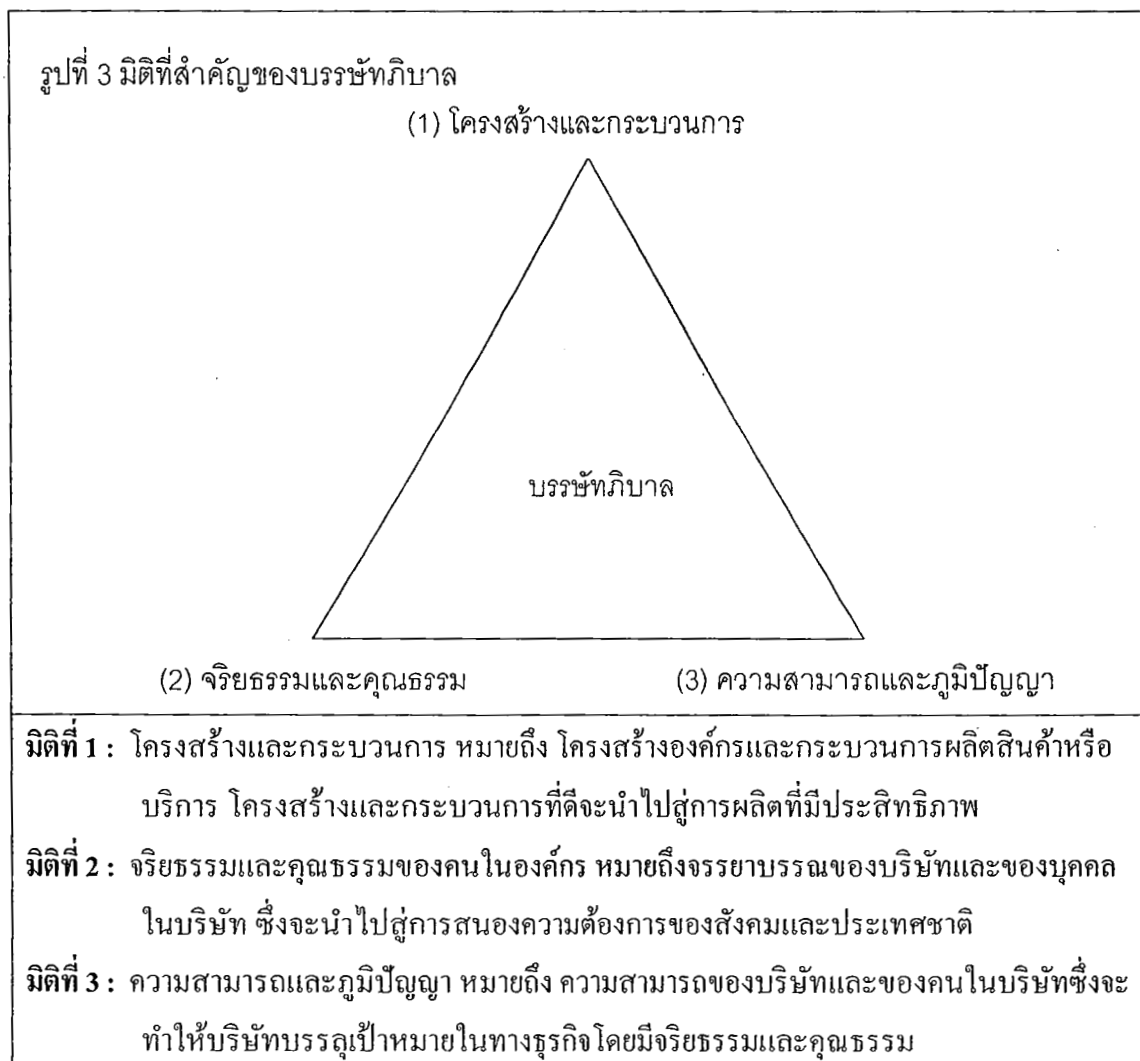
<p>จรรยาบรรณ</p> <p>ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)</p>
<ol style="list-style-type: none">1. มุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ2. ยึดมั่นต่อการทำงานที่เป็นเลิศ3. เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน4. ตั้งมั่นต่อการบริหารด้วยคุณภาพและความชอบธรรม5. ถือมั่นต่อการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศชาติ



6. บรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) หมายถึง วิธีแห่งการดำรงอยู่ของบริษัทหรือธุรกิจ เอกชนและแนวทางหรือวิธีแห่งการปฏิบัติตนของคนในบริษัท หรือธุรกิจเอกชนเพื่อไปสู่เป้าหมาย ที่ต้องการ คือ การเติบโตที่ยั่งยืน อย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม¹⁰

บรรษัทภิบาลที่ดี คือการหล่อหลอมมิติด้าน โครงสร้างและกระบวนการ (Structure and Process) จริยธรรมและคุณธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics and Integrity) และความสามารถและ ภูมิปัญญา (Competence and Wisdom) เข้าด้วยกันอย่างมีเอกภาพ ตามรูปที่ 3 คือ¹¹





บรรษัทภิบาลที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างน้อย 3 ประการคือ

- เพิ่มศักยภาพในการสร้างสมรรถนะการแข่งขันให้แก่บริษัททั้งในระดับประเทศและระดับโลก
- เพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดทุนของโลก
- เพิ่มโอกาสในการเสาะหาพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่ายขึ้นและเป็นพันธมิตรที่มีบรรษัทภิบาลที่ดี

รูปแบบธุรกิจค้าปลีก ประเภทธุรกิจค้าปลีก รูปแบบธุรกิจค้าปลีก พัฒนาเปลี่ยนจากร้านค้าเล็ก ๆ เป็นขนาดใหญ่ ต้นทุนดำเนินงานสูงกว่ารูปแบบเดิม บริหารงานเป็นระบบมากขึ้น และใช้บุคลากรดำเนินการจำนวนมาก ปัจจุบัน จำแนกธุรกิจค้าปลีกได้ตามลักษณะสินค้า และการดำเนินงาน ดังนี้

ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Tradition Trade) หรือร้านโชห่วย ลักษณะร้านเป็นห้องแถว พื้นที่คับแคบ ไม่มีการตกแต่งหน้าร้านมากมาย สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ และไม่ทันสมัย และจัดวางตามความสะดวกการหยิบสินค้า เป็นกิจการดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียว หรือร่วมกันตั้งเป็นห้างหุ้นส่วน ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว เงินลงทุนน้อย บริหารงานง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ไม่มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย ทำให้ระบบการจัดการไม่ได้มาตรฐาน ถูกค้าเกือบทั้งหมดอยู่บริเวณใกล้เคียงร้านค้า ร้านค้าที่จัดอยู่ประเภทนี้ เช่น ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกทั่วไป ร้านขายของชำ

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประกอบด้วย ห้าง/ร้านขนาดกลาง-ใหญ่ ออกแบบร้าน และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสวยงาม และเป็นระเบียบ บริการทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าใช้บริการมากขึ้น การดำเนินธุรกิจ มีทั้งแบบครอบครัวและมีอาชีพ ลงทุนสูงขึ้น และระบบจัดการบริหารงานซับซ้อนมากขึ้น ธุรกิจการค้าแบบนี้ ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจ 2 รูปแบบ คือ Discount Store หรือ Hypermarket ซึ่งเน้นสินค้าราคาถูก และ Convenience Store ซึ่งเน้นจำนวนสาขา ความสะดวกสบาย สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ธุรกิจรูปแบบนี้ เพิ่งนำเข้ามาไทยราวต้นทศวรรษ 1990 ทั้งลักษณะร่วมทุนต่างชาติ และนักลงทุนชาวไทยเป็นเจ้าของ ทว่าผลพวงเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 และผลกระทบเปิดเสรีการค้า ส่งผลธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ในไทยตกเป็นของชาวต่างชาติ ธุรกิจที่จัดอยู่ค้าปลีกประเภทนี้ ได้แก่



ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมสินค้าทุกชนิดที่มีคุณภาพ เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าจำนวนมาก ทุกระดับ ครบวงจร (One Stop Shopping) จัดวางสินค้าแบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อสะดวกการค้นหาและเลือกซื้อ เน้นจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า กระเป๋า รูปแบบบริหาร และจัดการ ก่อนข้างซับซ้อน พนักงานมาก และเน้นบริการที่สะดวก รวดเร็ว สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีฐานะ อำนาจซื้อสูง สามารถเลือกซื้อสินค้าคุณภาพและราคาสูงได้ สถานที่ตั้ง จะอยู่บริเวณชุมชนหรือเป็นศูนย์รวมการค้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน ดั้งฮั่วเส็ง พาต้า เป็นต้น

ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super Center) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ พัฒนาจากซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า พื้นที่ขายประมาณ 10,000-20,000 ตารางเมตร เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายและมีมาก ราคาประหยัด คุณภาพสินค้า ตั้งแต่คุณภาพดีจนถึงคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่กว่า 60% เป็นอาหาร ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มระดับปานกลางลงมา ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส คาร์ฟูร์ เป็นต้น

ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านค้าปลีกเน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นสินค้าสดใหม่ โดยเฉพาะอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ อาหารสำเร็จรูปต่างๆ ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่ จะอยู่ชั้นล่างห้างสรรพสินค้า เพื่อความสะดวกขนถ่ายสินค้า ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดแลนด์ เป็นต้น

ร้านค้าเงินสดและบริการตนเอง (Cash & Carry) จำหน่ายสินค้าให้ร้านค้าย่อย หรือบุคคลที่ต้องการซื้อสินค้าคราวละจำนวนมาก ราคาขายส่ง หรือราคาค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะเอื้อร้านค้าย่อย หรือร้านโชห่วย หาสินค้ามาจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องผ่านยี่ปั้ว ซาปั้ว จำหน่ายสินค้าคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่กว่า 60% เป็นสินค้าไม่ใช่อาหาร ที่เหลือเป็นอาหาร ลูกค้ายังสามารถสมัครเป็นสมาชิก เพื่อรับข่าวสารเป็นประจำ ที่สำคัญ ลูกค้าต้องบริการตัวเอง จึงมีพนักงานไม่มากนัก ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น แม็คโคร



ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง เน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเกี่ยวกับเวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง ดูแลผิว ดูแลเส้นผม เป็นสินค้าหลากหลาย ตามลักษณะแฟชั่นและยุคสมัย สินค้าคุณภาพสูง บริการสะดวกและทันสมัย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือลูกค้าทั่วไป ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น บู๊ทส์ วัตสัน MARK & SPENCER เป็นต้น

ร้านค้าประชันชนิด (Category Killer) พัฒนาจากร้านขายสินค้าเฉพาะประเภท จุดเด่นคือสินค้าครบถ้วนประเภทนั้น ๆ คล้ายแยกแผนกใดแผนกหนึ่งในห้างสรรพสินค้าออกไว้ต่างหาก นำสินค้าคุณภาพ และลักษณะใช้งานใกล้เคียงกัน แต่ราคาและยี่ห้อต่างกัน จัดวางประชัน เพื่อให้ผู้บริโภคเปรียบเทียบคุณภาพ และราคาสินค้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ ได้แก่ แม็คโครออฟฟิศ พาวเวอร์บาย พาวเวอร์มอลล์ ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) หรือ Minimart ร้านค้าปลีกพัฒนาจากร้านค้าปลีกแบบเก่า หรือร้านขายของชำผสมผสานกับซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ขนาดเล็กกว่า ให้ความสำคัญทำเลที่ตั้งร้านค้าเป็นสำคัญ พื้นที่ค้าขายไม่มากนัก ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทอาหารจานด่วน สั่งเร็วได้เร็ว สะดวก ราคาไม่แพงเกินไป ทำเลที่ตั้งแหล่งชุมชน

