

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการ
ห้างนราไฮเปอร์มาร์ท อำเภอมือง จังหวัดน่าน

ชื่อผู้จัดทำ : นางเบญจวรรณ กมลเลิศ

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวิวรรณ ธารพิพัฒน์

วันที่ออมนุมัติผลงาน : มีนาคม 2553

จำนวนหน้า : 83 หน้า

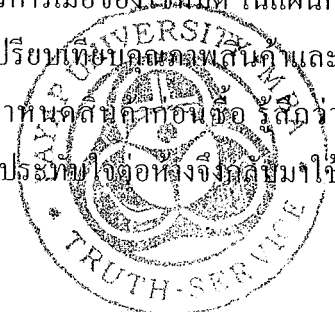
คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการ
ห้างนราไฮเปอร์มาร์ท อำเภอมือง จังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการ
ใช้บริการห้างนราไฮเปอร์มาร์ท ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการห้าง นราไฮเปอร์มาร์ท
และเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้
แบบสอบถามจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการห้างนราไฮเปอร์มาร์ท จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการ
สุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น และเก็บรวบรวมข้อมูลภายในห้างนราไฮเปอร์มาร์ท ทำการ
วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
การทดสอบสมมติฐาน โดยค่าสถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 35 ปี สำเร็จการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/รับจ้าง รายได้
ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดน่าน และอาศัยอยู่ในอำเภอมือง

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการใช้บริการห้างนราไฮเปอร์มาร์ท พบว่า
ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการห้างนราไฮเปอร์มาร์ทกับครอบครัว เลือกมาใช้บริการเพราะความ
หลากหลายของสินค้าและบริการ ชื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ใช้บริการในช่วง
วันวันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 16:01-20:00 น. สัปดาห์ละมากกว่า 1 ครั้ง เวลาที่มาใช้บริการ
1-ชั่วโมง ใช้จ่ายเงินเฉลี่ยครั้งละ 500-1,000 บาท ชื้อสินค้าและใช้บริการเมื่อของใช้หมด ในแผนก
ซูเปอร์มาร์เก็ต เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าและ
บริการ ราคา ความสะดวกสบายในการมาเดินเลือกซื้อสินค้า กำหนดสินค้าก่อนซื้อ รับผิดชอบ
ภาพลักษณ์ของตนเองดูโดดเด่นและทันสมัยเมื่อมาใช้บริการ มีความประทับใจต่อห้างจึงกลับมาใช้



บริการอีกครั้ง เคยได้รับข่าวสารจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจในการมาใช้บริการ ระบุยี่ห้อสินค้าเฉพาะก่อนซื้อ และได้รับความพึงพอใจตามที่คาดหวังไว้

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นย่อยคุณภาพสินค้าของห้างได้มาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท และมีการปรับเปลี่ยนสินค้าใหม่เสมอ ปัจจัยด้านราคา ในประเด็นย่อย สินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาถูกกว่าร้านค้าปลีกอื่น และราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ในประเด็นย่อย สะดวกในการเดินทาง อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และมีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในประเด็นย่อย สถานที่สวยงามกว้างขวาง สะอาด สว่าง และร่มเย็น และผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นย่อย ความรวดเร็วในการชำระเงินสด ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้า และความถูกต้องของราคาสินค้ากับป้าย ปัจจัยด้านพนักงาน ในประเด็นย่อย พนักงานแต่งกายเรียบร้อย ให้บริการอย่างสุภาพ และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นย่อย การแลกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบมูลค่า การมีสินค้าให้ทดลองชิม และพนักงานคอยให้บริการแนะนำเกี่ยวกับสินค้า

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ ผู้บริโภคที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน