

ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ของร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น สาขา ปตท. เอส เอ็น เค ตำบลหลุบ อำเภอเมือง
จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้วิจัย ทรงพล คลังบุญครอง

ปริญญา บธ.ม.

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจินา วัฒนชีวะโกศล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ และระดับความพึงพอใจ เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขา ปตท. เอส เอ็น เค ตำบลหลุบ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพทางครอบครัว และอาชีพ แตกต่างกัน ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 396 คน โดยใช้สูตรของยามานะ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าแจกแจงที (t -test) และ F -test (One-way ANOVA) การทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี ระดับการศึกษาอนุปริญญา/เทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สถานภาพทางครอบครัวสมรส และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

2. พฤติกรรมการใช้บริการ ผู้มาใช้บริการมีความถี่ในการใช้บริการร้านสัปดาห์ละครั้ง ช่วงเวลาในการใช้บริการ 18.01-22.00 น. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 90 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นให้กับตนเอง สาเหตุที่ใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเพราะใกล้ที่พัก/ทำงาน สถานที่ตั้งของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากร้านเดิม และซื้อเครื่องคั้มจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นอย่างสม่ำเสมอ

3. ระดับความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณา
 ความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ประเภทของ
 สินค้าที่มีความหลากหลาย ด้านราคา คือ ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น มีในปั๊มน้ำมัน ปรตท.
 ทั่วประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย
 ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีบริการด้านการอุ่นอาหาร ด้านบุคลากร คือ พนักงาน
 มีเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ มีที่นั่งสำหรับลูกค้า
 ภายนอกร้าน

4. เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร แตกต่างกัน
 อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร แตกต่างกัน
 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม
 การตลาด แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัด
 จำหน่าย แตกต่างกัน สถานภาพทางครอบครัว แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านช่องทาง
 การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ
 ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5. ข้อเสนอแนะผู้มาใช้บริการโดยสรุปแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจัดทำ
 สินค้าแสดงป้ายฉลากให้มีความชัดเจนครบถ้วน ด้านราคา ควรมีการตั้งราคาสินค้าที่จำหน่าย
 บางชนิดให้ถูกกว่าร้านอื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการตกแต่งผังในร้านทำได้เหมาะสม
 ทำให้มีความสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการลดราคาสินค้า
 ภายในร้านอยู่เสมอ ด้านบุคลากร ควรมีการอบรมพนักงานของร้านให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีการรักษาความสะอาดภายในร้าน ให้มีความสะอาด เรียบร้อย
 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรเพิ่มความรวดเร็วในการชำระเงิน

Title: Satisfaction of the services to the marketing mix of convenience store Seven-eleven
Gas Station PTT branches S.N.K. Tambon Loob Muang district Kalasin Province.

Author : Songpol Klangboonkrong

Degree : MBA.

Advisors : Assist. Prof. Suchina Watanachewakoson

Rajabhat Mahasarakham University,2010

ABSTRACT

Study objective was to determine the customers satisfaction on the services of Seven-Eleven store at PTT Gas station SNK brance, Tambon Loob Muang Sistrict Kalasin Province. comparing the views of about the level of satisfaction with the services marketing mix of convenience store Seven-eleven S.N.K. PTT. Muang district of Kalasin province. has gender, age, education level. Average revenue per month. Family status, occupation and different sample size of 396 people using Yamane Formula and Convenience Sampling. Questionnaire was used as the tool of the study, and statistics used in the analysis consisted of Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, F-test (one-way ANOVA) and Post hoc comparison by LSD (Least Significant Difference), with reliability value at the .05 level.

The results of the study:

1. Visitors use most male aged 20-29 year degree level education diploma/ equivalent The average income per month 5,001-10,000 baht the marital and family status, professional trade/private business.
2. The behavior service visitors is often stores once a week. The duration of service 18.01-22.00 free service per 90 Baht. Purchases from eleven to themselves. Why stores eleven because near hostel/work. Location of eleven shop does not affect the decision to use the services. Most choose from old and buy a drink from seven eleven grill regularly.
3. The level of service by visitors included in most levels. Consider the comments of visitors using the service as the detail. This product is the type of the items that are the price is the price of the items are appropriate, quality items. The vendor channel is a convenience store. Eleven in petrol at nationwide campaign side market is recommended items from the salesperson,

process is the service with heated services employee personnel side food sufficient to service the customers is physical characteristics, with seats for customers outside the store.

4. Sex differences With satisfaction. The product and the different people in different age. With satisfaction. Product pricing and the personnel of different educational levels vary. With satisfaction. The vendor channel and the promotion of different market. The average income per month vary. With satisfaction. The channels of different vendors. The status of different family. With satisfaction. The vendor channel and the promotion of the different markets in different professions. With satisfaction the price and the vendor channel varies significantly

5. Suggestions who serviced by each summary These products should make the item labels, the labels are clear completeness. The price should have a set price, type some than other stores The vendor should channel has decorated the chart in. appropriate allow easy shopping The campaign marketing should reduce the price of goods within the store. The personnel should include training of human, that the physical characteristics should restaurants within a store, has already cleaned the service process should add fast payment.