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การให้บริการในภาคเอกชน ชีระศักดิ์ วระสุข (2537) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ พบว่า ผู้มาใช้บริการ 92% มีความพึงพอใจ และควรปรับปรุงบริการด้าน การสร้างความรู้สึที่ดีกับลูกค้า การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เครื่องมือเครื่องใช้ต้องมีสภาพใช้งานดี และด้านอาคารสถานที่ นอกจากนี้ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้บริการในอนาคตโดยพบว่าผู้มีความพึงพอใจสูง มีความตั้งใจที่จะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป ส่วนผู้มีความพึงพอใจต่ำ มักเป็นผู้ที่ไม่แน่นอนว่าจะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป

พิทักษ์ ทรุษิม (2538) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา พบว่า กิจกรรมด้านสาธารณูปโภค โดยภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 64.4) เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ งานรักษาความสะอาด (66.1) งานโยธา (56.9) งานปกครอง (37.1) และอนามัย (31.9) และเสนอแนะให้



ปรับปรุง (1) ด้านระบบการให้บริการในเรื่อง ความมีคุณค่าใช้สอย ความเพียงพอทั่วถึงและความพัฒนา ก้าวหน้า (2) ด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง ความสะดวกในการขอรับบริการ ความรวดเร็วของ ขั้นตอนและความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (3) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเรื่อง ความเอาใจใส่หน้าที่และความเสมอภาค เสมอหน้า ในส่วนฝ่ายทะเบียน ซึ่งเป็นด้านบริการเฉพาะด้าน ในเชิงปฏิบัติผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยได้ประมาณ 90 % ทั้งนี้เพราะเอกสารและขั้นตอนต่าง ๆ ในการจัดเก็บ ค้นเอกสารและการบริการประชาชนจะได้รับความสะดวกและรวดเร็วมาก

อัญชติ เหล่าชาติพงศ์ (2524 อ้างใน พิทักษ์ ตรีษิต, 2538 : 35) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการความพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์ฯ อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวกประหยัดเวลา ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ

นิพนธ์ คำพา (2518 อ้างใน พิทักษ์ ตรีษิต, 2538 : 35) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาในการบริการราชการส่วนภูมิภาค ศึกษาเฉพาะกรณีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนระดับอำเภอ พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่ทำให้การบริการแก่ประชาชนในระดับอำเภอไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อัตราค่าลงเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ทำที่ทัศนคติที่ไม่ดีในการทำงานของข้าราชการวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ไม่เพียงพอ จำนวนประชากรในเขตการปกครองมีมากเกินไปและการปฏิบัติงานของนายอำเภอที่ไม่สนใจในเรื่องการให้บริการแก่ประชาชน เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ เปลี่ยนแปลงทัศนคติในการทำงานของข้าราชการ เพิ่มวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และให้นายอำเภอให้ความสนใจเกี่ยวกับบริการในระดับอำเภอมากขึ้น

ทรงพล ตุ่มทอง (2541) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการปกครองท้องถิ่น ของเทศบาลตำบลศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น แต่ความรู้ ความเข้าใจในการปกครองท้องถิ่นจะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม



บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “โครงการมินิบิ๊กซี” เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการศึกษาวิจัย คือ การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) และ การศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกประกอบกัน

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ทั้งนี้ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล จะใช้วิธีการแบบสุ่มของ ทาโร ยามาเน่ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากรทั้งหมด
 e คือ ความคาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error) ในที่นี้จะ

กำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้อัตราความเชื่อมั่น 95%

ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้จากสูตรของทาโร ยามาเน่ ได้ทำการคำนวณตามสูตร ทั้งนี้ คณะผู้จัดทำวิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ข้อมูลเอกสาร (Documentary Data) ออกมาเป็นแบบสอบถามโดยจะทำการสำรวจประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอ



กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีน ตามจำนวนในกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งได้ทำแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้จะใช้การวิเคราะห์ในแนววิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

1. การใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
2. การใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ดำเนินการควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้าย โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อจะใช้หลักการสังเคราะห์ข้อมูลตีความ (interpretive analysis)

ระดับการแปรผลจากการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากแบบสอบถาม



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

2.1 เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการประชาชนได้ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง

2.2 เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกในด้านการให้บริการประชาชน และด้านอื่น ๆ

2.3 เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน ของบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ให้สนองความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.4 เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ในการอำนวยความสะดวกอย่างแท้จริงต่อประชาชนในท้องถิ่น

2.5 เพื่อให้ผลการสำรวจสามารถสะท้อนถึงภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ให้ธุรกิจค้าปลีกตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล

ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นของประชาชน มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 เพศ และจำนวนร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	165	41.25
หญิง	235	58.75
ชาย	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีจำนวนเพศชาย 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และเพศหญิงจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75



ตารางที่ 2 อายุ และจำนวนร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	4	1.00
15-25 ปี	4	22.50
26-36 ปี	199	49.75
37-47 ปี	4	20.25
48-58 ปี	17	4.25
59-69 ปี	17	4.25
70 ปีขึ้นไป	17	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า อายุที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อายุ 26-36 ปี มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 15 ปี และ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 3 สถานภาพ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	400	37.50
สมรส	4	37.50
หย่าร้าง	4	1.00
หม้าย	17	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า สถานภาพมากที่สุดคือ สมรส มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง,หม้าย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00



ตารางที่ 4 ระดับการศึกษา และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	60	15.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	60	23.25
ปวส./อนุปริญญา	146	15.00
ปริญญาตรี	60	23.25
สูงกว่าปริญญาตรี	146	1.00
รวม	146	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามากที่สุดคือ ปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 5 อาชีพ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	60	4.50
พนักงานบริษัทเอกชน	60	15.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	146	15.00
นักศึกษา	60	11.75
เกษตรกร/ประมง	37	9.25
ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม	158	39.50
รับจ้างแรงงานทั่วไป/ใช้แรงงาน	27	6.75
แม่บ้าน/เกษียณอายุ	37	4.50
ว่างงาน	1	0.25
อื่น ๆ	1	1.00
รวม	146	100.00



จากตารางแสดงให้เห็นว่า อาชีพที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 6 รายได้ต่อเดือน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	34	8.50
5,001-10,000 บาท	34	30.25
10,001-15,000 บาท	203	30.25
10,001-15,000 บาท	34	7.25
10,001-15,000 บาท	34	1.00
25,001-30,000 บาท	34	7.25
สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	34	0.50
รวม	203	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า รายได้ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ 10,001-15,000 บาท มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00



ตารางที่ 7 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	126	31.25
6-10 ปี	119	29.75
11-15 ปี	119	6.25
16-20 ปี	36	9.00
16-20 ปี	126	3.25
มากกว่า 26 ปี	81	20.75
รวม	119	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ 21-25 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

ตารางที่ 8 โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้ที่ไหนเป็นประจำ จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	119	42.50
ตลาด	126	39.00
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	119	3.25
ร้านสะดวกซื้อ	81	29.75
อื่นๆ	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้จำนวนมากที่สุดคือ ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75



ตารางที่ 9 ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้ จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้	จำนวน	ร้อยละ
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	61	15.25
อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	61	24.25
1 เดือนครั้ง	5	1.25
2-3 ครั้งต่อเดือน	5	1.25
ทุกวัน	220	55.00
อื่น ๆ	5	2.00
รวม	220	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ทุกวัน มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 10 ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็น จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็น	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสิ่งจำเป็น	319	79.75
ไม่เป็นสิ่งจำเป็น	54	13.50
ไม่มีความคิดเห็น	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็นที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เป็นสิ่งจำเป็น มีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75



ตารางที่ 11 ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน ท่านจะใช้บริการหรือไม่

ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	324	81.00
ไม่ใช้บริการ	76	19.00
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน ท่านจะใช้บริการที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ใช้บริการ มีจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่ใช้บริการ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00

ตารางที่ 12 ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่าน
จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่าน จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	323	81.25
ไม่มีประโยชน์	47	11.25
ไม่มีความคิดเห็น	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีประโยชน์ มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50



ตารางที่ 13 ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่าน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่าน จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	325	80.25
ไม่มีประโยชน์	45	11.25
ไม่มีความคิดเห็น	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีประโยชน์ มีจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 14 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน และ ร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	323	80.75
ไม่เห็นด้วย	77	19.25
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เห็นด้วย มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่เห็นด้วย มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25



ตารางที่ 15 ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากันจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากัน	จำนวน	ร้อยละ
ผลดี	320	80.00
ผลดี	47	11.75
ไม่มีความเห็น	47	8.25
ผลดี	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากันที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ผลดี มีจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 16 ท่านคิดว่าเทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชนหรือไม่ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่าเทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ควรอนุญาต	321	80.25
ไม่ควรอนุญาต	41	8.25
ไม่มีความเห็น	47	9.50
ควรอนุญาต	400	100.00



จากตารางแสดงให้เห็นว่าท่านคิดว่าเทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ควรอนุญาต มีจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 17 ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่าน จำนวนและร้อยละ ของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีความจำเป็น	38	9.50
ไม่มีความจำเป็น	362	90.50
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 18 หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อดำเนินการแก้ไขปัญหาการจราจรในชุมชนของท่าน

หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อดำเนินการแก้ไขปัญหาการจราจรในชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีความจำเป็น	9.50	9.50
ไม่มีความจำเป็น	362	90.50
รวม	400	100.00



จากตารางแสดงให้เห็นว่า หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อดำเนินการแก้ไขปัญหาการจราจรในชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 19 หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อช่วยจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนของท่าน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อช่วยจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีความจำเป็น	36	9.00
ไม่มีความจำเป็น	364	91.00
รวม	400	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อช่วยจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1. มีจำนวนเพศชาย 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75
2. อายุที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อายุ 26-36 ปี มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 15 ปี และ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00
3. สถานภาพมากที่สุดคือ สมรส มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง,หม้าย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
4. ระดับการศึกษามากที่สุดคือ ปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00
5. อาชีพที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00
6. รายได้ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ 10,001-15,000 บาท มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00
7. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ 21-25 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25
8. โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้จำนวนมากที่สุดคือ ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75
9. ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ทุกวัน มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00
10. ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็นที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เป็นสิ่งจำเป็น มีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75



11. ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน ท่านจะใช้บริการที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ใช้บริการ มีจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่ใช้บริการ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00

12. ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีประโยชน์ มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

13. ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีประโยชน์ มีจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

14. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เห็นด้วย มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่เห็นด้วย มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25

15. ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากันที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ผลดี มีจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

16. เทศบาลตำบลเมืองเก่า ควรอนุญาตให้ร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” เปิดให้บริการในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ควรอนุญาต มีจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ ไม่มีความเห็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

17. ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.25 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

18. ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

19. หากมีร้านสะดวกซื้อมาเปิดให้บริการในพื้นที่ของท่าน ท่านอยากให้ร้านสะดวกซื้อดำเนินการแก้ไขปัญหาการจราจรในชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 จำนวนที่น้อยที่สุดคือ มีความจำเป็น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50



**ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการร้านสะดวกซื้อ
โครงการมินิบิ๊กซี ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภออินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี**

1. ควรจัดรายการของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม
2. ควรจัดพื้นที่สำหรับที่จอดรถให้เหมาะสม
3. ควรมีการรักษาความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
4. ในบริเวณที่จะตั้งไม่กว้างขวางควรจัดสรรสถานที่ให้เหมาะสม
5. ควรมีตู้เอทีเอ็มเพื่อบริการลูกค้าให้เพียงพอ
6. ควรมีกiosongจรปิดเพื่อรักษาความปลอดภัย

