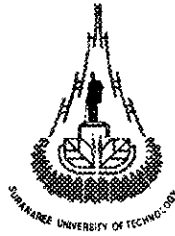


ฉบับพิมพ์



รายงานการวิจัย

เรื่อง

วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภค
ในจังหวัดนครราชสีมา

(An Analysis of Data Base on Consumer
Preference in Nakhon Ratchasima)

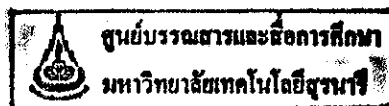
หัวหน้าโครงการวิจัย

อาจารย์ นาวาอากาศตรี เกกิงศักดิ์ ชัยชาญ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2541

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

กันยายน 2542

บทคัดย่อ

การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความพอใจของผู้บริโภคใน จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการให้บริการของผู้บริโภค ในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และ ธุรกิจโรงแรม เพื่อศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และเพื่อศึกษาปัญหาการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งแนวทางในการแก้ไข ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจ ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา จากธุรกิจทางด้านบริการ 3 ประเภทดังกล่าวนี้ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ใช้บริการธุรกิจ 3 ประเภท จำนวนทั้งสิ้น 496 ตัวอย่าง ด้วยการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบ ไม่อาศัยความน่าจะเป็น และกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีวิเคราะห์ในรูปของสัดส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test และ ANOVA โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺

ผลการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่สูงมากนักและเป็นวัยกำลังทำงาน ส่วนทางด้านระดับการศึกษา ปรากฏว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่

เกี่ยวกับสภาพการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ ห้างคลังพลาซ่า (ถนนจอมสุรางค์) และห้าง บิ๊กซี (Bic C) โดยส่วนใหญ่จะไปใช้บริการในวันหยุดงาน สำหรับช่วงเวลาที่ไม่ใช้บริการเป็นประจำ คือช่วงเย็น และช่วงกลางวัน โดยส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป สำหรับเหตุผลไปใช้บริการเพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ

ส่วนการศึกษาสภาพการให้บริการธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำ คือ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ ส่วนช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการธนาคารเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการใน ช่วงกลางวัน, ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน และช่วงเช้า สำหรับจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง ทางด้านธุรกิจของธนาคารที่ไปใช้กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการถอนเงินและฝากเงิน ส่วนเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไม่ใช้บริการของธนาคารแห่งนี้เพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ และรู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสภาพการใช้บริการธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ โรงแรมราชพฤกษ์ และลีมาธานี ส่วนทางด้านจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม เฉลี่ยต่อเดือนปรากฏว่าค่อนข้างต่ำ คือส่วนใหญ่มาใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้ง สำหรับธุรกิจของโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด คือ รับประทานอาหาร โดยที่เหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่ไปใช้บริการ เพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ

การศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่ามีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคาร และโรงแรม ระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษาปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคาร และโรงแรม ระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า และโรงแรม จำแนกตามอาชีพ ผลการศึกษาปรากฏว่า มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคาร มีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการแก่ผู้บริโภค ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม เกี่ยวกับด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด

Abstract

The objective of this study, An analysis of data base on consumer preference in Nakhon Ratchasima are: first, to analyse the data base on consumer behavior in three service sectors; department stores, banks and hotels, second, to study consumer preference on those services according to sex, age, education occupation and incomes, and third, to study the problems and how to improve those services in Nakhon Ratchasima.

The primary data is 496 samples from the nonprobability sampling survey. These samples are from purposive sampling by occupation in the urban area of Muang District Nakhon Ratchasima.

The statistical package of social science (SPSS/PC+) is used in the descriptive analysis, and the results are shown in the form of percentages, arithmetics mean, standard deviation, t-test and ANOVA. Most samples are in the labour force, have bachelor's degree and medium level incomes.

The number of female samples is a little higher than that of men. The results of the study include three main points. First, most of these consumers always go to Klang Plaza (Jomsurang road) and Big C at noon and in the evening on the weekend. On average, They go there two times a month because of convenient transportation and parking. Second, most of these consumers always go to the Bank of Krung Thai limited and Bangkok bank limited during lunch hours. They go to the bank 2-4 times per month, especially those of two banks because of convenient transportation, parking and stability. Third, most of consumers always go to Rajchaphruk and Sima Thani hotels, but they don't of ten go to the hotels in each month. The important activity at the hotel is food service. The reasons for going to Rajchaphruk Grand and Sima Thani are the convenience in transportation and parking.

However, the consumers' preference of services from department stores, banks and hotel is in the medium level.

Besides, the comparative preference study on the consumers by sex , income level for the services of department stores, banks and hotels shows no difference. However, if the results are divided by consumer age and education, the comparative preference from the services of department store is different, but not banks and hotels. For the comparative preference by occupation , the consumers always feel that the services of the department stores and hotels are the same, but not the banks.

The important recommendation for service improving of department stores, banks and hotels is the decreasing of price of those services in the marketing.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา นี้ สำเร็จลงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายฝ่าย ผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กริช สืบสนธิ์ ที่ให้โอกาสในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวัญกมล กลิ่นศรีสุข ที่กรุณาคอยช่วยเหลือ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ในการทำวิจัย

ขอขอบคุณผู้เขียนเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัย บทความ ตลอดจนเอกสารทางวิชาการในรูปแบบอื่นๆ ที่ผู้เขียนใช้ในการค้นคว้าและอ้างอิง ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ หน่วยราชการ หน่วยงาน ตลอดจนสถาบันต่างๆ ที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ใคร่ขอขอบคุณ ผู้ช่วยนักวิจัย และบุคคลในหน่วยงานต่างๆ ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ ในการช่วยประสานงานและเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ให้ความสนับสนุนทุกด้าน ตลอดทั้งเงินงบประมาณ เพื่อใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานวิจัยครั้งนี้ จะได้ถูกนำไปใช้ในทางที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในด้านต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ

เอกกิตติ์ ชัยชาญ

ตุลาคม 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาในการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์และขอบเขตของการศึกษา	2
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	3
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ลักษณะและสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ที่ศึกษา	14
3.1 ประวัติความเป็นมา	14
3.2 สภาพทั่วไป	14
3.3 สภาพทางเศรษฐกิจ	16
3.4 สภาพทางสังคม	21
3.5 ลักษณะทั่วไปของพื้นที่เป้าหมาย	22
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.1 สภาพโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2 สภาพการใช้บริการธุรกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.3 สภาพความพึงพอใจ ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ	35
4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ	43
4.5 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการแก่ผู้บริโภค	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	74
5.1 สรุปผลการวิจัย	74
5.2 ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80
ประวัตินักวิจัย	82

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1	ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2539	17
ตารางที่ 3.2	แสดงการใช้ที่ดินของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะการใช้ที่ดิน	18
ตารางที่ 3.3	แสดงการใช้ที่ดินของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเภทของการเพาะปลูก	19
ตารางที่ 4.1	กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	24
ตารางที่ 4.2	สภาพโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง	25
ตารางที่ 4.3	สภาพการใช้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า	27
ตารางที่ 4.4	สภาพการใช้บริการ ธุรกิจธนาคาร	30
ตารางที่ 4.5	สภาพการใช้บริการ ธุรกิจโรงแรม	33
ตารางที่ 4.6	สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของห้างสรรพสินค้า	36
ตารางที่ 4.7	สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร	39
ตารางที่ 4.8	สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม	41
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 4.11	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามเพศ	46
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ	47
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามช่วงอายุ	49
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามช่วงอายุ	50
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	51
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามระดับการศึกษา	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามระดับการศึกษา	54
ตารางที่ 4.18	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอาชีพ	55
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามอาชีพ	56
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามอาชีพ	57
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงรายได้	59
ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามช่วงรายได้	60
ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามช่วงรายได้	61
ตารางที่ 4.24	ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า	
ตารางที่ 4.25	ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า	63
ตารางที่ 4.26	ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจธนาคาร	67
ตารางที่ 4.27	ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการธุรกิจธนาคาร	68
ตารางที่ 4.28	ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจโรงแรม	71
ตารางที่ 4.29	ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจโรงแรม	72

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาในการวิจัย

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ 21,234.99 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 255 กิโลเมตร ปี พ.ศ.2540 มีประชากร 3 ล้านคน แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 26 อำเภอ 6 กิ่งอำเภอ นับเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 39,519 บาทต่อปี ซึ่งสูงมากเป็นอันดับหนึ่งของภาค

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-34) ได้กำหนดให้จังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสานตอนล่าง ดังนั้น จังหวัดนี้จึงได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทางด้าน อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม เกษตรกรรม การบริการ การเงินและการธนาคาร มาตลอด จนกระทั่งปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะในชุมชนเมืองนั้น โครงสร้างทางเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว นักลงทุนทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ทั้งในยุโรป อเมริกา และเอเชีย ต่างให้ความสนใจเข้ามาลงทุนอย่างมากมาย เช่น มีเขตนิคมอุตสาหกรรม สุรนารี โรงงานอุตสาหกรรมในเขตอำเภอสูงเนิน มีการก่อสร้างห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าขนาดใหญ่ขึ้นมาอย่างมากมาย เป็นต้น

นอกจากจังหวัดนครราชสีมาจะถูกกำหนดให้เป็น ศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือตอนล่างแล้ว จังหวัดนี้ยังมีศักยภาพค่อนข้างสูงในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ทั้งนี้ เพราะมีพื้นที่จังหวัดเชื่อมโยงกับเขตอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงใต้แก่เขตอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง และชลบุรี ซึ่งเชื่อมโยงโดยทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 304 ซึ่งการผลิตที่เขตอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยองนั้น จะเน้นที่อุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ส่วนการผลิตที่เขตอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จะเน้นอุตสาหกรรมสำหรับการส่งออก ดังนั้นทำให้ จังหวัดนครราชสีมา สามารถเลือกประกอบการอุตสาหกรรม ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมา ยังอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ และเป็นตลาดขนาดใหญ่ อีกด้วย

ดังนั้นจังหวัดนครราชสีมาจึงมีโอกาส และมีศักยภาพ ในการพัฒนาไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก แต่สิ่งหนึ่งที่ยังเป็นปัญหาและอุปสรรคสำหรับนักลงทุนรายใหม่ ที่จะเข้ามาดำเนินกิจการในจังหวัดคือ การขาดข้อมูลพื้นฐานสำหรับที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่า ควรจะลงทุนในกิจการชนิดใด บริเวณใด หรือกิจการที่จะเข้ามาลงทุนนั้นมีสภาพการแข่งขันเข้มข้นมากน้อยเพียงใด และถ้าหากตัดสินใจเข้ามาลงทุนในกิจการใดๆ แล้ว จะสามารถดำเนินกิจการดังกล่าว ให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างไร

ในอนาคต เพื่อให้กิจการสามารถดำรงอยู่ได้ และเจริญรุ่งเรืองตามสภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ของพื้นที่ ในเขตชุมชนเมือง ของจังหวัดนครราชสีมา

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการจะวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ความพอใจของผู้บริโภคใน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสอน และเป็นบริการทางวิชาการ สำหรับนักลงทุนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการให้บริการของผู้บริโภค ในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม สินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม
2. เพื่อศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อศึกษาปัญหาการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งแนวทางในการแก้ไข

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นฐานข้อมูลทางด้านธุรกิจและการลงทุน ของจังหวัดนครราชสีมา
2. เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจลงทุนสำหรับนักลงทุน ในจังหวัดนครราชสีมา
3. เป็นแนวทางในการให้บริการทางด้านวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เกี่ยวกับแนวทางการดำเนิน ธุรกิจและการลงทุนในจังหวัดนครราชสีมา
4. สร้างองค์ความรู้เพื่อใช้สำหรับการเรียนการสอน เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ ตามสภาพความเป็นจริง
5. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ในโอกาสต่อไป

1.4 นิยามศัพท์และขอบเขตของการศึกษา

1. ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม ที่มีสถานประกอบการ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2. ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ความพึงพอใจในประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับภายหลังจากการบริโภคสินค้า ประเภทบริการ ในธุรกิจ 3 ประเภท ในจังหวัดนครราชสีมาคือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม โดยที่ความพึงพอใจที่ได้รับจากธุรกิจบริการแต่ละประเภท จะจำแนกออกเป็น 6 ด้าน ดังต่อไปนี้คือ

- 2.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 2.2 ด้านราคาและการตลาด
- 2.3 ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ
- 2.4 สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่
- 2.5 ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน
- 2.6 ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจโรงแรม นั้น กำหนดให้เป็นไปอย่างยุติธรรม กล่าวคือผู้บริโภคไม่มีความลำเอียงอันเนื่องมาจากการชอบธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งแตกต่างไปจากธุรกิจประเภทอื่น โดยที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคในที่นี้สามารถวัดได้โดย การแสดงความพึงพอใจตามแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale)

4. สถานภาพของผู้บริโภค หมายถึง สภาพโดยทั่วไปของผู้บริโภค จึงจำแนกเป็น 5 ด้านคือ จำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจ ในเขตเทศบาลเมือง นครราชสีมา จากธุรกิจทางด้านการบริการ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และ ธุรกิจโรงแรม ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้บริการดังกล่าวจะมีทั้งประชากรในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล อีกทั้งแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาด้วย ดังนั้นจำนวนประชากรทั้งหมดในการศึกษานี้ จึงไม่สามารถกำหนดขอบเขตและจำนวนที่ชัดเจนได้

กลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ใช้บริการธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และ ธุรกิจโรงแรม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจประเภทต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง ด้วยการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบ ไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Quota Sampling) ตามกลุ่มอาชีพ

1.5.2 ข้อมูลที่ต้องการ

1. ข้อมูลทั่วไป ของตัวอย่าง
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจ ของผู้บริโภคร
3. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคร ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการของสถานประกอบการ

แก่ผู้บริโภคร

1.5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยจำแนกเป็นดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะเก็บรวบรวมจากข้อมูลของหน่วยงานของภาคเอกชน และส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังเช่น สำนักงานจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด และสำนักงานเทศบาลเมือง นครราชสีมา เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกตามธุรกิจแต่ละประเภท โดยแบบสอบถามแต่ละชุดจะมีโครงสร้างเหมือนกัน คือแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของตัวอย่าง โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจ ของผู้บริโภคร โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภครที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบใช้ตัวเลข (Numerical) ประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้

มีความพึงพอใจมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มีความพึงพอใจมาก	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มีความพึงพอใจปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มีความพึงพอใจน้อย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
มีความพึงพอใจน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการของสถานประกอบการแก่ผู้บริโภคร ซึ่งเป็นคำถามแบบ ปลายเปิด (Open-ended)

1.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 และ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะต่างๆไป ของตัวอย่าง และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจ ของผู้บริโภค จะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่อบรรยายปรากฏการณ์ต่างๆ ตลอดจนการวิเคราะห์ในรูปของสัดส่วนร้อยละ และตารางต่างๆ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ จะนำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ประกอบความเรียงเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูล ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) มาแปลความหมาย โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย เป็นช่วงระดับคะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

4.51 - 5.00	หมายความว่า	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายความว่า	มีความพึงพอใจมาก
2.51 - 3.50	หมายความว่า	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายความว่า	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.50	หมายความว่า	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีเพศต่างกัน ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มี ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ซึ่งแบ่งได้มากกว่า 2 กลุ่ม จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ ANOVA

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจ 3 ประเภท ในจังหวัดนครราชสีมา คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ ANOVA

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการของสถานประกอบการแก่ ผู้บริโภค ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด จะนำมารวบรวมและแจกแจงความถี่ตาม ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขในแต่ละกิจการ

วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Maslow (1970) ได้กล่าวถึงลักษณะความพึงพอใจของมนุษย์ว่า มนุษย์นั้นมีเจตนาปรารถนาและแรงมุ่งมั่นที่จะเป็นอิสระ มีความสามารถและมีแรงจูงใจ พร้อมทั้งผลักดันตนเองให้ไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งเรียกว่าเป็นไปตามทฤษฎีแรงจูงใจในทางบวก (Positive theory of motivation) ทั้งนี้เพื่อเพื่อบรรลุศักยภาพแห่งตน (Self-actualization) โดยที่ Maslow ได้อธิบายรวมอธิบายความต้องการของมนุษย์ทั้งในด้านชีวภาพ และด้านสังคมไว้ด้วยกัน โดยความต้องการของมนุษย์นั้น จะมีอยู่ในตัวโดยธรรมชาติ ไม่ต้องการเรียนรู้มากนัก แต่ความต้องการของมนุษย์จะถูกปิดบังเอาไว้ด้วยความต้องการขั้นต่ำๆ ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ เมื่อสิ่งแวดล้อมเอื้ออำนวยมนุษย์จะมีความต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นลำดับขั้น จากความต้องการในระดับต้น ไปหาความต้องการในระดับสูงสุด โดยจำแนกได้เป็น 5 ชั้น คือ

- 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)
- 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety and Security Needs)
- 3) ความต้องการพวกพ้อง (Belongingness Needs)
- 4) ความต้องการเกียรติยศแห่งตน (Self Esteem Needs)
- 5) ความต้องการบรรลุศักยภาพแห่งตน (Need for Self-actualization)

ดังนั้นพฤติกรรมหรือการแสดงออกของผู้บริโภค จึงเป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow กล่าวคือ พยายามแสวงหาความพึงพอใจจากการบริโภคสินค้าและบริการ ในระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆเท่าที่จะเป็นไปได้

McConnell and Philipchalk (1992) ได้กล่าวถึงทฤษฎีแห่งพฤติกรรมของมนุษย์ว่า บทบาททางสังคมที่มนุษย์ได้แสดงออกมานั้น จะเป็นรูปแบบที่ถูกกำหนดมาจากองค์ประกอบต่างๆ หลายด้านซึ่ง ได้แก่ ทัศนคติ (Attitudes) อารมณ์ (Emotions) การรับรู้ (perceptions) และการคาดหวัง (Expectations) ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมา จึงเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยการสะสมมาจาก การเรียนรู้มาในอดีต การสังเกต การได้เข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตามการแสดงออกของแต่ละบุคคล ไม่อาจจะเป็นไปได้อย่างมีอิสระในทุกๆ ด้าน ทั้งนี้เพราะจะมีข้อจำกัดต่างๆ ที่แต่ละบุคคลได้สร้างขึ้นมา หรือถูกกำหนดโดยสถานภาพทางสังคม แต่อย่างไรก็ตามพฤติกรรมทางสังคมที่มนุษย์ได้แสดงออกเหล่านี้ จะเปลี่ยนแปลงไปตามการรับรู้และ บทบาททางสังคมของแต่ละบุคคลที่เปลี่ยนไป ดังนั้นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่งของประชาชน

Smith (1994) ได้กล่าวถึง แนวความคิดในเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภค ว่าหัวใจสำคัญของการที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการบริโภคสินค้านั้น ก็คือจะต้องพยายามทำให้ผู้บริโภค สามารถบรรลุถึงสิ่งที่ผู้บริโภคได้คาดหวังเอาไว้ให้มากที่สุด นอกจากนี้ความพึงพอใจจากการบริโภคยังเป็นกระบวนการต่อเนื่อง (Continuous Process) กล่าวคือไม่ได้เริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อมีการซื้อสินค้าเกิดขึ้นเท่านั้น แต่จะครอบคลุมตั้งแต่ การเข้าสู่ตลาด การเลือก การซื้อสินค้า การเป็นเจ้าของ การได้รับบริการหลังการซื้อ ตลอดจนการกลับมาซื้อสินค้าใหม่อีกครั้ง ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคตามกระบวนการทั้งหมดข้างต้น สามารถจำแนกตามขั้นตอนต่างๆ 3 ได้ดังนี้ คือ

- 1) ก่อนการซื้อ (Pre-sales) ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังได้ เรื่องต่อไปนี้
 - 1.1 ประโยชน์จากสินค้า หรือบริการนั้น
 - 1.2 คุณภาพ
 - 1.3 ผลตอบแทนที่จะได้รับ จากการบริโภค
 - 1.4 ราคา
 - 1.5 ความหลากหลายของสินค้านั้น
 - 1.6 วิธีการที่จะได้รับประโยชน์
- 2) เมื่อซื้อสินค้า (Sales) ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังได้ เรื่องต่อไปนี้
 - 2.1 โอกาสในการได้สัมผัสและทำความเข้าใจกับสินค้า
 - 2.2 สภาพแวดล้อมในการซื้อ
 - 2.3 การบริการที่ได้รับเหตุผลและความน่าเชื่อถือ
 - 2.4 เหตุผลและความน่าเชื่อถือที่มีต่อสินค้า ที่ได้รับ
 - 2.5 คุณภาพของสินค้า หรือบริการ
 - 2.6 ความพร้อมที่จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่น เมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ
 - 2.7 ความมีอิสระจากแรงกดดันในการซื้อ
- 3) ภายหลังการซื้อสินค้า (After-sales) ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังได้ เรื่องต่อไปนี้
 - 3.1 การให้คำแนะนำหรือความช่วยเหลือ เมื่อต้องการ
 - 3.2 ความรวดเร็วในการขนย้าย หรือการทอนเงิน เมื่อต้องการ
 - 3.3 ขั้นตอนในการรับคำติชมจากลูกค้า
 - 3.4 ประสิทธิภาพในการซ่อมแซม การดูแลรักษา
 - 3.5 กระบวนการในการติดตามลูกค้า

โชคดี รักทอง และ ละม้าย มีศิลป์ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากร สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรของสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล จำนวน 150 คน ผลการศึกษาพบว่า

- 1) ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรโดยส่วนรวม อยู่ในระดับปานกลาง
- 2) ความพึงพอใจของบุคลากรเมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้บริหารมีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับน้อย
- 3) ความพึงพอใจของบุคลากรเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า บุคลากรทั้งเพศชายและหญิง มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับน้อย
- 4) ความพึงพอใจของบุคลากรเมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า บุคลากรทั้งที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก ปานกลาง และน้อย มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
- 5) ความพึงพอใจของบุคลากรเมื่อจำแนกตามเสถียรภาพในการทำงาน พบว่า บุคลากรทั้งที่เป็นข้าราชการ และลูกจ้างเงินรายได้ มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
- 6) ความพึงพอใจของบุคลากรเมื่อจำแนกตามระดับเงินเดือน พบว่า บุคลากรทั้งที่มีเงินเดือนมาก ปานกลาง และน้อย มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง

จกสนนี้ เกตุแก้ว (2541) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบระดับความพึงพอใจ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และสาเหตุของความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า กลุ่มตัวอย่างได้แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ สังกัดส่วนอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมป่าไม้ ที่ปฏิบัติงาน ณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ในภาคต่างๆ 8 เขตคือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผาง สาละวิน ลุ่มน้ำปาย อมก๋อย ห้วยขาแข้ง ภูเขี้ยว เข่าอ่างฤๅไน แล่นเขาบรรทัด จำนวน 168 คน การเก็บข้อมูลใช้ทั้งแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ผลการศึกษาพบว่า

- 1) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านลักษณะของงานมีระดับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด
- 2) เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เหตุผลที่มาสมัครเป็นเจ้าหน้าที่ จำนวนครั้งที่ต่อสู้โดยใช้อาวุธเข้าจับกุม ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน และความสำเร็จของงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
- 3) ลักษณะงาน สภาพการทำงาน ผลประโยชน์ตอบแทนในการทำงาน การปกครองบังคับบัญชา และนโยบายในการบริหารงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

กิตติศักดิ์ ฤทธิรงค์ และวีรวัฒน์ ชินะตระกูล (2541) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของหัวหน้าคณะและหัวหน้าแผนกวิชาช่างอุตสาหกรรม ในวิทยาลัยเทคนิคภาคกลาง โดยวิธีการศึกษาได้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเป็นแนวทาง และสามารถจำแนกองค์ประกอบในการปฏิบัติงานออกเป็น

10 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน, การได้รับการยอมรับนับถือ, ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ, ความรับผิดชอบ, ความก้าวหน้าในตำแหน่ง, การเงิน เงินเดือน และค่าตอบแทน, ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, ความมั่นคงในการทำงาน, สภาพและเงื่อนไขในการทำงาน และการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารของผู้บังคับบัญชา การวิเคราะห์โดยวิธีศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบการปฏิบัติงาน กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และศึกษาถึงขนาดของอิทธิพลขององค์ประกอบต่างๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างมี 110 คน ประกอบด้วย หัวหน้าคณะวิชา 44 คน และหัวหน้าแผนกวิชา 66 คน ผลการศึกษาพบว่า

1) ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มี 2 องค์ประกอบคือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และ ความรับผิดชอบ ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ที่เหลือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับ ปานกลาง

2) องค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มี 5 องค์ประกอบ และมีความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ (1) การปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารของผู้บังคับบัญชา (2) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (3) ความสำเร็จในการทำงาน (4) ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน และ (5) ความรับผิดชอบ ส่วนอีก 5 องค์ประกอบที่เหลือ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างไม่มีนัยสำคัญ

วารุณี จันทรานุกวัฒน์ (2535) ได้ศึกษา ความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยศึกษาถึงระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอน และเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่าง นักเรียนหญิงกับนักเรียนชาย ระหว่างแผนการเรียนวิทยาศาสตร์และศิลปะ และระหว่างระดับชั้นเรียน โดยแบ่งการเรียนการสอนเป็น 4 ด้าน คือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านวิธีสอน ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน และด้านการวัดและประเมินผล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 534 คน การวัดความพึงพอใจโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า ของ Likert ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากพอใจมากที่สุด จนถึงพอใจน้อยที่สุด ผลการศึกษาพบว่า

1) นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากต่อ อาจารย์ผู้สอน และการวัดและประเมินผล แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อ วิธีสอน ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน

2) ความพึงพอใจของนักเรียนระหว่าง นักเรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์ และแผนการเรียนศิลปะ แตกต่างกัน

3) ความพึงพอใจของนักเรียนระหว่าง นักเรียนหญิงกับนักเรียนชาย ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 แตกต่างกัน แต่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ทัศนีย์ สันติพงศ์ศุภกร และคณะ (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอก ต่อการให้บริการของแผนกนรีเวช โรงพยาบาลศรีนครินทร์ โดยศึกษาถึงระดับความพึงพอใจทั่วไป และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ป่วยนอก ต่อการให้บริการของแผนกนรีเวช โดยจำแนกความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 6 หน่วยบริการคือ (1) การต้อนรับผู้ป่วย (2) การคัดกรองผู้ป่วยตามอาการและอาการแสดง (3) การจัดลำดับเพื่อเข้ารับการรักษา (4) การจัดบริการโดยทั่วไป (5) การตรวจ การรักษา และการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ป่วยและญาติ และ (6) การนัดมาติดตามการรักษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่สตรีที่เข้ารับการรักษา ณ แผนกนรีเวช จำนวน 350 ราย ในช่วงเดือน มกราคม 2539 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวัดระดับความพึงพอใจแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้ Pearson's product moment correlation coefficient และ F-test ผลการศึกษาพบว่า

- 1) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการให้บริการของหน่วยบริการทั้ง 6 หน่วย
- 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ป่วย อย่างมีนัยสำคัญ มี 3 ปัจจัยคือ การใช้เวลารอคอย ระดับการศึกษา และประสบการณ์ที่เคยได้รับการบริการจากโรงพยาบาลศรีนครินทร์มาก่อน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ มี 6 ปัจจัย คือ อายุ ระยะทางจากบ้านถึงโรงพยาบาล รายได้ ประสบการณ์การรับบริการจากสถานที่อื่น ประสบการณ์ของแพทย์ผู้ทำการตรวจ และเพศของแพทย์ผู้ทำการตรวจ

ลักขณา ธนาวรรณกิจ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจก ราชบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผ้าทอพื้นบ้านพื้นเมืองของไทยกำลังได้รับความนิยมจากบุคคลทั่วไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ลวดลายต่างๆ ที่ปรากฏบนผืนผ้าจะแสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของผู้ทอเป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีผลต่อช่างทอผ้าพื้นเมืองเหล่านี้เป็นอย่างมาก โดยที่การทอผ้าพื้นเมืองของไทยในปัจจุบัน มีการกระจายอยู่ตามกลุ่มชนต่างๆ ทั่วไปในทุกภาคของประเทศ มีทั้งผ้าพื้นเป็นสีเรียบๆ และผ้าที่ทอด้วยกรรมวิธีที่ประณีต ต้องอาศัยความสามารถและความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น การทอผ้าจก ซึ่งผ้าจกของจังหวัดราชบุรี เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวล้านนา หรือที่เรียกกันว่า ชาวไทยวน ซึ่งถูกกวาดต้อนมาจากตอนเหนือของประเทศไทย มาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดราชบุรีตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ การทอผ้าจกจึงถือเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมานาน ปัจจุบันผ้าทอจกนั้นวันจะหายาก เพราะเป็นผ้าทอมือซึ่งเป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือน มากกว่าจะผลิตขึ้นมาในระบบอุตสาหกรรม สาเหตุที่การทอผ้าจกของชาวไทยวนในจังหวัดราชบุรีขณะนี้ มีจำนวนลดน้อยลง เพราะอิทธิพลของผ้าสมัยใหม่ที่มีลวดลายสวยงามกว่า และหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด นอกจากนี้การทอผ้าจกยังใช้เวลาไม่นานไม่ทันต่อการใช้สอย อีกประการหนึ่งเป็นเพราะความไม่นิยมของสตรีชาวล้านนาเอง อีกทั้งไม่มีการอนุรักษ์และสืบทอดเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ศิลปะการทอผ้าจกจึงซบเซามาก และมีแนวโน้มจะสูญสิ้นไป

Chuanchom and Others (1990) ความพึงพอใจในการใช้ถุงยางอนามัยดัดแปลงสำหรับสตรี ในกลุ่มประชากรที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการคาดการณ์ถึงความสำเร็จของโครงการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี ตามแนวทางการป้องกันในลักษณะเช่นนี้ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และต้องการหาวิธีปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เกิดการยอมรับในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีตามวิธีการนี้ ให้มากขึ้น กลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ กลุ่มโสเภณี ที่มีอายุระหว่าง 19-26 ปี จำนวน 21 คน จากการใช้ถุงยางอนามัยดัดแปลงสำหรับสตรี นี้ จำนวน 132 ครั้ง ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 61.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความพึงพอใจเพียงในระดับปานกลาง ต่อการใช้ถุงยางอนามัยประเภทนี้ รองลงมาคือ ร้อยละ 9.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ ร้อยละ 28.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่พึงพอใจต่อการใช้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่ง คือร้อยละ 52.4 มีความเห็นว่าจะไม่ใช้ถุงยางอนามัยประเภทนี้ต่อไปในอนาคต และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือร้อยละ 100.0 มีความเห็นว่าจะมีความพึงพอใจสูงสุด ถ้าใช้วิธีป้องกันโดยให้ฝ่ายชายใช้ถุงยางอนามัย

