

การบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ (POST EXCHANGE : PX)
กองทัพภาคที่ 3

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก วีระพงษ์ เลิศล้ำ
รองผู้บังคับศูนย์ควบคุมการส่งกำลังบำรุง
กองบัญชาการช่วยรบที่ 3

วิทยาลัยการทัพบก
กันยายน 2560

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย พันเอก วีระพงษ์ เลิศล้ำ
เรื่อง การบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ (POST EXCHANGE : PX)
กองทัพภาคที่ 3
วันที่ กันยายน 2560 **จำนวนคำ :** 5,840 **จำนวนหน้า :** 14
คำสำคัญ ร้านค้าสวัสดิการ , การบริหาร , การบริการ
ชั้นความลับ ไม่มีชั้นความลับ

เอกสารงานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาวิจัยว่าทำไมกำลังพลและครอบครัวไม่นิยมมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ระบบการบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร และแหล่งบริการสินค้าอื่นๆ มีการบริหารจัดการร้านค้าที่มีประสิทธิภาพมากกว่าร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ใช่หรือไม่ อย่างไร และจากผลการศึกษาวิจัยมีข้อสรุปว่าร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ยังไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไม่นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบ ห้วงเวลาในการให้บริการไม่ตอบสนองต่อกำลังพลและครอบครัว การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ยังน้อยและไม่หลากหลาย เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้าและทักษะในการให้บริการ สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 คือในด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าควรหลากหลาย ด้านราคาที่ยกควรต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายควรมีจัดรายการโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทุกมิติ ด้านการบริการควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำงานของระบบ ควรเปิดบริการทุกๆ วัน และควรมีสถานที่พักผ่อนและสันทนาการ สำหรับบริการเพิ่มเติม และด้านอื่นๆ ควรมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างมีอาชีพในบริหารกิจการ รวมทั้งควรมีการปลูกจิตสำนึกการรักหวงแหนร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 และมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานในระดับนโยบาย ควรกำหนดให้สินค้าอุปโภคและบริโภคที่ขายในร้านค้าสวัสดิการ ของหน่วยงานความมั่นคงเป็นสินค้าที่ปลอดภาษี โดยการออกกฎหมายเกี่ยวกับภาษีให้กับผู้ผลิตสินค้า

ABSTRACT

AUTHOR : Colonel Weeraphong Lertlum

TITLE : Administration of 3rd Army Area Welfare Store
(POST EXCHANGE : PX)

DATE : September 2017 WORD COUNT : 5,840 PAGES : 14

KEY TERMS : Welfare Store (POST EXCHANGE : PX), Administration , Service

CLASSIFICATION : Unclassified

The purpose of the research are to study, why the army personal and their family did not use the Welfare Store (PX), how effective of 3rd Army Area Welfare Store, how other store manage better than 3rd Army Area. The results of the study conclude found that 3rd Army Welfare Store (PX) does not have a wide variety of products, products have no technology to improve system performance, time to serve non-response to personal and family, promotion and public relations are few and varied, officials lack of knowledge about the product and service skills.

For suggestions of the development and improvement of welfare stores (PX) such as various of products. The selling price should be lower than the competitor. The promotion should include promotions, discounts, redemption, giveaway, and should be promoted to all dimensions. Services should bring technology into the system. It should be open daily and there should have the rest and recreation area. For additional services and other aspects, staff development should be continued to create a professional in business administration. Including the need to cultivate the love affectionate 3rd Army Area Welfare Store (PX). The suggestions for the policy unit is to issue the tax free law as duty free product that sell only in military and security units.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่ง จาก พันเอก สิบสมุทร์ จันทรเนตร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ พันเอก กิตติศักดิ์ ร่อนแก้ว ผู้อำนวยการกองกรมยุทธศึกษาทหารบก ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อแก้ไขการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ และมีคุณค่า ตลอดจนท่านได้สร้างพลังใจให้กับผู้ศึกษาวิจัย กระทั่งสำเร็จเป็นผลงานอันภาคภูมิใจ

ขอขอบพระคุณ พันเอก วีระ วงศ์รัตนพิบูลย์ ผู้จัดการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 และเจ้าหน้าที่ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการ ดำเนินกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 เป็นอย่างดียิ่ง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยฉบับนี้ ผู้ศึกษาวิจัยขอมอบ และอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

การบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ (POST EXCHANGE : PX) กองทัพภาคที่ 3

