

วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา

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

อาจารย์ นาวาอากาศตรี เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการใช้บริการของผู้บริโภค ในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม เพื่อศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจทั้ง 3 ประเภท เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และเพื่อศึกษาปัญหาการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งแนวทางในการแก้ไข ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา จากธุรกิจทางด้านการบริการ 3 ประเภทดังกล่าวนี้ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ที่ใช้บริการธุรกิจ 3 ประเภท จำนวนทั้งสิ้น 496 ตัวอย่าง ด้วยการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีวิเคราะห์ในรูปของสัดส่วนร้อยละเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t -test และ ANOVA โดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺

ผลการศึกษาพบว่า สภาพต่างๆ ไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่สูงมากนักและเป็นวัยกำลังทำงาน ส่วนทางด้านระดับการศึกษา ปรากฏว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่

เกี่ยวกับสภาพการใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการห้างคลังพลาซ่า (ถนนจอมสุรางค์) และห้างบิ๊กซี (Big C) โดยส่วนใหญ่จะไปใช้บริการในวันหยุดงาน สำหรับช่วงเวลาที่ไปใช้บริการเป็นประจำ คือช่วงเย็น และช่วงกลางวัน โดยส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป สำหรับเหตุผลไปใช้บริการเพราะสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ

ส่วนการศึกษาสภาพการใช้บริการธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำคือธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ ส่วนช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการธนาคารเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในช่วงกลางวัน, ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน และช่วงเช้า สำหรับจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง ทางด้านธุรกิจของธนาคารที่ไปใช้กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด

ปรากฏส่วนใหญ่ไปใช้บริการรถอนเงินและฝากเงิน ส่วนเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการของธนาคารแห่งนี้ เพราะสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ และรู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัยกว่าที่อื่น

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสภาพการให้บริการธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ โรงแรมราชพฤกษ์ และสิมาธานี ส่วนทางด้านจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม เฉลี่ยต่อเดือนปรากฏว่าค่อนข้างต่ำ คือส่วนใหญ่มาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง สำหรับธุรกิจของโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุดคือ รับประทานอาหาร โดยที่เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการเพราะสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ

การศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมแล้วมีการพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่ามีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคารและโรงแรม ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏว่า ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนธุรกิจการธนาคาร และโรงแรม ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและโรงแรม จำแนกตามอาชีพ ผลการศึกษาปรากฏว่า มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคาร มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม โดยจำแนกตามช่วงรายได้ ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการแก่ผู้บริโภคของธุรกิจห้างสรรพสินค้า 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 often 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.