

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอน สาขาคลองสาน
ของผู้บริโภค

โดย : นาย พงศธร นวลศิริ

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา :

(ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก)

...../...../.....

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค จากการสุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตคลองสาน จำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภค มากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านราคา ($\bar{X} = 4.58$) อันดับ 2 ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.53$) อันดับ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.39$) อันดับ 4 ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเท่ากัน ($\bar{X} = 4.38$) และอันดับที่ 5 ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ ส่วนความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภค มากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{X} = 4.55$) อันดับ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ ($\bar{X} = 4.52$) และอันดับที่ 3 ด้านความไว้วางใจในการบริการ ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคคล, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การจัดด้านบุคคลของร้านค้าเฟอเมซอนในการให้บริการอย่างเหมาะสมทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจในการใช้บริการซึ่งสะท้อนออกมาในความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองซานของผู้บริโภค มากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ดังนั้นควรจะต้องรักษามาตรฐานนี้ให้คงไว้อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ร้านค้าเฟอเมซอน บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด ความต้องการใช้บริการ



ABSTRACT

Title : Factors influencing customer preference towards services at Cafe Amazon,
Khong San branch

Author : Mr. Pongsathon Nunsiri

Major : General Management

Independent Study Advisor :

(Dr. Pichet Musikapoduk)

...../...../.....

This research study aims to examine factors influencing customer preference towards services at Cafe Amazon, Khong San branch. A number of 400 participants are selected using random sampling method. A set of questionnaires is utilized as a tool to collect data. The analyses of data are employed using statistics tools: Frequency, Percentage, Mean and Standard Deviation. The Multiple Regression Analysis method is chosen to test hypothesis.

The findings and results indicate that the majority of the participants are females aged 21–30 years old. Their marital status is single. They finish at least a Bachelor’s degree. Most of the participants work as private company employees, earning a monthly income ranging from 10,001–20,000 baht. The Marketing Mix factors influencing customer preference towards services at Cafe Amazon, Khong San branch rank as follows: Price ($\bar{X} = 4.58$), People ($\bar{X} = 4.53$), Place ($\bar{X} = 4.39$), Product, Promotion and Physical Evidence ($\bar{X} = 4.38$), and Procedures ($\bar{X} = 4.33$), respectively. Customer preference towards services at Cafe Amazon, Khong San branch ranks as follows: Responsiveness ($\bar{X} = 4.55$), service quality ($\bar{X} = 4.48$) and trust ($\bar{X} = 4.48$), respectively.

The tested hypothesis finds that Marketing Mix factors influencing customer preference towards services at Cafe Amazon, Khong San branch - Procedures, Physical Evidence, People, Products, Promotion and Place - influence customer preference towards the services in statistically significance at the level of 0.05.

Personnel management of Cafe Amazon is satisfactory as seen from the consumer's response regarding their preference towards services at Cafe Amazon, Khlong San brance. The most preferred practice is Responsiveness. The branch is advised to maintain such standard in its operations.

Keywords: Cafe Amazon, Marketing Mix Factors, Service Preferences