ถ้าจะซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยทั่วไปสามารถหาได้ในตลาดสด ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อร้านมินิมาร์ก หรือห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ แต่ถ้าจะหาซื้อสินค้าดังกล่าว ในหน่วยทหารจะต้องไปซื้อที่ร้านค้าสวัสดิการ หรือร้าน PX ซึ่งย่อมาจากคำว่า “Post Exchange” เป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ให้กำลังพลและครอบครัวของทหารในกองทัพสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 หน่วยที่ควบคุม PX เรียกว่า AAFES (Army Airforce Exchange Service) มีคณะกรรมการบริหารร่วม โดยรัฐสภาสหรัฐอเมริกาเป็นผู้วางนโยบาย ที่สำคัญคือ ยกเว้นภาษีสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยอาศัยพื้นฐานมาจากการที่ประชาชนให้เกียรติและรักทหาร ทำให้สินค้าที่นำมาจำหน่ายเพื่อเป็นสวัสดิการแก่ทหารและครอบครัว มีราคาถูกลงกว่าท้องตลาดประมาณ 20%¹ ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติการกิจการทางทหาร คือการมีอำนาจกำลังรบที่เข้มแข็ง ทั้งอำนาจกำลังรบที่มีตัวตน ได้แก่ กำลังพล อาวุธยุทโธปกรณ์ และเทคโนโลยีชนิดต่างๆ ส่วนอำนาจกำลังรบที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ ขวัญ กำลังใจ ความรักชาติ รักแผ่นดิน ความฮึกเหิม และความกล้าหาญ โดยอำนาจกำลังรบที่ไม่มีตัวตนด้านขวัญกำลังใจจะต้องได้รับการเอาใจใส่จากผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นงานด้านสวัสดิการ ทั้งนี้ในกองทัพของนาธานาอาริเย ประเทศ จึงให้ความสำคัญในการดูแลขวัญกำลังใจให้กับกำลังพล กองทัพบกไทยได้จัดตั้งร้านค้าสวัสดิการขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อปี 2490 ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้น โดยจัดตั้งเป็น “องค์การสงเคราะห์ทหารบก” มีหน้าที่จัดหาสินค้าอุปโภคและบริโภคมารจำหน่าย ให้แก่ข้าราชการทหารและครอบครัวในราคาถูกลงกว่าท้องตลาด ซึ่งต่อมาได้แปรสภาพเป็น กรมสวัสดิการทหารบก เมื่อปี 2491 หลังจากนั้นจึงได้จัดตั้งร้านสวัสดิการกลาง กองทัพบก เมื่อปี 2516² เพื่อให้บริการสินค้าอุปโภคและบริโภคให้แก่ข้าราชการทหารและครอบครัวในกองทัพบก แต่จากสภาวะทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลทำให้ค่าครองชีพในการดำรงชีวิตของประชาชนสูงขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งทำให้ทัศนคติและค่านิยมในการบริโภคของประชาชนมีแนวโน้มเปลี่ยนไป โดยมุ่งแสวงหาความสุขและความสบายที่เกินความจำเป็นมากขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมดังกล่าวได้แพร่กระจายเข้ามาสู่สังคมไทยในทุกๆระดับ รวมทั้งสังคมทหารของหน่วยทหารในกองทัพบก จึงส่งผลทำให้กำลังพลทหารและครอบครัวได้รับความเดือดร้อน เนื่องจากมีรายได้ไม่เพียงพอแก่การครองชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของกำลัง

พลทหารชั้นผู้น้อยซึ่งนับว่ามีรายได้น้อยเมื่อเทียบกับการประกอบอาชีพอื่นๆ ทำให้ผู้บังคับบัญชาในกองทัพบก มีต้องการจะให้ความช่วยเหลือกำลังพล จึงให้ดำเนินการจัดตั้งร้านค้าสวัสดิการ (PX) ทั้ง 5 แห่ง เพื่อให้การบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคได้กระจายและครอบคลุมถึงกำลังพลทหารและครอบครัวต่างๆ ในกองทัพบก โดยพลเอก เซษฐา ฐานะจาโร ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบก ในขณะนั้น ได้กำหนดให้จัดตั้งร้านค้าสวัสดิการ (PX) ขึ้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ.2540 ใน 5 พื้นที่ ได้แก่

- พื้นที่ของกองทัพภาคที่ 1 ในกรมทหารราบที่ 11 รักษาพระองค์ บางเขน กรุงเทพฯ
- พื้นที่ของกองทัพภาคที่ 2 ในค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา
- พื้นที่ของกองทัพภาคที่ 3 ในค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก
- พื้นที่ของกองทัพภาคที่ 4 ในค่ายวชิราวุธ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- พื้นที่ของมณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

และในบริเวณพื้นที่ของร้านค้าสวัสดิการ (PX) จะมีอาคาร 2 หลัง คือ อาคาร PX จำหน่ายสินค้าอุปโภค และอาคาร COMMISSARY จำหน่ายสินค้าบริโภคและอาหารสด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสวัสดิการและคุณภาพชีวิตของข้าราชการทหารและครอบครัว ให้มีโอกาสได้บริโภคสินค้าอุปโภคและบริโภคในราคาถูกลงกว่าท้องตลาด และให้มีความสะดวกที่ไม่ต้องไปซื้อจากภายนอก นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้กำลังพลนำสินค้าที่ตนเองผลิตมาจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับกำลังพลและครอบครัวอีกด้วย ส่วนการดำเนินการกองทัพบกจะจัดหาสินค้าสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีคุณภาพดี ราคาถูก เข้าจำหน่ายในร้านค้าสวัสดิการ (PX) โดยไปทำการติดต่อขอความร่วมมือจากบริษัทหรือแหล่งผลิตสินค้าประเภทต่างๆ ในการส่งสินค้ามาจำหน่าย และคิดเพียงค่าประกอบการเท่านั้น จึงทำให้สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาถูก กองทัพภาคที่ 3 ได้เปิดดำเนินการร้านค้าสวัสดิการ (PX) เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2541 เป็นต้นมา เพื่อบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคให้กับกำลังพลทหารและครอบครัวในพื้นที่กองทัพภาคที่ 3 ในห้วงสามปีแรก (ปี 2541 - 2543) มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการเฉลี่ยปีละ 30,000 คน แต่ในห้วงปี 2541-2559 กลับพบว่า มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการในแต่ละปีจะมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะในปี 2559 มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการ เพียงจำนวน 5,744 คน ซึ่งสาเหตุดังกล่าวอาจเกิดจากปัญหาการบริหารจัดการของร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ในด้านบุคลากรที่เข้ามาดำเนินงานยังขาดความรู้และประสบการณ์ ด้านปัญหาการจัดหาแหล่งสินค้าที่มีราคาถูกมาจำหน่าย ด้านปัญหาการจัดสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกำลังพล ด้านปัญหาการสร้างแรงจูงใจให้กำลังพลมาใช้บริการ ด้านปัญหาจากกำลังซื้อด้วยเงินสดของกำลังพล ด้านปัญหาการอำนวยความสะดวกให้กับกำลังพลที่ใช้บริการ ด้านปัญหาจากทัศนคติและค่านิยมการบริโภคของกำลังพล และอีก

สาเหตุหนึ่งอาจเกิดจากแหล่งบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากกว่า จึงทำให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ลดลง ซึ่งหากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขอาจส่งผลทำให้การดำเนินกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ต้องล้มเลิกไปในที่สุด อันจะส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของกำลังพลและครอบครัวในอนาคต ซึ่งเป็นอำนาจกำลังรบที่ไม่มีตัวตน และเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการทำให้การปฏิบัติภารกิจทางทหารของกองทัพบกประสบผลสำเร็จ