เชษฐ กิจระการ (2532) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีการศึกษาไทยและอเมริกัน ในระดับอุดมศึกษา โดยการศึกษาได้แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงาน เป็น 5 ด้าน คือ (1) งานที่ทำในปัจจุบัน (2) รายได้ในปัจจุบัน (3) การเลื่อนตำแหน่งหรือเงินเดือน (4) ผู้บังคับบัญชาเบื้องต้น และ (5) เพื่อนร่วมงาน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเทคโนโลยีทางการศึกษาของไทย จำนวน 121 คน ของสหรัฐอเมริกา จำนวน 197 คน ผลการศึกษาพบว่า

- 1) นักเทคโนโลยีการศึกษาของอเมริกัน มีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่า นักเทคโนโลยีการศึกษาของไทย
- 2) ตัวแปรอิสระ 4 ตัวคือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการพิจารณางบประมาณ การยอมรับนับถือจากผู้ร่วมงาน และการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักเทคโนโลยีการศึกษา ทั้งของไทยและอเมริกัน
- 3) นักเทคโนโลยีการศึกษา ที่มีประสบการณ์ในการทำงานในระดับอุดมศึกษามากขึ้น จะมีความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น ทั้งนักเทคโนโลยีการศึกษาของไทยและอเมริกัน
- 4) นักเทคโนโลยีการศึกษาเพศชาย มีความพึงพอใจต่อรายได้ในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อรายได้น้อยกว่าเพศชาย
- 5) การมีงานสอน วุฒิ และการได้รับงบประมาณทำโครงการพิเศษ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีการศึกษาทั้งของไทยและอเมริกัน

มารศรี นุชแสงพลี (2532) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ : ศึกษากรณีผู้สูงอายุในชุมชนบ่อนไก่ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ศึกษาระดับความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนั้น โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 กลุ่ม และมีทั้งสิ้น 10 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ระดับการศึกษา การมีงานอดิเรก สุขภาพ และระดับการพึงพิงของผู้สูงอายุ

2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ มี 2 ปัจจัย ได้แก่ รายได้ และการมีงานทำ

3) ปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความถี่ในการปฏิสัมพันธ์กับบุตรหลาน ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในชุมชน ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน การมีเพื่อนสนิท

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรผู้สูงอายุในชุมชนปอเนาะ จำนวน 197 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากสูงที่สุดไปหาต่ำที่สุด และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อระดับความพึงพอใจโดยใช้ Chi-square ผลการศึกษาพบว่า

1) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจในชีวิต ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ มี 5 ปัจจัยคือ ระดับการศึกษา การมีงานอดิเรก สุขภาพ รายได้ และความถี่ในการปฏิสัมพันธ์กับบุตรหลาน

3) ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจก็ มี 4 ปัจจัย คือ ระดับการพึงพิงของผู้สูงอายุ การมีงานทำ ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน และการมีเพื่อนสนิท ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแต่ในทิศทางตรงกันข้าม มี 1 ปัจจัยคือ ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในชุมชน

4) เมื่อเปรียบเทียบขนาดของความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุทั้ง 5 ปัจจัย ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ได้แก่ รายได้ รองลงมาคือ สุขภาพ ระดับการศึกษา ความถี่ในการปฏิสัมพันธ์กับบุตรหลาน และการมีงานอดิเรก ตามลำดับ

ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2542) ได้ศึกษาพฤติกรรมการและแนวโน้มการใช้บัตรเครดิต โดยต้องการศึกษาความคิดเห็นของผู้ถือบัตรเครดิตในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตด้วย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 360 คน ที่มีบัตรเครดิตในครอบครอง มีอายุ 22 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิต โดยการแบ่งบริการที่ได้รับจากบัตรเครดิตเป็น 10 ด้าน และได้กำหนดคะแนนความพอใจ จากความพอใจน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน ไปจนถึงความพอใจมากที่สุด ให้ 5 คะแนน ผลการศึกษาปรากฏว่า บริการจากบัตรเครดิต ที่ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ไปจนถึงต่ำสุดใน 10 ด้านได้แก่

- | | |
|--|----------------------------|
| 1) ด้านความสะดวกในการชำระบริการ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 3.80 |
| 2) ด้านการยอมรับบัตรเครดิตจากร้านค้าต่างๆ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 3.77 |
| 3) ด้านความสะดวกรวดเร็วในการต่ออายุบัตร | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 3.50 |
| 4) ความคุ้มค่าจากสิทธิประโยชน์ต่างๆ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 3.20 |
| 5) การได้รับข่าวสาร / วารสารต่างๆ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.99 |
| 6) การให้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.82 |
| 7) การสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บัตร | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.75 |

- | | |
|---|----------------------------|
| 8) การได้รับส่วนลดจากการใช้บัตร | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.63 |
| 9) การได้เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่างๆ | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.20 |
| 10) การสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ / อินเทอร์เน็ต | คะแนนความพอใจเฉลี่ย = 2.17 |

ปรัชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2538) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ต่อกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิเวอร์ซิเท และระดับมัลติเวอร์ซิเท โดยตัวแปรอิสระมี 5 ตัวแปรคือ อายุ การศึกษา ระยะเวลาอาศัยใน กทม. ลำดับความสำคัญของอาชญากรรม และความปลอดภัยจากอาชญากรรม ส่วนตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ความพึงพอใจต่อกระบวนการยุติธรรม จาก 5 หน่วยงาน จึงมี 5 ตัวแปรเช่นเดียวกัน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อตำรวจ อัยการ ทนายความ ศาล และราชทัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1) ในระดับยูนิเวอร์ซิเท ปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามแต่ละตัวเพียง 4 ตัว เท่านั้น โดยสามารถเรียงตามลำดับความสัมพันธ์ได้ดังนี้ คือ ความพึงพอใจต่อตำรวจ ทนายความ ศาล และราชทัณฑ์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อ อัยการ

2) ในระดับมัลติเวอร์ซิเท ปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามทั้ง 5 ตัวแปร

นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2540) ได้ศึกษาโดยการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) โดยประเมินความพึงพอใจใน 4 ประเด็นหลัก คือ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ความสะดวกในการติดต่อ ความถูกต้องและรวดเร็วในการให้บริการ และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ โดยใช้ระดับความพึงพอใจ 1-5 เป็นเกณฑ์ในการประเมิน กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 2,069 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ เกษตรกรรายบุคคล ลูกค้าโครงการพิเศษ ลูกค้าเงินฝาก และลูกค้าประเภทสถาบันเกษตรกรหรือสหกรณ์ ผลการศึกษาพบว่า

1) ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคือ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการให้บริการ และความสะดวกในการติดต่อตามลำดับ ส่วนตัวแปร ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่อย่างใด

2) ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใน 4 ประเด็นหลัก พบว่า ค่าความพอใจในดัชนีทุกตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างพอใจเป็นอย่างยิ่ง โดยที่ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ได้ค่าเฉลี่ยคะแนนพอใจสูงสุด ด้าน ในขณะที่ด้านความสะดวกในการติดต่อได้ค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำสุด

3) เมื่อจำแนกความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าซึ่งมีอยู่ 4 กลุ่ม ผลการศึกษาในทุกกลุ่มก็มแนวโน้มไปในทำนองเดียวกัน คือพบว่า ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ได้ค่าเฉลี่ยคะแนนพอใจสูงสุดในทุกกลุ่ม รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการให้บริการ และความสะดวกในการติดต่อ ในขณะที่ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้คะแนนต่ำสุด

บทที่ 3

ลักษณะและสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ที่ศึกษา

3.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองโบราณเมืองหนึ่งของอาณาจักรไทย แต่เดิมตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอสูงเนิน ห่างจากตัวเมืองปัจจุบัน 31 กิโลเมตร เรียกว่าเมืองโคราชปะระหรือโคราช กับเมืองเสมา ทั้งสองเมืองเคยเจริญรุ่งเรืองในสมัยขอม แต่ปัจจุบันเป็นเมืองร้าง ตั้งอยู่ริมฝั่งลำตะคอง

ในสมัยกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 2199-2231 สมเด็จพระนารายณ์มหาราชโปรดให้สร้างเมือง โดยเอาเมืองโคราชปะระ กับเมืองเสมา มาผูกนามเป็นเมืองใหม่ เรียกว่าเมืองนครราชสีมา แต่คนทั่วไปมักเรียกว่า "เมืองโคราช"

ต่อมาในสมัย รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้โปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะขึ้นเป็นเมืองเอก ผู้สำเร็จราชการมีฐานะเป็นเจ้าพระยา โดยเจ้าพระยาคนแรกคือ นายปิ่น ณ ราชสีมา ต่อมาในสมัย รัชกาลที่ 3 เจ้าอนุวงศ์ผู้ครองนครเวียงจันทร์ก่อกบฏ ยกทัพมาตีและกวาดต้อนชาวนครราชสีมาไปเป็นเชลย คุณหญิงโม ภรรยาพระยาสุริยเดชะวิเศษภูษิตพิศุขชัย ผู้รักษาเมือง แกล้งทำเป็นเกรงกลัวและประจบเอาใจ ทหารลาว เมื่อถูกกวาดต้อนมาถึงทุ่งสัมฤทธิ์ ในเขตอำเภอพิมาย ก็หยุดพักกลางทาง พอได้โอกาส คุณหญิงโมก็จัดกองทัพโจมตีกองทัพเวียงจันทร์จนแตกพ่ายไป วีรกรรมที่คุณหญิงโมได้ประกอบขึ้นครั้งนี้ รัชกาลที่ 3 จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาคุณหญิงโม: คำรณฐานันดรศักดิ์เป็น "ท้าวสุรนารี"

นครราชสีมาเป็นเมืองหน้าด่านสู่ภาคอีสาน เป็นเมืองใหญ่ที่สำคัญยิ่งในสมัยโบราณ มีฐานะเป็นเมืองเจ้าพระยามหานครเช่นเดียวกับ เมืองนครศรีธรรมราช ทางตอนใต้ มีอำนาจปกครองเมืองน้อยใหญ่ ในภาคอีสานหลายแห่ง มีโบราณสถานที่สำคัญมากมาย และเป็นเมืองหญิงกล้า คือท้าวสุรนารี ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

3.2 สภาพทั่วไป

3.2.1 ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขต

จังหวัดนครราชสีมามีพื้นที่ทั้งหมด 21,234.99 ตารางกิโลเมตร หรือเท่ากับ 12,808,728 ไร่ พื้นที่ของจังหวัดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งนับว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในภาคนี้ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ 255 กิโลเมตร และโดยทางรถไฟ 264 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดชัยภูมิ และขอนแก่น
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดปราจีนบุรี และนครนายก
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดบุรีรัมย์
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดสระบุรี ชัยภูมิ และลพบุรี

3.2.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง โดยสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 150-300 เมตร มีเทือกเขาใหญ่และพนมดงรักทางใต้และตะวันตก ส่วนบริเวณตอนล่างค่อนข้างไปทางเหนือ และทางตะวันออก เป็นที่ราบลุ่ม แม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านจังหวัดคือ แม่น้ำมูล ลำพระเพลิง ลำตะคอง ลำเชียงไกร ลำมูล และลำแะ สำหรับลักษณะดิน ส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทรายและดินเหนียว เนื้อดินมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลางถึงต่ำ ในบริเวณช่วงตอนกลางและตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัด จะพบดินเค็มอยู่บ้าง

3.2.3 ทรัพยากรธรรมชาติ

ป่าไม้ จังหวัดนครราชสีมามีพื้นที่ป่าหมด 4,864,238.5 ไร่ โดยมีพื้นที่ป่าไม้สมบูรณ์จำนวน 1,411,062.0 ไร่ มีป่าสงวนแห่งชาติจำนวน 29 แห่ง อุทยานแห่งชาติจำนวน 2 แห่ง สำหรับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและเขตห้ามล่าสัตว์ ในท้องที่จังหวัดนครราชสีมาไม่มี

แร่ธาตุ จังหวัดนครราชสีมามีแร่ธาตุหลายชนิด ที่สำคัญคือ หินอ่อน หินประดับชนิดแกรนิต หินประดับชนิดหินปูน หินปูนเพื่ออุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ เกลือหิน และหินอุตสาหกรรมชนิดบะซอลต์เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

ที่ดิน นับตั้งแต่กรมที่ดินเริ่มออกโฉนดที่ดินครั้งแรกเมื่อ ปี 2444 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน จังหวัดนครราชสีมาได้ดำเนินการไปแล้วดังนี้

โฉนดที่ดิน	จำนวน 684,588 ฉบับ	เนื้อที่ 3,984,697 ไร่
น.ส.3ก.	จำนวน 293,377 ฉบับ	เนื้อที่ 1,156,496 ไร่
น.ส.3	จำนวน 68,061 ฉบับ	เนื้อที่ 1,104,788 ไร่
ใบจอง	จำนวน 2,040 ฉบับ	เนื้อที่ 18,380 ไร่
อาคารชุด	จำนวน 1,910 ฉบับ	

3.2.4 เขตการปกครอง

จังหวัดนครราชสีมา แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 26 อำเภอ 6 กิ่งอำเภอ 287 ตำบล 3,375 หมู่บ้าน 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 4 เทศบาล 267 องค์การบริหารส่วนตำบล และ 20 สภาตำบล

3.3 สภาพทางเศรษฐกิจ

3.3.1 เกษตรกรรม

จังหวัดนครราชสีมา มีครัวเรือนเกษตรกร จำนวน 254,052 ครัวเรือน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 ของครัวเรือนทั้งหมดในจังหวัด ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 581,173 ครัวเรือน โดยรายได้ของผลิตภัณฑ์มวลรวม สาขาเกษตรกรรม ในปี 2539 เท่ากับ 17,214.80 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด โดยรายได้จากภาคการเกษตรนี้จำแนกเป็นรายได้จากการกลีกรวม 12,564.24 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจากการกลีกรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด รายได้จากการปศุสัตว์ เท่ากับ 2,144.04 ล้านบาท จากประมง 368.86 ล้านบาท ป่าไม้ 3.06 ล้านบาท รายได้จากบริการทางการเกษตร เท่ากับ 941.03 ล้านบาท ที่เหลือเป็นรายได้จากการแปรรูปผลผลิตเกษตรอย่างง่าย ซึ่งเท่ากับ 941.03 ล้านบาท อย่างไรก็ตามครอบครัวของเกษตรกรจังหวัดนครราชสีมา ยังมีรายได้จากภาคนอกการเกษตรอีก 83,518.00 ล้านบาทต่อปี ซึ่งทำให้ครัวเรือนเกษตรกรมีรายได้ทั้งจาก ภาคการเกษตรและภาคนอกการเกษตร 100,732.80 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 39,519 บาทต่อปี (ตารางที่ 3.1)

ส่วนพื้นที่การเกษตรของ จังหวัดนครราชสีมา นั้น มีพื้นที่การเกษตรทั้งสิ้น 9,763,268 ไร่ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 76.21 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด จำแนกเป็น ที่นา พืชไร่ พืชสวน และอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 33.60 , 33.47 , 4.28 และ 0.78 ของพื้นที่จังหวัด โดยที่พืชไร่ที่ปลูกมากที่สุดคือ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว และข้าวโพด ซึ่งจัดว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ โดยมีพื้นที่ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ และพื้นที่ป่าไม้ เท่ากับ 523,905 และ 1,411,062 ไร่ ตามลำดับ (ตารางที่ 3.2 และ 3.3) นอกจากนี้ยังพบว่า การถือครองที่ดินของเกษตรกรจังหวัดนครราชสีมา เป็นไปในทางที่ดี กล่าวคือจากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานการเกษตรรายครัวเรือน พบว่า มีเกษตรกรถือครองที่ดินที่เป็นของตนเองมากที่สุด คือ 4,688,343 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 76.97 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมด รองลงมาคือพื้นที่เช่าผู้อื่น ซึ่งมีจำนวนเพียง 586,551 ไร่ (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2541)

3.3.2 อุตสาหกรรมและการจ้างงาน

จังหวัดนครราชสีมา มีรายได้ในรูปของ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมเท่ากับ 24,541.016 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 37 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรม ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด (ตารางที่ 3.1) โดยที่ตามแผนการลงทุนของจังหวัด และแผนพัฒนาของจังหวัด นครราชสีมา นั้น ต้องการให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นในปัจจุบันจึงพบว่า ภาคอุตสาหกรรมได้มีบทบาทมากขึ้น โดยจากเดิมที่เป็นอุตสาหกรรมการเกษตรได้เปลี่ยนแปลงมาเป็น การลงทุนทางด้านอุตสาหกรรมประเภทใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น มีการใช้

ตารางที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม
สาขาการผลิต ปี 2539

หน่วย : ล้านบาท

สาขาการผลิต	ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	จังหวัด นครราชสีมา	คิดเป็น สัดส่วนต่อภาค
เกษตรกรรม	108,042.930	17,214.797	16
กลีกรวม	76,781.053	12,564.244	16
ปศุสัตว์	12,167.200	2,114.036	17
ประมง	3,384.697	368.860	11
ป่าไม้	18.846	3.056	16
บริการทางการเกษตร	6,212.944	941.033	15
แปรรูปผลผลิตเกษตรอย่างง่าย	9,478.190	1,223.568	13
เหมืองแร่และย่อยหิน	3,844.332	1,458.171	38
อุตสาหกรรม	66,558.971	24,541.016	37
ก่อสร้าง	60,149.781	10,985.680	18
ไฟฟ้าและประปา	7,781.653	1,764.511	23
คมนาคมขนส่ง	23,302.942	3,698.789	16
การค้าส่งและการค้าปลีก	102,457.032	12,629.111	12
การเงิน ธนาคาร และประกันภัย	25,855.450	4,566.503	18
ที่อยู่อาศัย	19,497.613	2,590.141	13
การบริหารและป้องกันประเทศ	39,361.104	5,522.826	14
การบริการ	86,627.120	15,761.251	18
รวม	543,478.928	100,732.797	18
รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (บาท)	26,635.000	39,519.000	-

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และจากการคำนวณ

ตารางที่ 3.2 แสดงการใช้ที่ดินของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะการใช้ที่ดิน

รายการ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละของ พ.ท.ทั้งจังหวัด	ร้อยละของ พ.ท. การเกษตร
1. พื้นที่ทั้งจังหวัด	12,808,728	100.00	
2. พื้นที่ป่าไม้	1,411,062	11.20	
3. พื้นที่การเกษตร	9,763,268	76.21	100.00
3.1 พื้นที่การเกษตรการสำรวจ (Zoning)	9,239,363	71.13	94.63
3.1.1 ที่นา	4,303,784	33.60	44.08
3.1.2 ที่พืชไร่	4,286,749	33.47	43.91
3.1.3 ที่พืชสวน	548,164	4.28	5.61
3.1.4 อื่นๆ	100,666	0.78	1.03
3.2 พุ่มหญ้าเลี้ยงสัตว์	523,905	4.09	5.37
4. พื้นที่ไม่ได้จำแนก	1,634,398	12.76	

ที่มา : บรรยายสรุป จังหวัดนครราชสีมา 2541

ตารางที่ 3.3 แสดงการใช้ที่ดินของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเภทของการเพาะปลูก

รายการ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละของ พ.ท.ทั้งจังหวัด	ร้อยละของ พ.ท. การเกษตร
1. พื้นที่ทั้งจังหวัด	12,808,728	100.00	
2. พื้นที่ป่าไม้	1,411,062	11.20	
3. พื้นที่ทำการเกษตร	8,261,063	64.49	100.00
3.1 พื้นที่เพาะปลูก ปี 2540/41	7,737,158	60.40	93.66
3.1.1 พื้นที่ปลูกข้าว	3,508,737	27.39	42.47
3.1.2 พื้นที่ปลูกพืชไร่	3,584,629	27.98	43.40
3.1.3 พื้นที่ปลูกพืชสวน (ไม้ผล ไม้ยืนต้น ผัก และไม้ดอกไม้ประดับ)	643,792	5.03	7.79
3.2 ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์	523,905	4.09	6.34
4. พื้นที่อื่นๆ	3,136,603	24.49	

ที่มา : บรยายสรุป จังหวัดนครราชสีมา 2541

แรงงานจำนวนมาก และมีกระแสการหมุนเวียนเงินตราจำนวนมาก จึงส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจด้านอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ตามไปด้วย โดยปัจจุบันมีโรงงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนรวม 7,037 แห่ง มีเงินทุนประมาณ 59,000 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าการลงทุนดังกล่าวนี้เพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 50 ของปีที่ผ่านมา (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2541)

สำหรับสภาพการจ้างงานของ จังหวัดนครราชสีมา นั้น ปรากฏว่า ร้อยละ 93 ของกำลังแรงงานทั้งหมดของจังหวัด เป็นผู้ที่มีงานทำ ดังนั้นจึงเหลือผู้ว่างงานเพียงร้อยละ 7 เท่านั้น นอกจากนี้ยังมีจำนวนผู้ที่เดินทางไปทำงานต่างประเทศอีกกว่า 6,000 คน ซึ่งแรงงานกลุ่มนี้จะส่งเงินกลับมาให้ญาติ ในจังหวัดนครราชสีมา ทำให้รายได้และอำนาจซื้อของประชาชนในกลุ่มนี้ เพิ่มมากขึ้นด้วย

3.3.3 พาณิชยกรรมและการบริการ

ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมา มีรายได้จากทางด้านพาณิชยกรรม ซึ่งได้แก่ การค้าส่งและการค้าปลีก ถึง 12,629.111 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด (ตารางที่ 3.1) และเนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางทางด้าน เศรษฐกิจและการลงทุนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จึงส่งผลทำให้การพาณิชยกรรม ซึ่งได้แก่ การค้าส่งและการค้าปลีก ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2541 มีผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนแล้ว ประมาณ 30,000 กว่าราย มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 15,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียนในจังหวัด แต่เข้ามาประกอบการอยู่มากกว่า 500 ราย ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณเขตชุมชนเมือง

สำหรับด้านการบริการนั้น จังหวัดนครราชสีมา มีรายได้ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคบริการ เท่ากับ 15,761.251 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด ซึ่งรายได้จากภาคบริการนี้มีความสำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างมากกล่าวคือ เป็นรายได้อันดับสาม รองจากภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม เท่านั้น (ตารางที่ 3.1) ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่เป็นประตูเข้าสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ทำให้ผู้ที่ต้องเดินทางไปจังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องผ่านและแวะพักรับประทานอาหารประกอบจังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตลอดจนมีหน่วยราชการตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก มีทั้งที่เป็นศูนย์ราชการของภาคและเขต ดังนั้นธุรกิจบริการจึงเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม โรงภาพยนตร์ ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนสถานเริงรมย์ต่างๆ ที่พร้อมจะอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้มาใช้บริการ และนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ได้ตลอดเวลา

3.3.4 การเงิน การธนาคาร และการประกันภัย

จังหวัดนครราชสีมา มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม สาขาการเงิน การธนาคาร และการประกันภัย เท่ากับ 4,566.503 ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบกับของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวม สาขานี้ เท่ากับ 25,855.450 ล้านบาทแล้ว จะปรากฏว่าคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด (ตารางที่ 3.1) นอกจากนี้ธุรกิจการเงิน การธนาคาร และการประกันภัย ยังมีการขยายตัวค่อนข้างสูง โดยที่ ในปี 2541 จังหวัดนครราชสีมา มีธนาคารพาณิชย์ 97 แห่ง ธนาคารออมสิน 14 แห่ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 20 แห่ง บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม 1 แห่ง บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ 1 แห่ง สำนักงานบริการค้าหลักทรัพย์ 6 แห่ง สำนักงานอำนวยการสินเชื่อ 11 แห่ง บริษัทประกันชีวิต 42 แห่ง บริษัทประกันวินาศภัย 45 แห่ง และสถานชานาบาล 5 แห่ง

ปัจจุบันกิจการประกันภัย ได้เข้ามามีบทบาทกับสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งการประกันชีวิต การประกันวินาศภัย โดยเฉพาะการประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ ที่กำหนดให้เจ้าของรถทุกชนิดต้องทำการประกันภัยไว้ และเนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดใหญ่ที่สุดในระดับภูมิภาค และมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ ทำให้มีบริษัทประกันภัยมาเปิดดำเนินการธุรกิจในจังหวัดเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันมีจำนวนบริษัทประกันภัยที่ดำเนินการธุรกิจในจังหวัดทั้งสิ้น ประมาณ 87 บริษัท ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ คือ

1. บริษัทประกันวินาศภัย มีอยู่จำนวน 45 สาขา ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา 39 สาขา และกระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ อีก 6 สาขา
2. บริษัทประกันชีวิต มีอยู่จำนวน 42 สาขา ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา 22 สาขา และกระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ อีก 20 สาขา

3.4 สภาพทางสังคม

ในปี 2541 จังหวัดนครราชสีมา มีสถาบันการศึกษาทุกสังกัด รวม 1,591 แห่ง มีครูและอาจารย์ 24,717 คน มีนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 526,641 คน โดยจำแนกตามระดับได้ดังนี้

ก่อนประถมศึกษา	90,308	คน
ประถมศึกษา	237,153	คน
มัธยมศึกษา	165,315	คน
อุดมศึกษา	33,865	คน

สำหรับทางด้านสาธารณสุขในจังหวัดนครราชสีมา นั้น จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนสถานพยาบาลแผนปัจจุบันที่มีเตียงรับผู้ป่วย 39 แห่ง จำนวน 3,746 เตียง ในจำนวนนี้เป็นสถานพยาบาลที่สังกัด

กระทรวงสาธารณสุข 26 แห่ง มีเตียงจำนวน 2,435 เตียง สถานพยาบาลที่สังกัดกระทรวงอื่นอีก 2 แห่ง มีเตียงจำนวน 430 เตียง และเป็นสถานพยาบาลเอกชนอีก 11 แห่ง มีเตียงจำนวน 881 เตียง โดยที่จังหวัด นครราชสีมา มีอัตราการเกิดเท่ากับ 14.45 ต่อประชากรพันคน อัตราการตายเท่ากับ 5.3 ต่อประชากร พันคน คิดเป็นอัตราการเพิ่มของประชากร เท่ากับ ร้อยละ 0.91 ของประชากรทั้งหมดของจังหวัด สัดส่วนของ แพทย์ต่อประชากรเท่ากับ แพทย์ 1 คน ต่อประชากร 8,139 คน

3.5 ลักษณะทั่วไปของพื้นที่เป้าหมาย

อำเภอเมืองนครราชสีมา แบ่งการปกครองออกเป็น 24 ตำบล 219 หมู่บ้าน มีเทศบาล 1 แห่ง ได้แก่ เทศบาลนครราชสีมา และมีสุขาภิบาล 2 แห่ง คือ สุขาภิบาลโคกกรวด และสุขาภิบาลจอหอ โดยที่ อำเภอเมืองนครราชสีมา เป็นศูนย์กลางความเจริญของจังหวัด มีประชากรอาศัยอยู่ทั้งสิ้น 245,783 คน โดยเฉพาะชุมชนในเขตเทศบาล ซึ่งมีพื้นที่ 37.50 ตารางกิโลเมตร มีประชากรอาศัยอยู่มากกว่าร้อยละ 50 ของประชากรทั้งอำเภอ กล่าวคือมีจำนวนถึง 175,846 คน (สำนักงานอำเภอเมืองนครราชสีมา, 2541)

อาชีพส่วนใหญ่ของประชากรในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา ได้แก่ การเกษตรกรรม การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ และการท่องเที่ยว กล่าวคือในปี 2541 มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการและประกอบการ จำนวน 807 แห่ง มีสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดใหญ่ จำนวน 82 แห่ง มีโรงแรมที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวและท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ที่เดินทางผ่านไปมา จำนวน 44 แห่ง มีสถานบริการและเริงรมย์ จำนวน 56 แห่ง นอกจากนี้อำเภอเมืองนครราชสีมา ยังมีสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม ที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานเทคโนโลยี ที่น่าสนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

สำหรับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของ อำเภอเมืองนครราชสีมา นั้น อาชีพส่วนใหญ่ของประชากรที่อยู่ นอกเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมาคือ อาชีพเกษตรกรรม ซึ่งได้แก่ การทำนาและการปลูกพืชไร่ หลังฤดูเก็บเกี่ยวแล้วประชากรบางส่วนที่มีอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก จะประกอบอาชีพรับจ้างและอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย โดยการประกอบอาชีพรับจ้างและอุตสาหกรรมในครัวเรือน จะอยู่ในแหล่งชุมชนซึ่งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะมีกำลังซื้อจากผู้บริโภคค่อนข้างมาก ดังเช่น ในปี 2541 มีนักท่องเที่ยวในเขตชุมชนเทศบาลเมืองนครราชสีมา จำนวนถึง 1,434,200 คนต่อปี ซึ่งพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา นับได้ว่า เป็นศูนย์กลางความเจริญที่สำคัญ เพราะมีตลาดสดถึง 13 แห่ง โรงแรม 39 แห่ง โรงงานอุตสาหกรรม 400 แห่ง ร้านจำหน่ายอาหาร 484 แห่ง สถานที่ผลิตและสะสมอาหาร 722 แห่ง โรงภาพยนตร์ 12 แห่ง สถานอาบอบนวด 8 แห่ง และดิสโก้เทค 6 แห่ง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สภาพโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวិเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภค ในจังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยจำแนกตามอาชีพ โดยส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 500 ตัวอย่าง แต่เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 496 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดครั้งแรก

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 496 ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น พนักงานของบริษัทเอกชนมากที่สุดคือ จำนวน 149 คน หรือร้อยละ 30.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ข้าราชการและลูกจ้างของหน่วยราชการ และพนักงานของรัฐวิสาหกิจและองค์กรในกำกับของรัฐ โดยมีจำนวนเท่ากับ 141 และ 95 คน หรือร้อยละ 28.4 และ 19.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่นๆ ซึ่งจำแนกเป็น รับจ้างทั่วไป, ค่าขายหรือนักธุรกิจ, ธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ และ นักเรียนนักศึกษา มีจำนวนเท่ากับ 42, 24, 24 และ 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5, 4.8, 4.8 และ 4.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

สำหรับสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ พบว่า เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชายเล็กน้อย กล่าวคือ เป็นเพศหญิงจำนวน 279 คน หรือร้อยละ 56.2 เป็นเพศชาย 217 คน หรือร้อยละ 43.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างนั้น ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่สูงมากนัก และเป็นวัยกำลังทำงาน กล่าวคือส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี และ 20-29 ปี จำนวนสูงสุดคือจำนวน 171 คน และ 169 คน หรือร้อยละ 34.5 และ 34.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ รองลงมาคือผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 127 คน และ 29 คน หรือร้อยละ 25.6 และ 5.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนทางด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างปรากฏว่าเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือเป็นผู้จบระดับ ระดับปริญญาตรี ถึง 245 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาเป็นผู้ที่จบ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. และจบสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 141 คน และ 62 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.4 และ 12.5 ตามลำดับ ที่เหลือซึ่งมีสัดส่วนไม่มากนัก เป็นผู้ที่จบระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. และระดับประถมศึกษา สำหรับทางด้านรายได้ ของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่าเป็นรายได้ในระดับปานกลาง คือไม่สูงหรือต่ำมากนัก กล่าวคือส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 29.2 ของครัวเรือนทั้งหมด รองลงมามีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-15,000 , 15,001-20,000 , มากกว่า 20,000 และ ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานของบริษัทเอกชน	149	30.0
ข้าราชการ / ลูกจ้างของหน่วยราชการ	141	28.4
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ / องค์กรในกำกับของรัฐ	95	19.2
อาชีพอื่นๆ	111	22.3
- รับจ้างทั่วไป	42	8.5
- ค้าขาย นักธุรกิจ	24	4.8
- ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	24	4.8
- นักเรียนนักศึกษา	21	4.2
รวม	496	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.2 สภาพโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง

สภาพโดยทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	217	43.8
หญิง	279	56.2
2. อายุ (ปี)		
20-29	169	34.1
30-39	171	34.5
40-49	127	25.6
50 ขึ้นไป	29	5.8
3. ระดับการศึกษาสูงสุดที่จบ		
ประถมศึกษา	10	2.0
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช.	38	7.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส.	141	28.4
ระดับปริญญาตรี	245	49.4
สูงกว่าปริญญาตรี	62	12.5
4. รายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือน (บาท)		
ไม่เกิน 5,000	40	8.1
5,001-10,000	145	29.2
10,001-15,000	131	26.4
15,001-20,000	83	16.7
มากกว่า 20,000	97	19.6
รวม	496	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.2 สภาพการให้บริการธุรกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

การศึกษาถึงสภาพการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้าในของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครราชสีมา เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าที่ใช้เป็นประจำ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ ห้างคลังพลาซ่า (ถนนจอมสุรางค์) และห้าง บิ๊กซี (Bic C) โดยมีจำนวนถึง 217 และ 179 คน หรือร้อยละ 43.6 และ 36.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับส่วนที่เหลือจะมีจำนวนไม่มากนัก คือ ห้างแม็คโคร คลังพลาซ่า (ถนนอัญญาค์) และ ไม่ค่อยได้ไป, ไม่แน่นอน มีจำนวน 45, 35 และ 19 คน หรือร้อยละ 9.1, 7.1 และ 3.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

ส่วนทางด้านวันที่มักจะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะไปในวันหยุดงาน โดยมีจำนวนเท่ากับ 259 คน หรือร้อยละ 52.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือ ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน และวันทำงานปกติ โดยมีจำนวนเท่ากับ 186 และ 50 คน หรือร้อยละ 37.6 และ 10.1 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

สำหรับช่วงเวลาที่จะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการใน ช่วงเย็น และช่วงกลางวัน โดยมีจำนวนเท่ากับ 145 และ 107 หรือร้อยละ 29.3 และ 21.6 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือ ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน, ช่วงบ่าย, ช่วงค่ำ และช่วงเช้า ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 85, 80, 68 และ 10 คน หรือร้อยละ 17.2, 16.2, 13.7 และ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

ทางด้านจำนวนการให้บริการห้างสรรพสินค้าต่างๆ เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาใช้บริการ 2 ครั้ง, มากกว่า 4 ครั้ง และ 3 ครั้ง คือมีจำนวนเท่ากับ 125, 124 และ 109 คน หรือร้อยละ 25.3, 25.0 และ 22.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ที่เหลือคือมาใช้บริการ 4 ครั้ง, 1 ครั้ง และน้อยกว่า 1 ครั้ง โดยมีจำนวนเท่ากับ 85, 33 และ 19 คน หรือร้อยละ 17.2, 6.7 และ 3.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ โดยมีจำนวนถึง 361 คน หรือร้อยละ 72.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ มีสินค้าพร้อมเพียงให้เลือกได้มากกว่าที่อื่น, การให้บริการดี ประทับใจ กว่าที่อื่น, ได้รับการเชิญชวนจากการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์, รู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น และได้รับการติดต่อ หรือรู้จักกับพนักงาน โดยมีจำนวนเท่ากับ 41, 32, 31, 27 และ 3 คน หรือร้อยละ 8.3, 6.5, 6.3 5.5 และ 0.6 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 สภาพการใช้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

สภาพการใช้บริการ	จำนวน (คน) (n = 495)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้าใน เขตเทศบาลนครราชสีมา ที่ใช้เป็นประจำ		
คลังพลาซ่า (ถนนจอมสุรางค์)	217	43.8
ห้าง บิ๊กซี (Bic C)	179	36.2
แม็คโคร	45	9.1
คลังพลาซ่า (ถนนอัญญาวงศ์)	35	7.1
ไม่ค่อยได้ไป, ไม่แน่นอน	19	3.8
วัน ที่มักจะไปห้างสรรพสินค้า เป็นประจำ		
วันหยุดงาน	259	52.3
วันทำงานปกติ	50	10.1
ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน	186	37.6
ช่วงเวลา ที่ มักจะไปห้างสรรพสินค้า เป็นประจำ คือ		
ช่วงเช้า	10	2.0
ช่วงกลางวัน	107	21.6
ช่วงบ่าย	80	16.2
ช่วงเย็น	145	29.3
ช่วงค่ำ	68	13.7
ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน	85	17.2
จำนวนการใช้บริการห้างสรรพสินค้าต่างๆ เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	19	3.8
1 ครั้ง	33	6.7
2 ครั้ง	125	25.3
3 ครั้ง	109	22.0
4 ครั้ง	85	17.2
มากกว่า 4 ครั้ง	124	25.0

ตารางที่ 4.3 สภาพการใช้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า (ต่อ)

สภาพการใช้บริการ	จำนวน (คน) (n = 495)	ร้อยละ
เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ คือ		
รู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น	27	5.5
สะดวกในการเดินทาง / ที่จอดรถ	361	72.9
การให้บริการดี ประทับใจ กว่าที่อื่น	32	6.5
ได้รับการติดต่อ หรือรู้จักกับพนักงาน	3	0.6
ได้รับการเชิญชวนจากการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	31	6.3
มีสินค้าพร้อมเพียงให้เลือกได้มากกว่าที่อื่น	41	8.3
รวม	495	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ.2542

4.2.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนการศึกษาศาภาพการให้บริการธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำ คือ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ โดยมีจำนวนเท่ากับ 160 และ 111 คน หรือร้อยละ 32.4 และ 22.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนรองลงมาคือ ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารทหารไทย โดยมีจำนวนเท่ากับ 88, 78 และ 22 คน หรือร้อยละ 17.8, 15.8 และ 4.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนที่เหลือมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ส่วนช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการธนาคารเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในช่วงกลางวัน, ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน และช่วงเช้า โดยมีจำนวนเท่ากับ 183, 145 และ 111 หรือร้อยละ 37.0, 29.4 และ 22.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือ ช่วงบ่าย, ช่วงเย็น และช่วงค่ำ ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 40, 11 และ 4 คน หรือร้อยละ 8.1, 2.2 และ 0.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

สำหรับจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง คือมีจำนวนเท่ากับ 145 และ 108 คน หรือร้อยละ 29.4 และ 21.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ที่เหลือคือมาใช้บริการ 1 ครั้ง, 3 ครั้ง, 4 ครั้ง และน้อยกว่า 1 ครั้ง โดยมีจำนวนเท่ากับ 96, 69, 48 และ 28 คน หรือร้อยละ 19.4, 14.0, 9.7 และ 5.7 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

ทางด้านธุรกิจของธนาคารที่ใช้กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการ ถอนเงิน และฝากเงิน โดยมีจำนวนเท่ากับ 259 และ 136 คน หรือร้อยละ 52.4 และ 27.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือ โอนเงิน, บัตรเครดิต, ชำระหนี้, กู้เงิน และบริการอื่นๆ โดยมีจำนวนเท่ากับ 37, 33, 23, 5 และ 1 คน หรือร้อยละ 7.5, 6.7, 4.7, 1.0 และ 0.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

ส่วนเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการของธนาคารแห่งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า เพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ และรู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น โดยมีจำนวนเท่ากับ 183, 131 คน หรือร้อยละ 37.0 และ 26.4 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือ เพราะ การให้บริการดี ประทับใจ กว่าที่อื่น, เงินเดือนผ่าน/หน่วยงานติดต่ออยู่, ได้รับการติดต่อหรือรู้จักกับเจ้าหน้าที่ของธนาคาร และให้ดอกเบี้ยสูง/เสียดอกเบี้ยต่ำ/เสียค่าบริการต่ำ มีจำนวนเท่ากับ 69, 65, 40 และ 6 คน หรือร้อยละ 14.0, 13.2, 8.1 และ 1.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 สภาพการใช้บริการ ธุรกิจธนาคาร

สภาพการใช้บริการ	จำนวน (คน) (n = 494)	ร้อยละ
ธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำ ในปัจจุบันคือ		
ธนาคารกรุงเทพ	111	22.5
ธนาคารกรุงไทย	160	32.4
ธนาคารกสิกรไทย	88	17.8
ธนาคารไทยพาณิชย์	78	15.8
ธนาคารทหารไทย	22	4.5
ธนาคารศรีนคร	5	1.0
กรุงศรีอยุธยา	5	1.0
ธนาคารออมสิน	7	1.4
ธนาคารอื่นๆ	18	3.6
ช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการธนาคาร เป็นประจำคือ		
ช่วงเช้า	111	22.5
ช่วงกลางวัน	183	37.0
ช่วงบ่าย	40	8.1
ช่วงเย็น	11	2.2
ช่วงค่ำ	4	0.8
ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน	145	29.4
จำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	28	5.7
1 ครั้ง	96	19.4
2 ครั้ง	145	29.4
3 ครั้ง	69	14.0
4 ครั้ง	48	9.7
มากกว่า 4 ครั้ง	108	21.8

4.4 สภาพการให้บริการ ธุรกิจธนาคาร (ต่อ)

ผลการให้บริการ	จำนวน (คน) (n = 494)	ร้อยละ
ของธนาคารที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ		
ฝากเงิน	136	27.5
ถอนเงิน	259	52.4
กู้เงิน	5	1.0
บัตรเครดิต	33	6.7
โอนเงิน	37	7.5
ชำระหนี้	23	4.7
บริการอื่นๆ	1	0.2
เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการของธนาคารแห่งนี้		
รู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น	131	26.4
สะดวกในการเดินทาง / ที่จอดรถ	183	37.0
การให้บริการดี ประทับใจ กว่าที่อื่น	69	14.0
ได้รับการติดต่อ : หรือรู้จักกับเจ้าหน้าที่ของธนาคาร	40	8.1
ให้ดอกเบี้ยสูง / เสียดอกเบี้ยต่ำ / เสียค่าบริการต่ำ	6	1.2
เงินเดือนผ่าน, หน่วยงานติดต่ออยู่	65	13.2
รวม	494	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ.2542

4.2.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับการศึกษเกี่ยวกับสภาพการใช้บริการธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่า โรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ โรงแรมราชพฤกษ์ และสีมาธานี โดยมีจำนวนเท่ากับ 156 และ 98 คน หรือร้อยละ 33.8 และ 21.3 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ รองลงมาคือโรงแรมจอมพล แกรนด์ไฮเทล, แกลลีไวท์ และรอยแยลปรีนเซส โดยมีจำนวนเท่ากับ 72, 53 และ 33 คน หรือร้อยละ 15.6, 11.5 และ 7.2 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ที่เหลืออีกร้อยละ 10.6 จะเป็นการไปใช้บริการที่โรงแรมอื่นๆ

ส่วนทางด้านจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการค่อนข้างต่ำ กล่าวคือส่วนใหญ่มาใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้ง โดยมีจำนวนเท่ากับ 247 คน หรือร้อยละ 53.6 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ รองลงมาคือมาใช้บริการ 1 ครั้ง, 2 ครั้ง, 3 ครั้ง, มากกว่า 4 ครั้ง และ 4 ครั้ง โดยมีจำนวนเท่ากับ 92, 66, 28, 15 และ 13 คน หรือร้อยละ 20.0, 14.3, 6.1, 3.3 และ 2.8 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

สำหรับธุรกิจของโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด คือ รับประทานอาหาร โดยมีจำนวนเท่ากับ 237 คน หรือร้อยละ 51.4 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ จัดเลี้ยง, สัมมนา, ฟังเพลง/ร้องเพลง, ห้องพัก และออกกำลังกายหรือชมการแสดง โดยมีจำนวนเท่ากับ 72, 60, 58, 26 และ 8 คน หรือร้อยละ 15.6, 13.0, 12.6, 5.6 และ 1.8 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ

โดยที่เหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่ไปใช้บริการของโรงแรมแห่งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เพราะ สะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ, การให้บริการดี ประทับใจกว่าที่อื่น และค่าบริการไม่แพงมากนัก โดยมีจำนวนเท่ากับ 158, 112 และ 100 คน หรือร้อยละ 34.3, 24.3 และ 21.7 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ที่เหลือซึ่งมีจำนวนไม่มากนักให้เหตุผลว่า เพราะ รู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัย กว่าที่อื่น, ได้รับการติดต่อ หรือรู้จักกับเจ้าหน้าที่ พนักงาน และไปตามที่ได้รับเชิญจากผู้จัด ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 33, 29 และ 29 คน หรือร้อยละ 7.2, 6.3 และ 6.3 ของของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 สภาพการให้บริการ ธุรกิจโรงแรม

สภาพการให้บริการ	จำนวน (คน) (n = 461)	ร้อยละ
โรงแรมที่ไปใช้บริการ หรือใช้บริการบ่อยที่สุด		
ราชพฤกษ์	156	33.8
สีมธานี	98	21.3
จอมพลแกรนด์ไฮเทล	72	15.6
แกลลีไวท์	53	11.5
รอยแยลปรีนเซส	33	7.2
โรงแรมอื่นๆ	49	10.6
จำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจโรงแรมเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	247	53.6
1 ครั้ง	92	20.0
2 ครั้ง	66	14.3
3 ครั้ง	28	6.1
4 ครั้ง	13	2.8
มากกว่า 4 ครั้ง	15	3.3
ธุรกิจของโรงแรมที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ		
รับประทานอาหาร	237	51.4
จัดเลี้ยง	72	15.6
สัมมนา	60	13.0
ฟังเพลง / ร้องเพลง	58	12.6
ห้องพัก	26	5.6
ออกกำลังกาย, ชมการแสดง	8	1.8

ตารางที่ 4.5 สภาพการใช้บริการ ธุรกิจโรงแรม (ต่อ)

สภาพการใช้บริการ	จำนวน (คน) (n = 461)	ร้อยละ
เหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่ไปใช้บริการของโรงแรมแห่งนี้ คือ		
สะดวกในการเดินทาง / ที่จอดรถ	158	34.3
การให้บริการดี ประทับใจ กว่าที่อื่น	112	24.3
ค่าบริการไม่แพงมากนัก	100	21.7
รู้สึกมีความมั่นคง ปลอดภัย กว่าที่อื่น	33	7.2
ได้รับการติดต่อ หรือรู้จักกับเจ้าหน้าที่ พนักงาน	29	6.3
ไปตามที่ได้รับเชิญจากผู้จัด	29	6.3
รวม	461	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ.2542

4.3 สภาพความพึงพอใจ ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ

4.3.1 การให้บริการของห้างสรรพสินค้า

การศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ผลการศึกษปรากฏว่า โดยภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.46$) โดยที่มีความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก 6 ด้าน เรียงตามลำดับคือ มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=3.70$) มีรูปแบบการจัดวางสินค้า ที่มีความสะดวกสบายต่อการเลือกซื้อ ($\bar{x}=3.69$) มีการติดราคา รหัสสินค้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่ทำให้ดูง่ายไม่สับสน ($\bar{x}=3.66$) ชนิดของสินค้าที่ต่อการจะจับจ่ายซื้อหาอยู่แล้ว อย่างครบถ้วน ($\bar{x}=3.60$) การกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ทั้งถึง และต่อเนื่อง ($\bar{x}=3.53$) และลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างมาก ($\bar{x}=3.51$) ส่วนที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางก็มี 6 ด้านเช่นเดียวกัน โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ ประเภทของสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีความเหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=3.47$) ราคาสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีความเหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=3.26$) มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น ลด แลก แจก แถม ซิงโซค ($\bar{x}=3.33$) การจับจ่าย การชำระเงิน การลำเลียงสินค้า มีความสะดวกรวดเร็วดี ($\bar{x}=3.43$) พนักงานมีกริยามรรยาท บุคลิกท่าทาง และความสุภาพเรียบร้อยดี ($\bar{x}=3.17$) และพนักงานมีความสนใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า และกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นอย่างดี ($\bar{x}=3.12$) (ตารางที่ 4.6)