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย. (2539). สรุปรายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย ปี 2535-2538. กรุงเทพฯ :
เพิ่มเสริมกิจ.
- โกวิทย์ พวงงาม. การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
วิญญูชน, 2546.
- ทรงพล ตุ่มทอง. (2541). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองท้องถิ่น
ศึกษาเฉพาะกรณี เทศบาลตำบลศรีราชา. ชลบุรี : ภาคนิพนธ์ สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชเนศวร์ เจริญเมือง. 100 ปี การปกครองท้องถิ่นไทย พ.ศ.2440-2540. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์
คบไฟ. 2544.
- เชาวน์วัศ เสนพงศ์. การเมืองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2546.
- ชูศักดิ์ เทียงตรง. การบริหารการปกครองท้องถิ่นของไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมศาสตร์. 2518.
- ชวน หลีกภัย. (2526). การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต. หนังสือพิมพ์ข่าวสด ฉบับพิเศษ ก้าวสู่
ปีที่ 3, หน้า 2.
- ณรงค์ศักดิ์ ตะละภักดิ์. (2529). การพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดตีพิมพ์
นิพนธ์ คันทเสวี. (2531). คุณภาพชีวิตสำหรับสังคมไทย. ในเอกสารประกอบการสัมมนาระดับชาติ
เรื่อง ภาวะสังคมไทย ณ โรงแรมสยามเบเซอรั รีสอร์ท พัทยา.
- ธีระศักดิ์ วระสุข. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา
อำนาจเจริญ.” ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2537
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. การวางแผนและควบคุมงานบริหาร.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ.
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. การวางแผนและควบคุมงานบริหาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.
- สิงห์สองพันปี (นามแฝง) “ทะเบียนราษฎร: ความพึงพอใจของผู้มารับบริการ” เทศาภิบาล 88
(กุมภาพันธ์ 2536): 32-37

สุวรรณ รัตน์ โชติ หลักการประกอบธุรกิจสมัยใหม่. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, 2548.

ภาษาอังกฤษ

- Andrews, F.M.(1976). **The validity of measures of self – reported well being.** Social Indication Research. 3, p. 1-19.
- Bennett, Robert J. Local Government in the New Europe. London: Belhaven Press, 1991.
- Jackson, R.M. The Machinery of Local Government. New York: St. Martin's Press, 1965.
- Knowles, Raymond S.B. Modern Management in Local Government. London : Butterworth & Co., 1971.
- Lane, Jan-Erik, (2000). **The Public Sector: Concepts, Models and Approaches.** 3rd.ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hill, Dilys M. Democratic Theory and Local Government. London : George Allen & Unwin,1974.
- Holloway, William V. State and Local Government in the United States. New York : Mc Graw-Hill, 1951.
- Pender, N.J. (1987). **Health promotion in nursing practice.** (2 nd.ed). Norwork connection: Appleton & Lange.
- Stewart, John. Understanding the Management of Local Government Harlow: Longman, 1994.
- Walker,et al. (1987). **The health promoing lifestyle profile: development and psychometric Characteristic.** Nursing Research, 36 (2), pp. 70-81.

ภาคผนวก



ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “บิ๊กซี มินิ” อำเภอทับปดบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ชาย หญิง

อายุ ปี สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่สำเร็จมา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพประจำในปัจจุบันที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
 นักศึกษา เกษตรกร / ประมง ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม
 รับจ้างแรงงานทั่วไป / ไร้แรงงาน แม่บ้าน / เกษียณอายุ ว่างงาน อื่น ๆ.....

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท

20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท สูงกว่า 30,000 ขึ้นไป

ระยะเวลาที่ท่านอาศัยอยู่ในชุมชนประมาณ.....ปี

เกี่ยวกับการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อ

1. โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้ที่ไหนเป็นประจำ

ร้านค้า / ร้านชำทั่วไป ตลาด ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ อื่น ๆ.....

2. ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้ของท่านเป็นอย่างไร?

อาทิตย์ละ 1 ครั้ง อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง 1 เดือนครั้ง 2-3 ครั้งต่อเดือน
 ทุกวัน อื่น ๆ

3. ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่

เป็นสิ่งจำเป็น ไม่เป็นสิ่งจำเป็น ไม่มีความเห็น

4. ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน ท่านจะใช้บริการหรือไม่

ใช้บริการเพราะ.....
 ไม่ใช้บริการ เพราะ.....

5. ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านหรือไม่

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น

6. ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่านหรือไม่

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น

7. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน

เห็นด้วย เพราะ.....
 ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

8. ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากัน

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น





878