จากเจตนารมณ์ของผู้บังคับบัญชาของกองทัพบก ที่ต้องการจะดูแลทุกข์สุขของกำลังพลชั้นผู้น้อยในกองทัพบกในสถานะที่เศรษฐกิจถดถอย และค่าครองชีพสูง จึงได้จัดตั้งร้านค้าสวัสดิการ (PX) ขึ้นในพื้นที่ต่างๆ ของหน่วยทหารกองทัพบก เพื่อให้บริการสินค้าอุปโภคและบริโภคในราคาถูกลงกว่าท้องตลาด แต่การดำเนินกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ตั้งแต่ปี 2541 ถึงปี 2559 รวมจำนวน 19 ปี มีกำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ลดลง โดยในห้วงสามปีแรก (ปี 2541-2543) มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการเฉลี่ยปีละ 30,000 คน ในห้วงปี 2544-2553 มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการลดลงเฉลี่ยปีละ 25,000 คน และในห้วงปี 2554-2559 กลับพบว่า มีกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการลดลงมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2554 มีจำนวน 21,769 คน ปี 2555 มีจำนวน 18,628 คน ปี 2556 มีจำนวน 15,192 คน ปี 2557 มีจำนวน 13,282 คน ปี 2558 มีจำนวน 10,742 คน และในปี 2559 มีจำนวน 5,744 คน ซึ่งหากนำจำนวนกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ในปี 2559 เปรียบเทียบกับจำนวนกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ในห้วงสองปีแรก (ปี 2542-2543) เฉลี่ยปีละ 30,000 คน จะเห็นว่าจำนวนกำลังพลทหารและครอบครัวมาใช้บริการมีจำนวนลดลงถึงร้อยละ 80

ในด้านการบริการ มีข้อสรุปและข้อเสนอแนะของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาไว้หลายประการ ดังต่อไปนี้

พันโท สมมาตร วัชรสุนทรกิจ³ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการร้านค้าสวัสดิการพีเอกซ์ สาขากองทัพภาคที่ 3 กรณีศึกษา : ในค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าสวัสดิการพีเอกซ์ สาขากองทัพภาคที่ 3 ของข้าราชการและครอบครัวในค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก

อาจเนื่องมาจากจังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดใหญ่ซึ่งมีทั้งห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่หลายแห่งที่มีการจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด และเปิดบริการตั้งแต่เช้าจนค่ำ ดังนั้นจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกสำหรับลูกค้าในการเข้าไปใช้บริการ

พินเอก พัฒนา จันทรนิยม⁴ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ กรมพลธิการทหารบกจำกัด พบว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ทำให้สมาชิกไม่สามารถติดตามข่าวสารของสหกรณ์ออมทรัพย์ได้ จะต้องเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่เน้นการประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งยังต้องให้เจ้าหน้าที่ติดตามขั้นตอนการเสนอขออนุมัติของสมาชิกอย่างต่อเนื่อง และมีข้อเสนอแนะด้านบริการว่า ควรมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มากกว่าปัจจุบัน เพิ่มช่องทางบริการข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ออมทรัพย์แก่สมาชิกให้มากขึ้นและกระทำอย่างต่อเนื่อง และควรพิจารณาจัดอบรมแก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ในด้านให้ความรู้เรื่องข้อมูล และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ควรจะได้รับ

พินเอกหญิง จารุรัตน์ มูลศาสตร์⁵ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการห้องสมุดกรมยุทธศึกษาทหารบก พบว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการให้ปรับปรุงในด้านทรัพยากรสารสนเทศควรจัดหาหนังสือและตำราวิชาการเพิ่มเติม ในด้านการบริการควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและเก็บข้อมูลทางห้องสมุด รวมทั้งควรเพิ่มเวลาในการเปิดให้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการบางส่วนไม่มีเวลาว่างเข้าใช้บริการห้องสมุด รวมทั้งควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข่าวสาร เพื่อเชิญชวนให้ใช้ห้องสมุด ในด้านสถานที่ควรปรับปรุงความสะอาด และเพิ่มแสงสว่างภายในห้องสมุด ในด้านเจ้าหน้าที่ควรมีการเพิ่มเจ้าหน้าที่ห้องสมุด และเพิ่มความชำนาญในการปฏิบัติการ และในด้านอื่นๆ ควรมีการรวบรวมฐานข้อมูลเอกสารให้มีการสืบค้นได้ ควรมีการบริการห้องสมุดแบบเว็บไซต์ ควรเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับห้องสมุดภายนอก รวมทั้งสามารถใช้บัตรนักเรียนแทนบัตรห้องสมุด และควรเสนอแนะให้ผู้บังคับบัญชาให้ความสนใจยกระดับมาตรฐานห้องสมุดด้วย

พินเอก ชำนาญ กิจเวช⁶ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายอภัยบริรักษ์จำกัด พบว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ทำให้สมาชิกไม่สามารถติดตามข่าวสารของสหกรณ์ออม