4.3.2 การให้บริการของธุรกิจธนาคาร

ส่วนความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ ธุรกิจธนาคาร นั้น โดยภาพรวมแล้วปรากฏว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกับ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า แต่มีค่าเฉลี่ยของระดับพึงพอใจที่ต่ำกว่า ($\bar{x}=3.24$) โดยที่ ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด คือทั้ง 12 ด้าน เรียงตามลำดับคือ มีรูปแบบการจัดสำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่แสดงถึงความเป็นกันเอง และมีความสะดวกสบาย ต่อการมาใช้บริการ ($\bar{x}=3.45$) การฝากเงิน การชำระเงิน ตลอดจนการติดต่อธุรกิจอื่นๆ มีความสะดวกรวดเร็วดี ($\bar{x}=3.42$) มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ สะดวกในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=3.41$) พนักงานมีกริยามรรยาท บุคลิกท่าทาง และความสุภาพเรียบร้อยดี ($\bar{x}=3.39$) ประเภทของบริการที่ดำเนินการอยู่ สามารถตอบสนองความต้องการที่มาใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ($\bar{x}=3.36$) ชนิดของบริการที่มีอยู่ มีความหลากหลาย และครอบคลุมการให้บริการด้านต่างๆ

ตารางที่ 4.6 สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของห้างสรรพสินค้า

ลักษณะการให้บริการของห้างสรรพสินค้า	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ (n = 496)		
	x	S. D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์			
1.1 การกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ทั้งถึง และต่อเนื่อง	3.53	0.79	มาก
1.2 ลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างมาก	3.51	0.79	มาก
2. ด้านราคา และการตลาด			
2.1 ราคาสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า มีความเหมาะสมดีแล้ว	3.26	0.81	ปานกลาง
2.2 มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ระบบผ่อนส่ง	3.33	0.92	ปานกลาง
3. ด้านความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ			
3.1 มีการติดราคา รหัสสินค้า ภาพโฆษณาเพิ่มเติม ที่ทำให้ดูง่าย ไม่สับสน	3.66	0.81	มาก
3.2 การจับจ่าย การชำระเงิน การลำเลียงสินค้า มีความสะดวกรวดเร็วดี	3.43	0.76	ปานกลาง
4. ด้านสถานที่ตั้ง และความสะดวกในการใช้สถานที่			
4.1 มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ	3.70	0.80	มาก
4.2 มีรูปแบบการจัดวางสินค้า ที่มีความสะดวก สบายต่อการเลือกซื้อ	3.69	0.71	มาก

เหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=3.34$) พนักงานมีความสนใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า และกระตือรือร้นในการทำงานเป็นอย่างดี ($\bar{x}=3.33$) มีการประกาศอัตราดอกเบี้ย ประเภทต่างๆ อย่างชัดเจน แบบฟอร์มต่างๆ ตลอดจนหลักฐานที่นำมาขอรับบริการ เข้าใจง่าย ไม่สับสน ($\bar{x}=3.22$) มีความทั่วถึงในการกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ ทั่วถึง และอย่างต่อเนื่อง เช่น เรื่องดอกเบี้ย บัตรเครดิต บริการใหม่ๆ ($\bar{x}=3.18$) ลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างดีมาก ($\bar{x}=3.10$) มีการใช้กลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น มีบัญชีประเภทต่างๆ แจกของที่ระลึก มีระบบผ่อนชำระเงินกู้ที่เหมาะสม ($\bar{x}=2.90$) และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เงินกู้ และค่าธรรมเนียมจากการใช้บริการ มีความเหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=2.82$) (ตารางที่ 4.7)

4.3.3 การให้บริการของธุรกิจโรงแรม

สำหรับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.30$) เช่นเดียวกับกับธุรกิจห้างสรรพสินค้า และธุรกิจธนาคารที่ผ่านมา โดยที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าธุรกิจห้างสรรพสินค้า แต่สูงกว่าธุรกิจธนาคาร ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดจะพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก เพียงด้านเดียวคือ พนักงานมีริยา มรรยาท บุคลิกท่าทาง และ ความสุภาพเรียบร้อยดี ($\bar{x}=3.55$) ส่วนที่เหลืออีก 11 ด้าน มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งหมด ซึ่งเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีรูปแบบการจัดสำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ที่ให้บริการ ที่แสดงถึงความเป็นกันเอง และมีความสะดวกสบาย ต่อการมาใช้บริการ ($\bar{x}=3.48$) พนักงานมีความสนใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า และกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นอย่างดี ($\bar{x}=3.48$) มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ สะดวกในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=3.47$) ชนิดของบริการที่มีอยู่ มีความหลากหลายและครอบคลุมการให้บริการด้านต่างๆ เหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=3.36$) ประเภทของบริการที่มีอยู่ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ ได้อย่างครบถ้วน ($\bar{x}=3.31$) การมาใช้บริการประเภทต่างๆ ตลอดจนการติดต่อธุรกิจอื่นๆ มีความสะดวกรวดเร็วดี ($\bar{x}=3.27$) การติดต่อ การคิดค่าบริการ การกรอกแบบฟอร์มต่างๆ ตลอดจนการขอรับเอกสารหลักฐานการมาใช้บริการ ง่าย ถูกต้อง และไม่สับสน ($\bar{x}=3.23$) มีความทั่วถึงในการกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ทั่วถึงและต่อเนื่อง เช่น เรื่อง ราคาห้องพัก อาหาร บริการใหม่ๆ ($\bar{x}=3.20$) ลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างดีมาก ($\bar{x}=3.12$) ราคาค่าบริการ และค่าธรรมเนียมจากการใช้บริการอื่นๆ มีความเหมาะสมดีแล้ว ($\bar{x}=3.07$) และมีการใช้กลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น มีการลดค่าบริการ แจกของที่ระลึก จัดเทศกาลอาหาร บริการอื่นที่เกี่ยวข้อง ($\bar{x}=3.04$) (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.7 สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร

ลักษณะการให้บริการของ ธุรกิจธนาคาร	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ (n = 493)		
	\bar{x}	S. D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์			
1.1 มีความทั่วถึงในการกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ สม่่าเสมอ ทั่วถึง และอย่างต่อเนื่อง เช่น เรื่องดอกเบี้ย บัตรเครดิต บริการใหม่ๆ	3.18	0.85	ปานกลาง
1.2 ลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างมาก	3.10	0.81	ปานกลาง
2. ด้านราคา และการตลาด			
2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เงินกู้ และค่าธรรมเนียมจากการใช้บริการ มีความเหมาะสมดีแล้ว	2.82	0.88	ปานกลาง
2.2 มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น มีบัญชีประเภทต่างๆ แจกของที่ระลึก มีระบบผ่อนชำระเงินกู้ที่เหมาะสม	2.90	0.90	ปานกลาง
3. ด้านความถูกต้อง และรวดเร็วในการมาให้บริการ			
3.1 มีการประกาศอัตราดอกเบี้ย ประเภทต่างๆ อย่างชัดเจน แบบฟอร์มต่างๆ ตลอดจนหลักฐานที่นำมาขอรับบริการ เข้าใจง่าย ไม่สับสน	3.22	0.88	ปานกลาง
3.2 การฝากเงิน การชำระเงิน ตลอดจนการติดต่อธุรกิจอื่นๆ มีความสะดวกรวดเร็วดี	3.42	0.82	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจธนาคาร (ต่อ)

ลักษณะการให้บริการของ ธุรกิจธนาคาร	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ (n = 493)		
	\bar{x}	S. D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านสถานที่ตั้ง และความสะดวกในการใช้สถานที่			
4.1 มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ท่าเลที่ตั้ง ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ สะดวกในการ เดินทาง และสถานที่จอดรถ	3.41	0.89	ปานกลาง
4.2 มีรูปแบบการจัดสำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ที่แสดงถึงความเป็นกันเอง และมีความสะดวก สบาย ต่อการมาใช้บริการ	3.45	0.83	ปานกลาง
5. ด้านความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน			
5.1 พนักงานมีกริยามรรยาท บุคลิกท่าทาง และ ความสุภาพเรียบร้อยดี	3.39	0.81	ปานกลาง
5.2 พนักงานมีความสนใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า และกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นอย่างดี	3.33	0.86	ปานกลาง
6. ด้านความหลากหลาย ของธุรกิจที่ให้บริการ			
6.1 ชนิดของบริการที่มีอยู่ มีความหลากหลายและ ครอบคลุมการให้บริการด้านต่างๆ เหมาะสมดีแล้ว	3.34	0.77	ปานกลาง
6.2 ประเภทของบริการที่ดำเนินการอยู่ สามารถตอบ สนองความต้องการที่มาใช้บริการ ได้อย่างครบถ้วน	3.36	0.82	ปานกลาง
รวม	3.24	0.59	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.8 สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม

ลักษณะการให้บริการของ ธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ (n = 474)		
	\bar{x}	S. D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์			
1.1 มีความทั่วถึงในการกระจายการโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ทั่วถึงและต่อเนื่อง เช่น เรื่อง ราคาห้องพัก อาหาร บริการใหม่ๆ	3.20	0.82	ปานกลาง
1.2 ลักษณะการใช้สื่อในการโฆษณา สามารถเรียกร้องความสนใจได้เป็นอย่างมาก	3.12	0.82	ปานกลาง
2. ด้านราคา และการตลาด			
2.1 ราคาค่าบริการ และค่าธรรมเนียมจากการ ใช้บริการอื่นๆ มีความเหมาะสมดีแล้ว	3.07	0.77	ปานกลาง
2.2 มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ หลากหลาย เช่น มีการลดค่าบริการ แจกของ ที่ระลึก จัดเทศกาลอาหาร บริการอื่นที่เกี่ยวข้อง	3.04	0.84	ปานกลาง
3. ด้านความถูกต้อง และรวดเร็วในการมาใช้บริการ			
3.1 การติดต่อ การคิดค่าบริการ :กรกรอก แบบฟอร์มต่างๆ ตลอดจนการขอรับเอกสารหลักฐาน การมาใช้บริการ ง่าย ถูกต้อง และไม่สับสน	3.23	0.73	ปานกลาง
3.2 การมาใช้บริการประเภทต่างๆ ตลอดจนการ ติดต่อธุรกิจอื่นๆ มีความสะดวกรวดเร็วดี	3.27	0.70	ปานกลาง

ตารางที่ 4.8 สภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม (ต่อ)

ลักษณะการให้บริการของ ธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ (n = 474)		
	\bar{x}	S. D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านสถานที่ตั้ง และความสะดวกในการใช้สถานที่			
4.1 มีความเหมาะสมเกี่ยวกับ ขนาด ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ สะดวกในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ	3.47	0.75	ปานกลาง
4.2 มีรูปแบบการจัดสำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกสถานที่ที่ให้บริการ ที่แสดงถึงความเป็นกันเอง และมีความสะดวกสบาย ต่อการมาใช้บริการ	3.48	0.76	ปานกลาง
5. ด้านความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน			
5.1 พนักงานมีกริยามรรยาท บุคลิกท่าทาง และ ความสุภาพเรียบร้อยดี	3.55	0.79	มาก
5.2 พนักงานมีความสนใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า และกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นอย่างดี	3.48	0.78	ปานกลาง
6. ด้านความหลากหลาย ของธุรกิจที่ให้บริการ			
6.1 ชนิดของบริการที่มีอยู่ มีความหลากหลายและ ครอบคลุมการให้บริการด้านต่างๆ เหมาะสมดีแล้ว	3.36	0.71	ปานกลาง
6.2 ประเภทของบริการที่มีอยู่ สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้มาใช้บริการ ได้อย่างครบถ้วน	3.31	0.74	ปานกลาง
รวม	3.30	0.55	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ

4.4.1 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ จำแนกตามเพศ

4.4.1.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบ ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้าไม่แตกต่างกัน ($t=0.980$) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เหมือนกัน แต่เพศหญิงมี ระดับความพึงพอใจ ($\bar{x}=3.48$) สูงกว่าเพศชายเล็กน้อย ($\bar{x}=3.43$) (ตารางที่ 4.9)

4.4.1.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนธุรกิจธนาคารนั้น ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ เมื่อ จำแนกตามเพศปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจธนาคาร ไม่แตกต่างกัน ($t=1.483$) และอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 กลุ่ม โดยที่เพศหญิง มี ระดับความพึงพอใจ ($\bar{x}=3.28$) สูงกว่าเพศชายเล็กน้อย ($\bar{x}=3.20$) (ตารางที่ 4.10)

4.4.1.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามเพศ นั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจ โรงแรม ไม่แตกต่างกัน ($t=0.0812$) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เหมือนกัน แต่เพศหญิงมี ระดับความพึงพอใจ ($\bar{x}=3.32$) สูงกว่าเพศชายเล็กน้อย ($\bar{x}=3.28$) (ตารางที่ 4.11)

4.4.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ

4.4.2.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน ($\text{Sig}=0.014$) โดยที่ช่วงอายุ 40-49 ปี มีระดับความ พึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.55$) ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ช่วง อายุ 50 ปีขึ้นไป ($\bar{x}=3.47$) ช่วง 30-39 ปี ($\bar{x}=3.41$) และ ช่วง 20-29 ปี ($\bar{x}=3.40$) (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n=496)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	t
ชาย	217	3.43	0.48	ปานกลาง	0.980
หญิง	279	3.48	0.50	ปานกลาง	
รวม	496	3.46	0.49	ปานกลาง	

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ธนาคาร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n=493)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	t
ชาย	214	3.20	0.59	ปานกลาง	1.483
หญิง	279	3.28	0.60	ปานกลาง	
รวม	493	3.24	0.59	ปานกลาง	

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
โรงแรม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n=474)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	t
ชาย	206	3.28	0.58	ปานกลาง	0.812
หญิง	268	3.32	0.53	ปานกลาง	
รวม	474	3.30	0.55	ปานกลาง	

หมายเหตุ $\rho < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (n=496)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
20-29	169	3.40	0.50	ปานกลาง	3.558	0.014
30-39	171	3.41	0.51	ปานกลาง		
40-49	127	3.55	0.46	มาก		
50 ขึ้นไป	29	3.47	0.37	ปานกลาง		
รวม	496	3.46	0.49	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.4.2.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.519) โดยที่ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี ($\bar{x}=3.28$), ช่วง 40-49 ปี ($\bar{x}=3.25$), ช่วง 30-39 ปี ($\bar{x}=3.20$) และ ช่วง 50 ขึ้นไป ($\bar{x}=3.15$) (ตารางที่ 4.13)

4.4.2.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.483) โดยที่ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี ($\bar{x}=3.32$), ช่วง 40-49 ปี ($\bar{x}=3.31$), ช่วง 30-39 ปี ($\bar{x}=3.28$), และ ช่วง 50 ขึ้นไป ($\bar{x}=3.16$) (ตารางที่ 4.14)

4.4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

4.4.3.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

การศึกษาเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษาปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า แตกต่างกัน (Sig=0.046) โดยที่ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากคือ ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ($\bar{x}=3.76$) และสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}=3.56$) ตามลำดับ ที่เหลือเป็นผู้ที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. ($\bar{x}=3.46$) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. ($\bar{x}=3.38$) และ ระดับปริญญาตรี ($\bar{x}=3.46$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

4.4.3.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร จำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.264) โดยที่ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากคือ ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ($\bar{x}=3.53$) นอกจากนั้นเป็นผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. ($\bar{x}=3.28$) ระดับปริญญาตรี ($\bar{x}=3.23$) สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}=3.20$) และมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. ($\bar{x}=3.11$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ธนาคาร จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (n=493)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
20-29	168	3.28	0.61	ปานกลาง	0.757	0.519
30-39	170	3.20	0.57	ปานกลาง		
40-49	126	3.25	0.60	ปานกลาง		
50 ขึ้นไป	29	3.15	0.57	ปานกลาง		
รวม	493	3.24	0.59	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
โรงแรม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (n=474)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
20-29	163	3.32	0.58	ปานกลาง	0.820	0.483
30-39	161	3.28	0.57	ปานกลาง		
40-49	122	3.31	0.49	ปานกลาง		
50 ขึ้นไป	28	3.16	0.59	ปานกลาง		
รวม	474	3.24	0.59	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n=496)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ประถมศึกษา	10	3.76	0.50	มาก	2.439	0.046
มัธยมศึกษาตอน ต้น หรือ ปวช.	38	3.46	0.51	ปานกลาง		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย หรือ ปวส.	141	3.38	0.46	ปานกลาง		
ระดับปริญญาตรี	245	3.46	0.37	ปานกลาง		
สูงกว่าปริญญาตรี	62	3.56	0.47	มาก		
รวม	496	3.46	0.49	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ธนาคาร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n=493)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ประถมศึกษา	10	3.53	0.67	มาก	1.314	0.264
มัธยมศึกษาตอน ต้น หรือ ปวช.	38	3.11	0.55	ปานกลาง		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย หรือ ปวส.	140	3.28	0.57	ปานกลาง		
ระดับปริญญาตรี	243	3.23	0.63	ปานกลาง		
สูงกว่าปริญญาตรี	62	3.20	0.53	ปานกลาง		
รวม	493	3.46	0.59	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.4.3.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามระดับการศึกษาปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.013) โดยที่ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากคือ ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ($\bar{x}=3.53$) ส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. ($\bar{x}=3.27$) สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}=3.27$) ระดับปริญญาตรี ($\bar{x}=3.24$) และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. ($\bar{x}=3.12$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

4.4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

4.4.4.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.493) โดยที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ พนักงานของบริษัทเอกชน ($\bar{x}=3.50$) อาชีพอื่นๆ ($\bar{x}=3.47$) ข้าราชการ/ลูกจ้างของหน่วยราชการ ($\bar{x}=3.43$) และพนักงานของรัฐวิสาหกิจ/องค์กรในกำกับของรัฐบาล ($\bar{x}=3.40$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.18)

4.4.4.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนผลการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร โดยจำแนกตามอาชีพ นั้น ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร แตกต่างกัน (Sig=0.009) โดยที่ผู้บริโภคก็มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางเหมือนกันทุกกลุ่ม แต่ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน เรียงตามลำดับคือ ข้าราชการ/ลูกจ้างของหน่วยราชการ ($\bar{x}=3.33$) อาชีพอื่นๆ ($\bar{x}=3.30$) พนักงานของรัฐวิสาหกิจ/องค์กรในกำกับของรัฐบาล ($\bar{x}=3.25$) และพนักงานของบริษัทเอกชน ($\bar{x}=3.11$) (ตารางที่ 4.19)

4.4.4.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบ ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.420) โดยที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ อาชีพอื่นๆ ($\bar{x}=3.34$) ข้าราชการ/ลูกจ้างของหน่วยราชการ ($\bar{x}=3.33$) พนักงานของบริษัทเอกชน ($\bar{x}=3.27$) และพนักงานของรัฐวิสาหกิจ/องค์กรในกำกับของรัฐบาล ($\bar{x}=3.23$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
โรงแรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n=474)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ประถมศึกษา	9	3.53	0.79	มาก	1.791	0.130
มัธยมศึกษาตอน ต้น หรือ ปวช.	35	3.12	0.58	ปานกลาง		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย หรือ ปวส.	133	3.27	0.53	ปานกลาง		
ระดับปริญญาตรี	239	3.24	0.56	ปานกลาง		
สูงกว่าปริญญาตรี	58	3.27	0.50	ปานกลาง		
รวม	474	3.30	0.55	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (n=496)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
พนักงานของ						
บริษัทเอกชน	141	3.50	0.47	ปานกลาง	0.802	0.493
ข้าราชการ / ลูกจ้าง						
ของหน่วยราชการ	149	3.43	0.51	ปานกลาง		
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ						
/องค์กรในกำกับฯ	95	3.40	0.47	ปานกลาง		
อาชีพอื่นๆ	111	3.47	0.51	ปานกลาง		
รวม	496	3.46	0.49	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ธนาคาร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (n=493)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
พนักงานของ						
บริษัทเอกชน	140	3.11	0.61	ปานกลาง	3.899	0.009
ข้าราชการ / ลูกจ้าง ของหน่วยราชการ	148	3.33	0.59	ปานกลาง		
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ						
/องค์กรในกำกับฯ	95	3.25	0.57	ปานกลาง		
อาชีพอื่นๆ	110	3.30	0.57	ปานกลาง		
รวม	493	3.24	0.59	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
โรงแรม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (n=474)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
พนักงานของ						
บริษัทเอกชน	136	3.27	0.52	ปานกลาง	0.943	0.420
ข้าราชการ / ลูกจ้าง						
ของหน่วยราชการ	144	3.33	0.62	ปานกลาง		
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ						
/องค์กรในกำกับฯ	85	3.23	0.51	ปานกลาง		
อาชีพอื่นๆ	109	3.34	0.54	ปานกลาง		
รวม	474	3.30	0.55	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ จำแนกตามระดับรายได้

4.4.5.1 ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.150) โดยที่ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากคือ ผู้ที่มีช่วงรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}=3.53$) และ 15,001-20,000 บาท ($\bar{x}=3.52$) ที่เหลือคือ ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือผู้บริโภคที่มีรายได้ในช่วง 5,001-10,000 บาท ($\bar{x}=3.44$) ไม่เกิน 5,000 บาท ($\bar{x}=3.39$) และ 10,001-15,000 บาท ($\bar{x}=3.39$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21)

4.4.5.2 ธุรกิจธนาคาร

ส่วนผลการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจธนาคาร ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.253) โดยที่ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งหมด ซึ่งสามารถเรียงตามระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคคือ ผู้ที่มีช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท ($\bar{x}=3.30$), 5,001-10,000 บาท ($\bar{x}=3.29$), มากกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}=3.25$), ไม่เกิน 5,000 บาท ($\bar{x}=3.23$) และ 10,001-15,000 บาท ($\bar{x}=3.14$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.22)

4.4.5.3 ธุรกิจโรงแรม

สำหรับการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม ไม่แตกต่างกัน (Sig=0.832) โดยที่ผู้บริโภคทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ผู้ที่มีช่วงรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท ($\bar{x}=3.37$), มากกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}=3.32$), 10,001-15,000 บาท ($\bar{x}=3.30$), 15,001-20,000 บาท ($\bar{x}=3.29$) และ 5,001-10,000 บาท ($\bar{x}=3.26$) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงรายได้

ช่วงรายได้ (บาท)	จำนวน (n=496)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ไม่เกิน 5,000	40	3.39	0.48	ปานกลาง	1.693	0.150
5,001-10,000	145	3.44	0.54	ปานกลาง		
10,001-15,000	131	3.39	0.46	ปานกลาง		
15,001-20,000	83	3.52	0.47	มาก		
มากกว่า 20,000	97	3.53	0.48	มาก		
รวม	496	3.46	0.49	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
ธนาคาร จำแนกตามช่วงรายได้

ช่วงรายได้ (บาท)	จำนวน (n=493)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ไม่เกิน 5,000	40	3.23	0.50	ปานกลาง	1.342	0.253
5,001-10,000	145	3.29	0.62	ปานกลาง		
10,001-15,000	129	3.14	0.59	ปานกลาง		
15,001-20,000	82	3.30	0.57	ปานกลาง		
มากกว่า 20,000	97	3.25	0.61	ปานกลาง		
รวม	493	3.24	0.59	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจ
โรงแรม จำแนกตามช่วงรายได้

ช่วงรายได้ (บาท)	จำนวน (n=474)	\bar{x}	S. D.	ความหมาย	F	Sig
ไม่เกิน 5,000	39	3.37	0.45	ปานกลาง	0.367	0.832
5,001-10,000	137	3.26	0.63	ปานกลาง		
10,001-15,000	126	3.30	0.48	ปานกลาง		
15,001-20,000	80	3.29	0.58	ปานกลาง		
มากกว่า 20,000	92	3.32	0.54	ปานกลาง		
รวม	474	3.30	0.55	ปานกลาง		

หมายเหตุ $p < 0.05$

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.5 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการแก่ผู้บริโภค

4.5.1 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้าว่า ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน, ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ, ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่, และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 24.0, 13.1, 11.7, 6.5 และ 5.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.24) โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า มีดังนี้ (ตารางที่ 4.25)

1) ด้านราคาและการตลาดได้แก่ สินค้าบางชนิดราคาสูงเกินไป (ร้อยละ 28.2), ควรเพิ่มกลยุทธ์ทางด้านราคาให้มากขึ้น (ร้อยละ 2.7), สินค้าโปรโมชั่นเก่าเกินไปและมีน้อยเกินไป (ร้อยละ 1.6), และควรกำหนดราคาสินค้าให้เท่าเทียมกับแห่งอื่น (ร้อยละ 1.1)

2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงานได้แก่ พนักงานเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าและการแนะนำสินค้า (ร้อยละ 35.3), ควรจัดอบรมพนักงานทั้งด้านการบริการและมารยาท (ร้อยละ 21.8), เพิ่มความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการทำงาน (ร้อยละ 5.0) และพนักงานไม่ควรรบกวนลูกค้ามากเกินไป (ร้อยละ 2.5)

3) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มทั้งปริมาณและชนิดของสินค้าที่จำหน่าย (ร้อยละ 33.8), ควรนำสินค้าในท้องถิ่นมาจำหน่ายบ้าง (ร้อยละ 1.5) และควรเพิ่มสิ่งสร้างความสนใจและความบันเทิง (ร้อยละ 3.1)

4) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มพนักงานและช่องรับเงินให้มากขึ้น (ร้อยละ 27.6), ควรติดป้ายราคาสินค้าทุกชิ้นแทนการติด Bar code (ร้อยละ 10.3) และมีความผิดพลาดในการคิดเงิน (ร้อยละ 3.4)

5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ ควรเพิ่มบริเวณห้างและบริเวณจอดรถยนต์ให้กว้างมากขึ้น (ร้อยละ 28.1), บริเวณเข้า-ออก ที่จอดรถยนต์ไม่สะดวก (ร้อยละ 9.3), ควรมีพนักงานสำหรับให้บริการในการจอดรถยนต์ (ร้อยละ 6.3), ควรมีระบบป้องกันอัคคีภัย (ร้อยละ 6.3) และควรมีที่นั่งพักสำหรับลูกค้าให้มากขึ้น (ร้อยละ 3.1)

6) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรติดป้าย หรือโปสเตอร์โฆษณา ให้เห็นเด่นอย่างชัดเจน (ร้อยละ 44.0) และควรแจกแผ่นปลิวโฆษณาให้ลูกค้า (ร้อยละ 8.0)

ตารางที่ 4.24 ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด	จำนวน (n=487)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	25	5.0
ด้านราคาและการตลาด	188	37.9
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	58	11.7
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	32	6.5
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	119	24.0
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	65	13.1
รวม	487	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.25 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจห้างสรรพสินค้า	จำนวน (n=487)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	25	100.0
- ควรติดป้าย หรือโปสเตอร์โฆษณา ให้เห็นอย่างชัดเจน	11	44.0
- ควรแจกแผ่นปลิวโฆษณาให้ลูกค้า	2	8.0
- ไม่ระบุเหตุผล	12	48.0
ด้านราคาและการตลาด	188	100.0
- สินค้าบางชนิดราคาแพงเกินไป	53	28.2
- ควรเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดให้มากขึ้น	5	2.7
- สินค้าโปรโมชัน เก่าเกินไป, มีน้อยเกินไป	3	1.6
- ควรกำหนดราคาสินค้าให้เท่าเทียมกับแห่งอื่น	2	1.1
- ไม่ระบุเหตุผล	123	65.4
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	58	100.0
- ควรเพิ่มพนักงาน และช่องรับเงินให้มากขึ้น	16	27.6
- ควรติดป้ายราคาสินค้าทุกชิ้น แทนการติด Bar code	6	10.3
- มีความผิดพลาดในการคิดเงิน	2	3.4
- ไม่ระบุเหตุผล	35	60.3
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	32	100.0
- ควรเพิ่มบริเวณห้าง และบริเวณจอดรถยนต์ให้กว้างมากขึ้น	9	28.1
- บริเวณเข้า-ออก ที่จอดรถยนต์ไม่สะดวก	3	9.3
- ควรมีพนักงานสำหรับให้บริการในการจอดรถยนต์	2	6.3
- ควรมีระบบป้องกันอัคคีภัย	2	6.3
- ควรมีที่นั่งพักสำหรับลูกค้าให้มากขึ้น	1	3.1
- ไม่ระบุเหตุผล	15	46.9

ตารางที่ 4.25 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า (ต่อ)

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจห้างสรรพสินค้า	จำนวน (n=487)	ร้อยละ
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	119	100.0
- พนักงานเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้า แนะนำสินค้า	42	35.3
- ควรจัดอบรมพนักงานทั้ง ด้านการบริการ และมารยาท	26	21.8
- เพิ่มความกระตือรือร้น และความรวดเร็วในการทำงาน	6	5.0
- พนักงานไม่ควรรุกเร้าลูกค้ามากเกินไป	3	2.5
- ไม่ระบุเหตุผล	43	36.1
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	65	100.0
- ควรเพิ่มทั้งปริมาณและชนิดของสินค้าที่จำหน่าย	22	33.8
- ควรเพิ่มสิ่งสร้างความสนใจ และความบันเทิง	2	3.1
- ควรนำสินค้าในท้องถิ่นมาจำหน่ายบ้าง	1	1.5
- ไม่ระบุเหตุผล	40	61.5

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.5.2 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจธนาคาร

ส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจธนาคาร มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจธนาคารว่า ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ด้านราคาและการตลาด โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 41.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมารับบริการ, ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 21.6, 16.5, 6.9, 6.3 และ 4.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.26) โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการธุรกิจธนาคารมีดังนี้ (ตารางที่ 4.27)

1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ เพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้น (ร้อยละ 13.0), ลดค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่างๆ ลง (ร้อยละ 11.0), กำหนดอัตราดอกเบี้ยให้แน่นอน และยุติธรรม (ร้อยละ 9.6), และลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลง (ร้อยละ 1.4)

2) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมารับบริการ ได้แก่ เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการให้มากขึ้น (ร้อยละ 23.4) และเพิ่มพนักงานที่ให้บริการให้มากขึ้น (ร้อยละ 2.8)

3) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความสนใจต่อลูกค้าให้มากขึ้น (ร้อยละ 46.3) และตอนสิ้นเดือนไม่ค่อยได้รับความสะดวกในการมารับบริการ (ร้อยละ 6.1)

4) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ เพิ่มการอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น (ร้อยละ 14.7) และเพิ่มบริเวณที่จอดรถยนต์ให้มากขึ้น (ร้อยละ 38.2)

5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรจัดบอร์ดโฆษณา ให้เห็นเด่นอย่างชัดเจน (ร้อยละ 38.7) จัดส่งข่าวสารเกี่ยวกับการบริการให้ลูกค้า (ร้อยละ 16.1) และเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ให้มากขึ้น (ร้อยละ 6.5)

6) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ เพิ่มบริการในการให้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลสากลให้มากขึ้น (ร้อยละ 10.0) เพิ่มการให้บริการในทุกๆ ด้านอย่างจริงจัง (ร้อยละ 20.0)

ตารางที่ 4.26 ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจธนาคาร

ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด	จำนวน (n=482)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	31	6.3
ด้านราคาและการตลาด	208	41.9
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	107	21.6
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	34	6.9
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	82	16.5
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	20	4.0
รวม	482	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.27 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจธนาคาร

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจธนาคาร	จำนวน (n=482)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	31	100.0
- ควรจัดบอร์ดโฆษณา ให้เห็นอย่างชัดเจน	12	38.7
- จัดส่งข่าวสารเกี่ยวกับการบริการให้ลูกค้า	5	16.1
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ให้มากขึ้น	2	6.5
- ไม่ระบุเหตุผล	12	38.7
ด้านราคาและการตลาด	208	100.0
- เพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้น	27	13.0
- ลดค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่างๆ ลง	23	11.0
- กำหนดอัตราดอกเบี้ยให้แน่นอน และยุติธรรม	20	9.6
- ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลง	3	1.4
- ไม่ระบุเหตุผล	135	64.9
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	107	100.0
- เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการให้มากขึ้น	25	23.4
- เพิ่มพนักงานที่ให้บริการให้มากขึ้น	3	2.8
- ไม่ระบุเหตุผล	79	73.8
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	34	100.0
- เพิ่มการอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น	5	14.7
- เพิ่มบริเวณที่จอดรถยนต์ให้มากขึ้น	13	38.2
- ไม่ระบุเหตุผล	16	47.1
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	82	100.0
- พนักงานควรเพิ่มความสนใจต่อลูกค้าให้มากขึ้น	38	46.3
- ตอนสิ้นเดือนไม่ค่อยได้รับความสะดวกในการมาใช้บริการ	5	6.1
- ไม่ระบุเหตุผล	39	47.6

ตารางที่ 4.27 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการธุรกิจธนาคาร (ต่อ)

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจธนาคาร	จำนวน (n=482)	ร้อยละ
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	20	100.0
- เพิ่มบริการในการให้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลสากลให้มากขึ้น	2	10.0
- เพิ่มการให้บริการในทุกๆ ด้านอย่างจริงจัง	4	20.0
- ไม่ระบุเหตุผล	14	70.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

4.5.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจโรงแรม

สำหรับผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจโรงแรม มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจโรงแรมว่า ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ด้านราคาและการตลาด โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 40.1 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน, การโฆษณาประชาสัมพันธ์, ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ และความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 18.3, 12.5, 11.9, 6.0, และ 4.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.28) โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการธุรกิจโรงแรมมีดังนี้ (ตารางที่ 4.29)

1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ ควรลดค่าบริการต่างๆ ลง (ร้อยละ 33.7) ควรหาเทคนิคการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น (ร้อยละ 0.5) และ การตั้งค่าบริการต่างๆ ควรกำหนดอย่างยุติธรรม (ร้อยละ 1.5)

2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าให้มากขึ้น (ร้อยละ 14.3), ควรจัดฝึกอบรมพนักงานในด้านมารยาท ในการบริการ (ร้อยละ 14.3), และเพิ่มการดูแลรักษาความปลอดภัย (ร้อยละ 1.1)

3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ บริการต่างๆ ให้มากขึ้น (ร้อยละ 38.7), เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ (ร้อยละ 3.2) และควรติดป้ายบอกบริการ และราคาค่าบริการต่างๆ ให้ชัดเจน (ร้อยละ 1.6)

4) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ เพิ่มความหลากหลายในการให้บริการให้มากขึ้น (ร้อยละ 25.4) และจัดบริเวณการให้บริการที่เป็นที่ปลอดบุหรี่ (ร้อยละ 1.7)

5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ ทางเข้าออกหายาก และไม่ค่อยสะดวก (ร้อยละ 6.7), เพิ่มบริเวณที่จอดรถยนต์ให้มีความสะดวกมากขึ้น (ร้อยละ 26.7), การติดป้ายประกาศ เลขที่ห้องไม่ค่อยชัดเจน (ร้อยละ 3.3), ควรหาสถานที่ตั้งไม่ให้ห่างตัวเมืองมากนัก (ร้อยละ 3.3)

6) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ การคิดค่าบริการควรให้ถูกต้อง ไม่ควรจงใจคิดเกินราคา (ร้อยละ 15.0)

ตารางที่ 4.28 ข้อเสนอแนะด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด ในการให้บริการธุรกิจโรงแรม

ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด	จำนวน (n=461)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	62	12.5
ด้านราคาและการตลาด	199	40.1
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	20	4.0
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	30	6.0
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	91	18.3
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	59	11.9
รวม	461	100.0

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.29 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจโรงแรม

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจโรงแรม	จำนวน (n=461)	ร้อยละ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	62	100.0
- ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ บริการต่างๆ ให้มากขึ้น	24	38.7
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์	2	3.2
- ควรติดป้ายบอกบริการ และราคาค่าบริการต่างๆ ให้ชัดเจน	1	1.6
- ไม่ระบุเหตุผล	35	56.5
ด้านราคาและการตลาด	199	100.0
- ควรลดค่าบริการต่างๆ ลง	67	33.7
- ควรหาเทคนิคการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น	1	0.5
- การตั้งค่าบริการต่างๆ ควรกำหนดอย่างยุติธรรม	3	1.5
- ไม่ระบุเหตุผล	128	64.3
ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ	20	100.0
- การคิดค่าบริการควรให้ถูกต้อง ไม่ควรจงใจคิดเกินราคา	3	15.0
- ไม่ระบุเหตุผล	17	85.0
สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่	30	100.0
- ทางเข้า-ออกหายาก และไม่ค่อยสะดวก	2	6.7
- เพิ่มบริเวณที่จอดรถยนต์ให้มีความสะดวกมากขึ้น	8	26.7
- การติดป้ายประกาศ เลขที่ห้องไม่ค่อยชัดเจน	1	3.3
- ควรหาสถานที่ตั้งไม่ให้ห่างตัวเมืองมากนัก	1	3.3
- ไม่ระบุเหตุผล	18	60.0
ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน	91	100.0
- พนักงานควรเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าให้มากขึ้น	13	14.3
- ควรจัดฝึกอบรมพนักงานในด้านมารยาท ในการบริการ	13	14.3
- เพิ่มการดูแลรักษาความปลอดภัย	1	1.1
- ไม่ระบุเหตุผล	64	70.3

ตารางที่ 4.29 ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ธุรกิจโรงแรม (ต่อ)

วิธีการปรับปรุงแก้ไข ธุรกิจโรงแรม	จำนวน (n=461)	ร้อยละ
ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ	59	100.0
- เพิ่มความหลากหลายในการให้บริการให้มากขึ้น	15	25.4
- จัดบริเวณการให้บริการที่เป็นที่ปลอดบุหรี่	1	1.7
- ไม่ระบุเหตุผล	43	72.9

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2542

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สภาพโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 496 ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น พนักงานของบริษัทเอกชนมากที่สุดคือ ร้อยละ 30.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ข้าราชการและลูกจ้างของหน่วยราชการ และพนักงานของรัฐวิสาหกิจและองค์กรในกำกับของรัฐ โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 28.4 และ 19.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 22.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สำหรับสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ พบว่า เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชายเล็กน้อย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.2 เป็นเพศชาย ร้อยละ 43.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างนั้น ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่สูงมากนัก และเป็นวัยกำลังทำงาน กล่าวคือส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี และ 20-29 ปี จำนวนสูงสุด คือร้อยละ 34.5 และ 34.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนทางด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างปรากฏว่า เป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือเป็นผู้จบระดับ ระดับปริญญาตรี ถึง ร้อยละ 49.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับทางด้านรายได้ ปรากฏว่าอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 29.2 ของครัวเรือนทั้งหมด

5.1.2 สภาพการใช้บริการธุรกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาถึงสภาพการใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้าในของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครราชสีมา เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าที่ใช้เป็นประจำ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ ห้างคลังพลาซ่า (ถนนจอมสุรางค์) และห้าง บิ๊กซี (Bic C) โดยมีสัดส่วนถึง ร้อยละ 43.6 และ 36.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนทางด้านวันที่มักจะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะไปในวันหยุดงาน โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 52.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ สำหรับช่วงเวลาที่จะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการใน ช่วงเย็น และช่วงกลางวัน โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 29.3 และ 21.6 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ ทางด้านจำนวนการใช้บริการห้างสรรพสินค้าต่างๆ เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้ง, มากกว่า 4 ครั้ง และ 3 ครั้ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 25.3, 25.0 และ 22.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ตามลำดับ เมื่อ

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบ ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.1.4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้ บริการของธุรกิจการธนาคาร โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจก็ไม่แตก ต่างกัน สำหรับการศึกษ เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เช่น เดียวกันกับ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า และ ธุรกิจการธนาคาร

5.1.5 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการแก่ผู้บริโภค

5.1.5.1 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า ด้านที่ ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และการ ให้บริการของพนักงาน, ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ, ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่, และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะ วิธีการปรับปรุงแก้ไขที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ สินค้าบางชนิดราคายังสูงเกินไป
- 2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานเพิ่มความเอาใจใส่ต่อ ลูกค้าและการแนะนำสินค้า
- 3) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มทั้งปริมาณและชนิดของสินค้าที่ จำหน่าย
- 4) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มพนักงานและช่องรับเงินให้ มากขึ้น
- 5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ ควรเพิ่มบริเวณห้างและบริเวณ จอดรถยนต์ให้กว้างมากขึ้น
- 6) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรติดป้ายหรือโปสเตอร์โฆษณา ให้เห็นอย่างชัดเจน

5.1.5.2 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจธนาคาร

ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจธนาคารนั้น ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือ ด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ, ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ เพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้น
- 2) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการให้มากขึ้น
- 3) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความสนใจต่อลูกค้าให้มากขึ้น
- 4) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ เพิ่มการอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น
- 5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรจัดบอร์ดโฆษณา ให้เห็นอย่างชัดเจน
- 6) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ เพิ่มบริการในการให้ข้อมูลที่ เป็นข้อมูลสากลให้มากขึ้น

5.1.5.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ ธุรกิจโรงแรม

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจโรงแรม ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน, การโฆษณาประชาสัมพันธ์, ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ, สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ และ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงแก้ไขที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ ควรลดค่าบริการต่างๆ ลง
- 2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าให้มากขึ้น
- 3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ บริการต่างๆ ให้มากขึ้น
- 4) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ เพิ่มความหลากหลายในการให้บริการให้มากขึ้น
- 5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ได้แก่ ทางเข้าออกหายากและไม่ค่อยสะดวก

6) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ การคิดค่าบริการควรให้ถูกต้อง ไม่ควรจงใจคิดเกินราคา

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) จากระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจบริการทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ดังนั้นในอนาคตถ้าจะมีการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคให้สูงขึ้น เช่น ถึงระดับมาก หรือมากที่สุด ก็จะทำให้การขยายตัวของธุรกิจทางด้านบริการเหล่านี้ ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

2) จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ การให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้าจำแนกตามระดับการศึกษา การใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้าจำแนกตามช่วงอายุ และ การใช้บริการของธุรกิจธนาคารจำแนกตามอาชีพ ผลการศึกษาปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนั้นในการให้บริการในธุรกิจเหล่านี้ ควรจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของผู้ที่มาใช้บริการเหล่านี้ด้วย

3) จากผลการศึกษาซึ่งพบว่า การให้บริการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน และ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ตามลำดับ ดังนั้นสมควรอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการส่งเสริม ควรหาวิธีปรับปรุงการให้บริการในด้านดังกล่าวข้างต้น

4) ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะขยายการศึกษาไปยังผู้บริโภคในอาชีพต่างๆ และทั้งในธุรกิจบริการด้านอื่นๆ ให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ ฤทธิรงค์ และ วรวิพรรณ ชินะตระกูล. 2541. องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของหัวหน้าคณะและหัวหน้างาน แผนกวิชาช่างอุตสาหกรรม ในวิทยาลัยเทคนิคภาคกลาง. พระจอมเกล้าลาดกระบัง. 6 (1) : 73-74.
- งามตา วรินทร์านนท์. 2537. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เพรสมีเดีย.
- จงกลณี เกตุแก้ว. 2541. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า. จุลสารมนุษยมิติในอุทยานและพื้นที่อนุรักษ์. (3) : 6-7.
- โชคดี รักษทอง และ ละม้าย มีศิลป์. 2534. ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง. 5 (2) : 111-125.
- ทัศนีย์ สันติพงศ์ศุภกร , เมธา ทรงธรรมวัฒน์ และ ศรีสุดา ไทยเลิศ. 2541. ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอก ต่อการให้บริการของแผนกนรีเวช โรงพยาบาลศรีนครินทร์. ศรีนครินทร์เวชสาร. 13 (2) : 89-92.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. 2540. การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการของ ธกส. ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. 2538. ความพึงพอใจในของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ต่อกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิเวอร์ซิโตนี และระดับมัลติแควิโตนี. ข่าวสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. 36 (400) : 18-19.
- เพ็ญญ์ กิจระการ. 2532. ความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา. จุลสารวิจัยและประเมินผล. 2 (6) : 1-8.
- มารศรี นุชแสงพลี. 2532. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ : ศึกษากรณีผู้สูงอายุในชุมชนบ่อนไก่ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ลักขณา ธนาวรรณกิจ. 2540. “ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจก ราชบุรี” กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วารุณี จันทรานันต์. 2535. ความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ครุศาสตร์. 21(1) : 50-56.
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. 2542. พฤติกรรมและแนวโน้มการใช้บัตรเครดิต. วิจัยการตลาด. 4 (1) : 1-25.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2539. ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด ปี 2539. กองบัญชาประชาชนชาติ.

สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. 2541. **บรรยายสรุป จังหวัดนครราชสีมา. จังหวัดนครราชสีมา.**

สำนักงานอำเภอเมืองนครราชสีมา. 2541. **บรรยายสรุป อำเภอเมืองนครราชสีมา. จังหวัดนครราชสีมา.**

Chuanchom Sakondhvat and Others. 1990. **Consumer Preference Study of A Modified**

Female Condom in a Sexually Active Population at Risk of Contracting AIDS.

Faculty of Medicine. Khon Kaen University.

Maslow, A.H. 1970. **Motivation and Personality.** New York : Harper & Row, Publishers.

McConnell, J.V. and R.P. Philipchalk. 1992. **Understanding Human Behavior.**

Florida : Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Smith, Ian. 1994. **Meeting Customer Needs.** Oxford : Butterworth-Heinemann Ltd.

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ : อาจารย์ นาวาอากาศตรี เอกกษัตริ์ ชัยชาญ
วัน-เดือน-ปีเกิด : 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2504 อายุ 38 ปี
ภูมิลำเนา : กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน : 111 ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
 โทร. 044-225924
สถานที่ทำงาน : สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทร. 044-224207-8, 224273

ประวัติการศึกษา :

ระดับการศึกษา	วุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาตรี	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขาเคมี)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	พ.ศ.2526
ปริญญาโท	พบ.ม.(บริหารธุรกิจ) (สาขาบริหารการเงิน)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	พ.ศ.2530
ปริญญาโท	พบ.ม.(สถิติประยุกต์) (สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	พ.ศ.2535

ประวัติการทำงาน :

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
2527-2539	รอง ทน.แผนกวิทยากร (ตำแหน่งสุดท้ายก่อนลาออก)	กรมอิเล็กทรอนิกส์ กองทัพอากาศ
2539-ปัจจุบัน	อาจารย์	สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ประวัติงานวิจัยและผลงานทางด้านวิชาการ :

1. การควบคุมต้นทุนการผลิตทางการพิมพ์ เอกสารการสอน หน่วยที่ 5.1 และ 5.2 ชุดวิชาการจัดการ
 ทางการผลิตและควบคุมคุณภาพทางการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช