

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านศูนย์
สายตา อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ผู้จัดทำ : นางสาวนันทกา ศรีเพชร

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : พฤษภาคม 2554

จำนวนหน้า : 53

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านศูนย์สายตา และเพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยใช้แนวคิดของส่วนประสมการตลาดบริการ ของลูกค้าร้านศูนย์สายตา อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ เพื่อให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงสินค้าและบริการของทางร้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการใหม่ นำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับร้านแว่นตา เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกัน นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงสินค้าและบริการของทางร้าน และเพื่อให้ผู้ที่สนใจนำข้อมูลที่ได้ไปศึกษาครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ประชากรที่ศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าและใช้บริการร้านศูนย์สายตา อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 246 ตัวอย่าง โดยแสดงผลรูปตารางประกอบคำบรรยาย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างสองกลุ่ม

ด้านพฤติกรรม

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 50 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 7,000 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่าสินค้าหรือบริการกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้บริการเป็นส่วนใหญ่คือแว่นตาและมาซื้อสินค้าของทางร้านศูนย์สายตาเนื่องจากจำเป็นต้องใช้งาน

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีสายตาสั้น ซื้อเพราะจำเป็นต้องใช้งาน และลูกค้ำมาใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตาเนื่องจากมั่นใจในฝีมือของทางร้าน

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่า ตัวเองเป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าจากร้านศูนย์สายตา และลูกค้ำรู้จักร้านศูนย์สายตาจากการที่มีคนแนะนำให้รู้จัก

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมาใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตาน้อยกว่าปีละครั้ง และปกติจะซื้อสินค้าและใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตา ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำรู้จักร้านศูนย์สายตาจากการที่มีคนแนะนำให้รู้จัก

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่า ลูกค้ำมีสายตาสั้น และซื้อเพราะจำเป็นต้องใช้งาน ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า ลูกค้ำไม่เคยค้นหาข้อมูลของทางร้านก่อนมาใช้บริการที่ร้านถึง ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ไม่เคยมาใช้บริการกับทางร้านมา และลูกค้ำไม่ได้มีการเปรียบเทียบสินค้าและบริการของทางร้านกับร้านอื่นก่อนมาใช้บริการด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า ลูกค้ำจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมีราคาระหว่าง 2,501 - 3,500 บาท มีการซื้อและใช้บริการร้านแว่นตาจากร้านแว่นตาทั่วไป ถ้าไม่ได้มาใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตาแล้ว จะใช้บริการจากร้านแว่นตาทั่วไป ปกติจะซื้อสินค้าและใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตา ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน และความรู้สึกภายหลังการซื้อ พบว่า ลูกค้ำมีความพอใจในระดับมากเมื่อมาใช้บริการของทางร้าน จะกลับมาใช้บริการของร้านศูนย์สายตาอีกในครั้งต่อไป ลูกค้ำคิดว่าสินค้ามีความคุ้มค่ากับราคา ลูกค้ำจะแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการที่ร้านศูนย์สายตาอีก

การศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้ำการศึกษาพบว่าลูกค้ำร้านศูนย์สายตามีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเกือบทุกๆ ปัจจัยในด้านส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้ำ มีเพียงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเพียงปัจจัยเดียวที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากซึ่งปัจจัยด้านพนักงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเกือบทุกๆ ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยในเรื่องการมีเครื่องมือตรวจวัดสายตาที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ สินค้าของทางร้านน่าเชื่อถือ คุณภาพของสินค้า และปัจจัยในเรื่องมีการรับประกัน

ด้านราคาพบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเกือบทุกๆ ปัจจัยในด้านราคา ซึ่งปัจจัยในเรื่องการมีป้ายราคาแสดงไว้อย่างชัดเจน สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ คุณภาพคู่กับราคา และการสามารถต่อรองราคาได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเกือบทุกๆ ปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งปัจจัยในเรื่องการตกแต่งร้าน สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ เวลาเปิดปิดร้านมีความเหมาะสม และขนาดของร้านกว้างขวาง

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในทุกๆ ปัจจัยในการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยในเรื่องการมีของแถมและของสมนาคุณให้กับลูกค้า สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ การมีส่วนลดให้ลูกค้า และการมีส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ

ด้านพนักงานพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกๆ ปัจจัยในด้านพนักงาน ซึ่งปัจจัยในเรื่องการมีพนักงานที่ตรวจวัดสายตามีความรู้ความสามารถในการวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานมีการกล่าวทักทายและพูดจาไพเราะกับลูกค้า และปัจจัยในเรื่องพนักงานให้คำแนะนำในการใช้งานและเก็บรักษา แว่นตาอย่างดี ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเกือบทุกๆ ปัจจัยในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยในเรื่องการตกแต่งตู้โชว์มีความสวยงาม สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ ร้านมีการตกแต่งอย่างเหมาะสม และสินค้าจัดวางอย่างเป็นระเบียบ และปัจจัยในเรื่องการมีเก้าอี้นั่งรอระหว่างให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านกระบวนการพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกๆ ปัจจัยในกระบวนการ ซึ่งปัจจัยในเรื่องการมีพนักงานคอยให้บริการและแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สำหรับปัจจัยรองลงมาได้แก่ ร้านมีความถูกต้องในการให้บริการ และปัจจัยในเรื่องสินค้ามีการส่งมอบตรงเวลานัด เท่ากันกับปัจจัยในเรื่องสามารถทราบผลการบริการได้อย่างรวดเร็ว

ผลการให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้าร้านศูนย์สายตา จังหวัดอุดรธานีของกลุ่มตัวอย่างที่ได้นั้น เรายังไม่สามารถสรุปได้ว่าในแต่ละช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการเหมือนหรือแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถเห็นถึงความแตกต่าง สำหรับข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ครั้งนี้คือ ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน ในทุกๆ ปัจจัย