ทรัพย์สินได้ จะต้องเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่เน้นการประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งยังต้องให้เจ้าหน้าที่ติดตามขั้นตอนการเสนอขออนุมัติของสมาชิกอย่างต่อเนื่อง และมีข้อเสนอแนะด้านบริการว่า ควรมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มากกว่าปัจจุบัน เพิ่มช่องทางบริการข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ออมทรัพย์แก่สมาชิกให้มากขึ้นและกระทำอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลการมาใช้บริการกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ของกำลังพลและครอบครัว ตั้งแต่ปี 2541 ถึงปี 2559 มีจำนวนลดลงเรื่อยๆ และจากรายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลทำให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการลดลงอาจเกิดจากสินค้าที่ให้บริการของร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ยังไม่มีความหลากหลายและครบวงจรเหมือนห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ การบริการสินค้าและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการอาจนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพน้อยเกินไป เวลาในการเปิดปิดการให้บริการสินค้าอาจไม่อำนวยความสะดวกต่อกำลังพลและครอบครัว ซึ่งต่างจากห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ ที่ให้บริการทั้งในห้างเช้าและห้างค่ำ การประชาสัมพันธ์หรือการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 เพื่อให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการอาจมีการดำเนินการน้อยเกินไป และไม่กว้างขวาง รวมทั้งอาจใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข่าวสารไม่หลากหลายประเภท เช่น แผ่นพับใบปลิว แผ่นป้าย สถานีวิทยุ เคเบิลทีวี เว็บไซต์ เป็นต้น การจัดสถานที่ให้บริการสินค้าอาจไม่สร้างแรงจูงใจให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 และเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการของร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 อาจยังขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้าและทักษะในการให้บริการ จึงทำให้กำลังพลและครอบครัวไม่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ในการบริหารกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพบก ได้มีคำสั่ง กองทัพบก (เฉพาะ) ที่ 1030/43 ลงวันที่ 20 กันยายน พ.ศ.2543 เรื่อง การดำเนินงานกิจการสวัสดิการพีเอกซ์ กองทัพบก และระเบียบคณะกรรมการบริหารกิจการสวัสดิการกองทัพบก ว่าด้วยกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2546 โดยมีสำนักงานกิจการกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. ดำเนินการตรวจสอบและควบคุมการดำเนินงานกิจการสวัสดิการพีเอกซ์ สาขาต่างๆ ของกองทัพบก
2. ดำเนินการควบคุม กำกับดูแลเรื่องเงิน งบประมาณ และการตรวจบัญชี ให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ

3. ดำเนินการเกี่ยวกับหลักฐานการเงิน การงบประมาณ ควบคุมการรับ-จ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน และควบคุมการใช้จ่ายให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ
4. ดำเนินการรวบรวมหลักฐาน และเอกสารมาบันทึกในบัญชีให้ถูกต้องครบถ้วน จัดทำงบทดลอง และรายงานงบดุลประจำปี ของกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก
5. ดำเนินการแนะนำ และตรวจสอบการจัดทำบัญชีแยกประเภท ให้เป็นไปตามระบบสากล
6. ดำเนินการติดต่อ ประสานงานกับบริษัท ห้างร้าน แหล่งผลิต ตลอดจนผลิตภัณฑ์ของกำลังพล และครอบครัว เพื่อมาจำหน่ายในราคาถูก
7. วิเคราะห์ พัฒนาระบบการตลาด และปัญหาข้อขัดข้อง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์

ส่วนกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก สาขา มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. ดำเนินงานกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก ในพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยขึ้นตรง ให้เป็นไปตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์
2. ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ ตัวแทนขายสินค้าและแหล่งผลิตสินค้า เพื่อจัดหาสินค้า หรือการบริการคุณภาพดี ราคาถูกมาจำหน่ายให้กับข้าราชการและครอบครัว
3. สนับสนุนการนำสินค้าหรือการบริการของหน่วย หรือข้าราชการและครอบครัว มาจำหน่ายหรือให้บริการ ในกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก
4. ส่งจ่ายเงินหรือก่อหนี้ผูกพัน เพื่อดำเนินงานสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบกสาขา ตามอนุมัติคณะกรรมการดำเนินงานสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก สาขา
5. จัดทำงบประมาณ งบการเงิน และบัญชี ให้เป็นไปตามระเบียบและคำสั่ง ของคณะกรรมการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก
6. วิเคราะห์พัฒนาระบบตลาด และแก้ไขปัญหาข้อขัดข้อง รวมทั้งประชาสัมพันธ์กิจการในความรับผิดชอบ
7. บันทึก และรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่

สำหรับกองทัพภาคที่ 3 มีคณะกรรมการดำเนินการกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 โดยมี รองแม่ทัพภาคที่ 3 (ด้านกำลังพล) เป็นประธานกรรมการ เพื่อมากำกับดูแลการดำเนินงานร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกิจการร้านค้าสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก ในการดำเนินการกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 นอกจากจะจัดสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีราคาถูก และมีคุณภาพจากบริษัทผู้ผลิตโดยตรง มาบริการให้กับกำลังพลและครอบครัวแล้ว ยังรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านซึ่งเป็นครอบครัวของกำลังพลมาจำหน่ายด้วย ในการดำเนินงานกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 มีกำลังพลที่ปฏิบัติงานจำนวน 9 นาย

ประกอบด้วย นายทหารสัญญาบัตร จำนวน 1 นาย นายทหารประทวน จำนวน 1 นาย พลทหารประจำการ จำนวน 4 นาย และลูกจ้าง จำนวน 3 นาย ทั้งนี้รูปแบบการบริการ ของกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 สรุปได้ดังนี้

1. บริการสินค้าอุปโภคและบริโภค(เป็นสินค้าสั่งตรงจากผู้ผลิตโดยตรง)ตั้งแต่วันที่ 09.30 น. - 16.30 น. ทุกวัน เว้นวันหยุดราชการ โดยมีสินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์เครื่องเขียน อุปกรณ์ในครัวเรือน อุปกรณ์กีฬา ยาเวชภัณฑ์ อาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่มต่างๆ ตลอดจนเครื่องหมายประกอบเครื่องแบบทหาร และ อุปกรณ์ทางทหาร เป็นต้น
2. การบริการสินเชื่อรายบุคคลเครดิต 30 วัน ให้กับข้าราชการที่สังกัดกองทัพภาคที่ 3 เพื่อใช้บริการสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เป็นวงเงิน 700-1,000 บาท
3. การบริการสินเชื่อปลอดดอกเบี้ยให้กับข้าราชการกองทัพภาคที่ 3 เพื่อใช้บริการจัดหาสินค้าเครื่องแต่งกายทหาร และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในวงเงินไม่เกินท่านละ 3,000 บาท สามารถผ่อนชำระได้ไม่เกิน 3 เดือน
4. การบริการสินค้าประเภทขายส่งให้กับร้านค้าสวัสดิการ (PX) ของหน่วยขึ้นตรงกองทัพภาคที่ 3 โดยให้เครดิต 45 วัน และสามารถซื้อสินค้าได้ราคาต่ำกว่าหน้าร้าน ร้อยละ 2-3 รวมทั้งสินค้าสามารถส่งคืนได้ สิ้นปีมีปันผลสำหรับหน่วยที่ใช้บริการเกิน 100,000 บาท ขึ้นไป
5. การบริการสินเชื่อดอกเบี้ยราคาถูก ตามอัตราที่กองทัพบกอนุญาตให้ดำเนินการ คือ ร้อยละ 58 สตางค์ต่อเดือนหรือร้อยละ 7 ต่อปีสามารถเลือกผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 6-30 เดือน

