ชื่อภาคนิพนธ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยทางการตลาดในร้านจิฟฟี่ กรณีศึกษา : สาขาวิภาวดี กม. 27
ผู้วิจัย นางสาววาสนา ผดุงกิจสุวรรณ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ.ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร (2) ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร (3) ดร.ปนัดดา ยิ้มสกุล ปีการศึกษา 2549 จำนวน 91 หน้า คำสำคัญ ความพึงพอใจ ปัจจัยทางการตลาด ร้านจิฟฟี่

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยทางการตลาดในร้านจิฟฟี่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาด ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดและการบริการของร้านจิฟฟี่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดเรียง จัดหมวดหมู่สินค้า ($\bar{X}$ = 3.56) บริเวณร้านกว้างขวาง ที่จอดรถสะดวกสบาย ($\bar{X}$ = 3.52) รูปแบบและความทันสมัยของร้าน ($\bar{X}$ = 3.50) แจกคูปองซื้อสินค้าราคาพิเศษ ($\bar{X}$ = 3.62) (2) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดและการบริการโดยรวม และพิจารณาเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

Term Paper Title The satisfaction of the consumers on the marketing factors of Jiffy shop. Case study : Vibhavadi branch, 27th kilometer

Researcher Miss Vassana Phadungkijsuwan. Master of Business Administration (Marketing) Dhonburi Rajabhat University. Term Paper advisors (1) Asst. Prof. Chatchai Loirittiwuttikrai. (2) Dr. Paijit Wiboonthanasarn. (3) Dr. Panadda Yimsakul. Academic year: 2006. 91 pp.

Keywords: satisfaction, marketing factors, jiffy shop.

Abstract

The purposes of this research were to study the satisfaction of the consumers on the marketing factors of Jiffy Shop, to study the service receipt behavior of the consumers classified by different demographic factors and to compare the satisfaction on the marketing factors of the consumers according to different demographic factors. There were 278 population samples in the research. Questionnaires were used to collect the data which was then analyzed by using computer program to obtain percentage, means, standard deviation, t-test and F-test.

The result of this research found that (1) The satisfaction of the consumers on the marketing factors and service of Jiffy shop was moderate. Considering each factor, it presented that the high level factors contributed to the customers' satisfaction were grouping the products into category ($\bar{X}$ = 3.56), wide area and convenient parking lot ($\bar{X}$ = 3.52), style and modernity of the shop ($\bar{X}$ = 3.50), special price coupon ($\bar{X}$ = 3.62). (2) Comparing the customers' satisfaction classified by demographic factors, it indicated that the consumers having different age, occupation, income and education levels had the satisfaction on the marketing factors and services both as a whole and individual aspect at a significant difference of .01 level.