ในด้านการบริหาร มีข้อสรุปและข้อเสนอแนะของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาไว้หลายประการ ดังต่อไปนี้

พันเอก เชี่ยวชาญ พรหมยิ้ม⁷ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหาร พี.เอกซ์. ของกองทัพบกให้มีประสิทธิภาพ ศึกษาเฉพาะกรณี : หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ไม่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของข้าราชการชั้นประทวนและครอบครัว トラบใดที่กลุ่มผู้ใช้บริการเหล่านี้ยังเกิดความพึงพอใจ โดยควรมีการปรับปรุงและพัฒนาการบริหาร พี.เอกซ์. ให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การอบรมพนักงานขาย เพื่อให้เกิดความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องการขายสินค้า เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรจัดทำบัตรเครดิตในการซื้อขายให้กับกำลังพล เพราะส่วนใหญ่จะมีเงินสดไม่เพียงพอในการซื้อขายสินค้า

3. ควรมีสถานที่พักผ่อนให้ครบวงจร เช่น มีร้านอาหาร มีสนามเด็กเล่น มีห้องสมุด หรือ มีห้องฉายภาพยนตร์ หรือวิดีโอขนาดเล็กอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มความสนใจให้ผู้ใช้บริการนำครอบครัวมาใช้บริการมากขึ้น
4. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าในร้าน พี.เอกซ์. ให้มากขึ้น

พันเอก ร่มพล มีชูอรรถ ⁸ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการบริหาร พีเอกซ์ กองทัพภาคที่ 1 สาขามณฑลทหารบกที่ 11 พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้าและความรู้ความสามารถในเชิงธุรกิจของผู้บริหารมีความสำคัญต่อการบริหารพีเอกซ์ ดังนั้นจึงควรเพิ่มการพัฒนาสัมพันธ์กับลูกค้าและรวมทั้งผู้บริหารพีเอกซ์ ต้องมีความรู้เชิงธุรกิจ

พันเอก วีระพล เรี่ยมทอง ⁹ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้ยอดการจำหน่ายสินค้าของร้านสวัสดิการกองทัพบกลดลง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อยอดการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ระบบเศรษฐกิจตกต่ำ การเปิดการค้าเสรี การสร้างความประทับใจต่อลูกค้า การบริหารจัดการ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

พันโท สมมาตร วัชระสุนทรกิจ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการร้านค้าสวัสดิการพีเอกซ์ สาขากองทัพภาคที่ 3 กรณีศึกษา : ในค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก กล่าวว่าควรมีการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าสวัสดิการพีเอกซ์ สาขากองทัพภาคที่ 3 ดังนี้

1. ด้านตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรให้มีหลากหลายชนิด และบริการเสริมอื่นๆ แบบครบวงจร รวมทั้งควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำให้ข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวสินค้า และผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ซื้อ
2. ด้านราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรกำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาด และควรกำหนดวิธีการชำระเงินหลากหลาย เพื่อความสะดวกของลูกค้า
3. ด้านการจัดจำหน่าย ควรกำหนดวัน เวลา การจำหน่ายสินค้านอกเวลาราชการ และควรมีการส่งเสริมการขายสินค้าบางรายการแบบ **Delivery**
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ควรส่งเสริมรายการลด แลก แจก แถม และควรจัดวางสินค้าให้ดึงดูด น่าสนใจ

จากข้อมูลแนวทางการดำเนินงานกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก และระเบียบคณะกรรมการบริหารกิจการสวัสดิการกองทัพบก ว่าด้วยกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบกในข้างต้นที่ให้กิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก ดำเนินงานกิจการสวัสดิการพีเอกซ์

กองทัพบก ในพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยขึ้นตรง โดยให้ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ ตัวแทนขายสินค้าและแหล่งผลิตสินค้าได้เอง เพื่อจัดหาสินค้า หรือการบริการที่มีคุณภาพดี ราคาถูกมาจำหน่ายให้กับกำลังพลและครอบครัว รวมทั้งสนับสนุนการนำสินค้าของหน่วย หรือกำลังพลและครอบครัวมาจำหน่าย ในกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบกได้ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์พัฒนาระบบตลาดและแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการให้บริการต่างๆ ของกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก รวมทั้งให้มีการประชาสัมพันธ์กิจการต่างๆ ของกิจการสวัสดิการพีเอกซ์กองทัพบก และแนวทางการให้บริการของกิจการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 มีการบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคทุกวันช่วงเวลา 09.30 น.ถึง 16.30 น. เว้นวันหยุดราชการ โดยสินค้าอุปโภคและบริโภคทางร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 จะสั่งโดยตรงจากผู้ผลิต และนอกจากนี้ยังบริการสินค้าและอุปกรณ์ทางทหารเพิ่มเติม ให้กับกำลังพลและครอบครัว รวมทั้งยังให้บริการสินเชื่อและระบบผ่อนชำระแก่กำลังพลและครอบครัวที่มีเงินสดไม่เพียงพอต่อการซื้อสินค้า และจากรายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร จะเห็นได้ว่าร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 มีการบริหารที่สามารถตอบสนองกำลังพลและครอบครัวได้ในระดับหนึ่ง แต่หากต้องการให้การบริหารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรจัดให้มีสินค้าและผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด และจัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ แบบครบวงจร เช่น รายการลด แลก แจก แถม และการขายสินค้า แบบ Delivery เป็นต้น ราคาของสินค้าที่ให้บริการควรมีราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาด เช่น จากห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ ซึ่งมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ด้านการจัดสถานที่ควรมีสถานที่พักผ่อนและสันทนาการให้ครบวงจร เช่น ร้านอาหาร สนามเด็กเล่น ห้องสมุด ห้องฉายภาพยนตร์ หรือวิดีโอขนาดเล็กอยู่ในพื้นที่ร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการมากขึ้น ด้านช่วงเวลาการให้บริการ ควรเพิ่มเวลาในการให้บริการในแต่ละวันและการให้บริการในวันหยุด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกำลังพลและครอบครัวที่ไม่สามารถมาใช้เวลาในหัวเวลาราชการได้ ด้านเจ้าหน้าที่ควรมีการอบรมในทุกระดับเกี่ยวกับการให้บริการ การพัฒนาสัมพันธ์ ข้อมูลสินค้า และความรู้เชิงธุรกิจ เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ ตลอดจนการเป็นมืออาชีพในด้านการบริการสินค้าและสามารถวิเคราะห์ระบบตลาดและแก้ไขปัญหาด้านธุรกิจได้ ด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์การให้บริการสินค้า การส่งเสริมการขาย และกิจกรรมอื่นๆ ของร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 ให้กับกำลังพลและครอบครัว ในรูปแบบต่างๆ ให้ครอบคลุมและทั่วถึง

นอกจากร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 จะเป็นแหล่งบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคให้กับกำลังพลและครอบครัวแล้ว ในบริเวณพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกยังมีซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่หลายแห่งเปิดให้บริการสินค้าอุปโภคและบริโภคแก่ผู้บริโภครักษาไป รวมถึงกำลังพลและครอบครัวทหารด้วย เช่น ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างเทสโก้ โลตัส และห้างแม็คโคร เป็นต้น ซึ่งการบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ดังกล่าว อาจส่งผลทำให้กำลังพลและครอบครัวทหารมาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 ลดลง ทั้งนี้รูปแบบการบริหารจัดการของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่จะคล้ายๆ กัน ในการจัดจำหน่ายเครื่องอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพราคาประหยัด และอำนวยความสะดวกให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้าและครอบครัว นอกจากนี้ยังมีการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการเพื่อทำธุรกิจร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ ร้านค้าเฉพาะอย่างหรือร้านเช่าอื่นๆ ซึ่งเสนอขายสินค้าอันมีคุณภาพและรูปแบบที่แตกต่างจากซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ และซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึงเวลา 22.00 น. โดยสินค้าอุปโภคและบริโภคแบ่งเป็นเป็น 4 ประเภท ได้แก่ประเภทอาหารสด ซึ่งจำหน่ายเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผักสด ทั้งแบบพร้อมปรุงและพร้อมทาน เครื่องใช้ประจำวัน อาหารแช่แข็ง เบเกอรี่ และเครื่องเทศต่างๆ ประเภทอาหารแห้ง ซึ่งจำหน่ายอาหารพร้อมปรุง เครื่องปรุงรส เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว สุรา ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาหารและอุปกรณ์เลี้ยงสัตว์ ประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว ซึ่งจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องสำอาง และประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน ซึ่งจำหน่ายเครื่องนอน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องครัว เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์กีฬา เครื่องประดับยนต์ ของเด็กเล่น และอุปกรณ์ซ่อมแซมต่างๆ โดยรูปแบบการบริหารของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมีดังนี้

1. ด้านสินค้า : มีการจัดเรียงจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นระบบ จัดหมวดหมู่สินค้าอย่างชัดเจน มีสินค้าหลากหลายให้บริการ ทั้งสินค้าพื้นฐานซึ่งเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน สินค้าตามฤดูกาล และสินค้าโปรโมชั่น ซึ่งราคาสินค้าดังกล่าวถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป
2. ด้านราคา : มีการกำหนดราคาสินค้าถูกที่สุดเป็นจุดขายหลัก ป้ายราคาสินค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน ใช้เทคโนโลยีการพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทั้งระบบ
3. ด้านบริการ : มีระบบการชำระเงินสะดวกได้ทั้งเงินสด และบัตรเครดิต มีการรับประกันความพอใจด้วยการรับคืนและเปลี่ยนสินค้า มีบริการที่จอดรถสะดวก มีบริการแลกของแถม บริการส่งซ่อมสินค้า มีบริการแนะนำสินค้านานาชาติพิเศษ รวมทั้งมีบริการสินค้าและบริการอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ ร้านค้าขายสินค้าที่มีคุณภาพ

ในด้านการบริหารของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ มีข้อสรุป และข้อเสนอแนะของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางศึกษาไว้หลายประการ ดังต่อไปนี้

สร้อยรุจี อินทธร ¹⁰ ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม มีดังนี้

1. เรื่องสินค้าและบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย ตามที่ต้องการสินค้านี้มีคุณภาพสดและใหม่เสมอ พนักงานคิดเงินถูกต้อง และรวดเร็วทำให้ไม่เสียเวลารอนาน จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานยินดีตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ
2. เรื่องราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการติดบาร์โค้ดแสดงราคาไว้ชัดเจน ทำให้ไม่เสียเวลาเดินไปเดินมาระหว่างจุดชำระเงินและชั้นวางสินค้า ราคาที่ชั้นวางของกับจุดชำระเงินตรงกัน สินค้ายุติธรรมสมเหตุสมผลไม่ทำให้รู้สึกถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือแพงจนเกินไป
3. เรื่องสถานที่บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งไปมาง่าย อุณหภูมิภายในห้างเย็นสบายปลอดโปร่งไม่รู้สึกอึดอัด ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ จัดแบ่งพื้นที่ในการวางสินค้าชัดเจน เลือกซื้อ เลือกหาได้ง่าย
4. เรื่องการส่งเสริมแนะนำบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับ การจัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม และการส่งรายการสินค้า (โบว์ชัวร์) ให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก

เกศรา จันทร์จรัสสุข ¹¹ ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของห้างเทสโก้ โลตัส ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในแต่ละด้าน มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ของห้างเทสโก้ โลตัส ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าในห้างเทสโก้ โลตัส เนื่องจากมีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ
2. ด้านบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส เพราะห้างเทสโก้ โลตัส มีบริการอื่นๆ นอกเหนือจากสินค้า เช่น ธนาคาร ร้านอาหาร ร้านหนังสือ โรงภาพยนตร์ และร้านดูแลและทำความสะอาดรถยนต์ (คาร์แคร์) เป็นต้น
3. ด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส เพราะสินค้าแต่ละประเภทมีความหลากหลายให้เลือกซื้อสินค้า และใช้บริการ
4. ด้านสถานที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส เพราะการเดินทางมีความสะดวกจากที่บ้าน และที่ทำงาน

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส เพราะห้างเทสโก้ โลตัส มีสื่อโฆษณาเกี่ยวกับการลดราคาและสินค้าโปรโมชันในห้างบ่อยกว่าห้างอื่นๆ

นิชฐ์นิภา ธนพริยพงศ์¹² ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้า A สาขาศรีนครินทร์ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี รายได้ 20,001-30,000 บาท ต่อเดือน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ความถี่ในการไปซื้อ สินค้าหรือใช้บริการในห้างสรรพสินค้าเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยมักจะเดินทางมากับครอบครัว และเหตุผลที่เลือกมาห้างสรรพสินค้านี้เนื่องจาก ใกล้บ้าน รองลงมาคือ ความทันสมัย และความหลากหลายของสินค้า มีบริการด้านอื่น ๆ ครบ มีร้านอาหารให้เลือกมาก การจัดโปรโมชั่น ลดราคาบ่อย และที่จอดรถสะดวกสบาย ตามลำดับ และวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา ห้างสรรพสินค้าคือเพื่อซื้อสินค้า รองลงมาคือ ทำธุรกรรมเกี่ยวกับธนาคาร/จ่ายบิล รับประทานอาหาร เล่น ชม ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ตามลำดับ

จากข้อมูลแนวทางการการบริหารของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ ทั้งห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และห้างเทสโก้ โลตัส ซึ่งจัดจำหน่ายเครื่องอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพราคาประหยัด และอำนวยความสะดวกให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้าแบบครบวงจร รวมทั้งยังมีการให้บริการอื่นๆ ให้กับผู้บริโภคอีก ได้แก่ ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ และร้านขายสินค้าต่างๆ ไป โดยเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึงเวลา 22.00 น. จึงทำให้ผู้บริโภคนิยมไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งหมายรวมถึงกำลังพลและครอบครัวด้วย ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ไปใช้บริการซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ เนื่องจากมาจากซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ ทั้งสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน สินค้าตามฤดูกาล และสินค้าโปรโมชัน การติดป้ายแสดงราคามองเห็นชัดเจน ราคาสินค้าถูกและยุติธรรม สมเหตุสมผลไม่แพงจนเกินไป มีการส่งเสริมการขายและแนะนำสินค้า ทั้งการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม และการส่งรายการสินค้า (โบว์ชัวร์) ให้แก่ผู้บริโภค พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งมีความยินดีต่อการตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีการพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทั้งระบบ ง่ายต่อการชำระเงินได้ทั้งเงินสด และบัตรเครดิต มีการรับประกันความพอใจด้วยการรับคืน และเปลี่ยนสินค้า มีการบริการอื่นๆ นอกเหนือจากสินค้าของซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ เช่น ธนาคาร

ร้านอาหาร ร้านหนังสือ โรงภาพยนตร์ และร้านค้าคาร์แคร์ สถานที่ตั้งซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ มีความสะดวกสบายในการเดินทางจากที่บ้าน และที่ทำงาน

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการร้านค้าสวัสดิการ (POST EXCHANGE : PX) กองทัพอากาศที่ 3 ” มีข้อสรุปพบว่ากำลังพลและครอบครัวทหารมีพฤติกรรมการเข้ามาใช้บริการร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 ลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ให้บริการยังไม่มีหลากหลาย ราคาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไม่แตกต่างจากแหล่งบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่นๆ การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบยังน้อยเกินไป ห้วงเวลาในการให้บริการสินค้าไม่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อกำลังพลและครอบครัว การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ให้กำลังพลและครอบครัวยังน้อย และไม่หลากหลาย เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการยังขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้าและทักษะในการให้บริการ แต่การบริหารงานของร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 ยังสามารถตอบสนองกำลังพลและครอบครัวได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากยังมีกำลังพลและครอบครัวบางส่วนยังมาใช้บริการ แต่หากต้องการให้การบริหารมีประสิทธิภาพและให้กำลังพลและครอบครัวมาใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานในระดับนโยบาย ควรกำหนดให้สินค้าอุปโภคและบริโภคที่ขายในร้านค้าสวัสดิการของหน่วยงาน ความมั่นคงเป็นสินค้าที่ปลอดภัย เพื่อให้ราคาสินค้าอุปโภคและบริโภครต่ำกว่าแหล่งบริการสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่นๆ โดยการออกกฎหมายเกี่ยวกับภาษีให้กับผู้ผลิตสินค้าสำหรับร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพอากาศที่ 3 มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า : ควรมีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหลากหลายชนิด
2. ด้านราคาผลิตภัณฑ์หรือสินค้า : ควรติดป้ายแสดงราคามองเห็นชัดเจน ราคาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าควรมีราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาด
3. ด้านการส่งเสริมการขาย
 - 3.1 ควรมีการจัดรายการโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่างๆ
 - 3.2 ควรมีการส่งรายการผลิตภัณฑ์หรือสินค้า (โบว์ชัวร์)
 - 3.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข่าวสารเพิ่มเติมทั้ง สถานีวิทยุ เคเบิลทีวี เว็บไซต์ เป็นต้น
4. ด้านการบริการ
 - 4.1 ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบ สามารถชำระเงินได้ทั้งเงินสด และบัตรเครดิต
 - 4.2 ควรมีการรับประกันความพอใจ ด้วยการรับคืนและเปลี่ยนสินค้า

- 4.3 ควรมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการบริการ รวมทั้งมีความรู้สามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้
 - 4.4 ควรกำหนดช่วงเวลาในการให้บริการสินค้าเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการ
 - 4.5 ควรมีสถานที่พักผ่อนและสันทนาการ เช่น ร้านอาหาร สนามเด็กเล่น ห้องสมุด และห้องฉายภาพยนตร์ขนาดเล็ก
5. ด้านอื่นๆ
- 5.1 ควรมีการปลูกจิตสำนึกในการมีส่วนร่วม สนับสนุน และดูแลร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 เพื่อให้ร้านค้าสวัสดิการ (PX) กองทัพภาคที่ 3 สามารถดำรงอยู่ได้
 - 5.2 ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่ในทุกระดับเกี่ยวกับการให้บริการพัฒนาสัมพันธ์ ข้อมูลสินค้า และความรู้เชิงธุรกิจ เพื่อสร้างมืออาชีพในด้านการตลาด และธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

¹ กิจการสวัสดิการพีเอ็กซ์หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก (อินเทอร์เน็ต). กรุงเทพฯ: แผนกกรรมวิธี หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก; ไม่ปรากฏหลักฐาน (ปรับปรุงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2560; เข้าถึงเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560). เข้าถึงได้จาก: <http://www.lanna7005.com/px.html>

² ร้านสวัสดิการกลางกองทัพบก (อินเทอร์เน็ต). กรุงเทพฯ: กองกิจการร้านสวัสดิการ กรมสวัสดิการทหารบก; 2558 (ปรับปรุงเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560; เข้าถึงเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2560). เข้าถึงได้จาก: <http://www.awds-rta.com /ประวัติและภารกิจ-24065.page>

³ สมมาตร วัชรระสุนทรกิจ, พันโท. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการร้านค้าสวัสดิการพีเอ็กซ์ สาขากองทัพบกภาคที่ 3 กรณีศึกษา : ในค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร; 2553.

⁴ พัฒนา จันทรมนิม, พันเอก. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์กรมพลธิการทหารบกจำกัด (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก; 2556.

⁵ จารุรัตน์ มูลศาสตร์, พันเอกหญิง. ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องสมุด กรมยุทธศึกษาทหารบก (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก; 2558.

⁶ ชำนาญ กิจเวช, พันเอก. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายอภัยบริรักษ์จำกัด (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก; 2559.

⁷ เชี่ยวชาญ พรหมยิ้ม, พันเอก. การบริหาร พี.เอกซ์. ของกองทัพบกให้มีประสิทธิภาพ ศึกษาเฉพาะกรณี : หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง; 2542.

⁸ รวมพล มีชูอรรถ, พันเอก. ปัญหาการบริหาร พีเอกซ์ กองทัพภาคที่ 1 สาขามณฑลทหารบกที่ 11 (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง; 2542.

⁹ วีระพล เรียมทอง, พันเอก. ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้ยอดการจำหน่ายสินค้าของร้านสวัสดิการกองทัพบกดลง (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). กรุงเทพฯ: สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง; 2543.

¹⁰ สร้อยรุจี อินทศร. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม (ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต; 2546.

¹¹ เกศรา จันทร์จรัสสุข. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; 2555.

¹² นิษฐ์นิภา ธนพิริยพงศ์. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้า A สาขาศรีนครินทร์ ในจังหวัดสมุทรปราการ (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ; 2556.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ

พันเอก วีระพงษ์ เลิศล้ำ

วัน เดือน ปีเกิด

24 สิงหาคม 2512

ประวัติสำเร็จศึกษา

- พ.ศ.2536 วิทยาศาสตรบัณฑิต (ทบ.) โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
จังหวัดนครนายก
- พ.ศ.2538 หลักสูตรชั้นนายร้อยเหล่าสรรพาวุธ โรงเรียนสรรพาวุธทหารบก
กรมสรรพาวุธทหารบก กรุงเทพฯ
- พ.ศ.2541 หลักสูตรชั้นนายพันเหล่าสรรพาวุธ โรงเรียนสรรพาวุธทหารบก
กรมสรรพาวุธทหารบก กรุงเทพฯ
- พ.ศ.2545 หลักสูตรหลักประจำ เสนาธิการทหารบก
สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง กรุงเทพฯ
- พ.ศ.2550 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะ)
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

ประวัติการทำงาน

- พ.ศ. 2536-2539 นายทหารช่างซ่อมยานยนต์ กองสรรพาวุธเบา กองพลทหารราบที่ 4
- พ.ศ. 2543-2544 ผู้ช่วยนายทหารสรรพาวุธ กองพลทหารราบที่ 4
- พ.ศ. 2545-2548 ประจำกองกำลังพล กองทัพอากาศที่ 3
- พ.ศ. 2548 นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา กองทัพอากาศที่ 3
- พ.ศ. 2548-2550 ผู้ช่วยนายทหารกิจการพลเรือน กองทัพอากาศที่ 3
- พ.ศ. 2550-2556 รองผู้บังคับกองพันซ่อมบำรุงที่ 23
- พ.ศ. 2556 หัวหน้ากองส่งกำลังบำรุง กองบัญชาการช่วยรบที่ 3
- พ.ศ. 2556-2558 ผู้บังคับกองพันซ่อมบำรุงที่ 23
- พ.ศ. 2558 รองเสนาธิการ กองบัญชาการช่วยรบที่ 3

ตำแหน่งปัจจุบัน

- พ.ศ. 2558-2560 รองผู้บังคับศูนย์ควบคุมการส่งกำลังบำรุง
กองบัญชาการช่วยรบที่ 3