

วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา

An Analysis of Data Base on Consumer Preference in Nakhon Ratchasima

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ*
Takerngsak Chaichan *

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Abstract

This research aimed to study a data base on consumer preferences for business services in order to understand conditions and levels of consumer preferences, compare the levels of their preferences for 3 types of business services: department stores, banks, and hotels located in Nakhon Ratchasima, and to investigate problems relating to the provision of those services that have an impact on consumer preferences, and to propose solutions to the problems. The primary data were collected from 496 consumers using questionnaires and interviews as research tools. The correlation of the data was established and explained by using narrative statistics. The research found that for department store services, the majority of consumers preferred The Mall Nakhon Ratchasima; for banks, they preferred Krung Thai Bank; and for hotels, they preferred Ratchapruet Grand Hotel. The most important reasons for their preferences was the convenience of transportation and parking. As for the conditions of the consumer preference, it was found that the overall preference for the business services provided by department stores, banks, and hotels was at a 'moderate' level, with the preference for department stores higher than for hotels and banks, respectively. Concerning the levels of their preference, when classified by sex and occupation, it was found that they were not different. However, when classified by age and income, it was found that the levels of their preference were different for department stores, but not for banks and hotels. When classified by education, it was found that they were different for all 3 types of

* Corresponding author. Tel.: +66 4422 4267; fax: +66 4422 4205
E-mail address: kerngsak@sut.ac.th

business services. Recommendations for improving the services provided by these 3 types of businesses indicated that improvement was most needed in the areas of pricing and marketing.

Keywords: ผู้บริโภค (consumer); ความพึงพอใจ (preference); ธุรกิจบริการ (business services)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการให้บริการของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท คือ ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร และโรงแรม เพื่อศึกษาสภาพความพึงพอใจที่มีต่อธุรกิจทั้ง 3 ประเภท เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจบริการ 3 ประเภท และเพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภทที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้บริการธุรกิจเหล่านี้ จำนวน 496 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการแจกแจงความถี่ของข้อมูล และอธิบายด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนสภาพการให้บริการของผู้บริโภคด้านธุรกิจห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์นครราชสีมา ด้านธุรกิจภัตตาคาร ส่วนใหญ่ใช้บริการภัตตาคารกรุงเทพฯ ด้านธุรกิจโรงแรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรมราชพฤกษ์ สำหรับเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการ ทั้ง 3 ประเภท คือความสะดวกในการเดินทาง และที่จอดรถ ในส่วนของสภาพความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจในภาพรวมทั้ง 3 ธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยธุรกิจห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจสูงกว่าธุรกิจโรงแรม และภัตตาคาร ในส่วนของการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ เมื่อจำแนกตามเพศและอาชีพพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันสำหรับการให้บริการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท เมื่อจำแนกตามช่วงอายุและรายได้พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันสำหรับการให้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า แต่ไม่แตกต่างกันสำหรับการให้บริการของธุรกิจภัตตาคารและธุรกิจโรงแรม เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันสำหรับการให้บริการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท ข้อเสนอแนะของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด

ความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนที่ราบสูงโคราชมีพื้นที่ 20,493.96 ตารางกิโลเมตร (12,808.728 ไร่) หรือคิดเป็นร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนประชากรประมาณ 2.69 ล้านคน ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด

(GPP) ในปี พ.ศ. 2549 อยู่ที่ 134,910 ล้านบาท ขณะที่รายได้ต่อหัวอยู่ที่ 50,217 บาทต่อคนต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550) เมื่อพิจารณาจากขนาดพื้นที่ จำนวนประชากร และผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด พบว่า จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในอันดับที่ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนในภาพรวมของประเทศจังหวัดนครราชสีมามีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดอยู่ในอันดับที่ 10 ของประเทศ ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ในอันดับที่ 50 ของประเทศเท่านั้น

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ได้กำหนดให้จังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างหรือภาคอีสานตอนล่าง ดังนั้นจังหวัดนี้จึงได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม เกษตรกรรม การบริการ การเงินและการธนาคารมาโดยตลอด รวมทั้งมีเขตนิคมอุตสาหกรรมสุรนารี อำเภอเมืองนครราชสีมา และเขตอุตสาหกรรมนวนคร อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในพื้นที่จังหวัดด้วย

ในปี พ.ศ. 2549 จังหวัดนครราชสีมาได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI) จำนวน 58 โครงการ เงินลงทุนรวม 14,141 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 14,994 คน (ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 นครราชสีมา, 2550) ซึ่งถือว่ามากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จนกระทั่งปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมาโดยเฉพาะในเขตชุมชนเมือง ได้รับการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) อย่างรวดเร็ว จนทำให้นักลงทุนทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ทั้งในยุโรป สหรัฐอเมริกาและเอเชีย เข้ามาลงทุนจำนวนมาก

นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมา ยังมีศักยภาพค่อนข้างสูงในการพัฒนาอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก เพราะพื้นที่ของจังหวัดเชื่อมโยกับเขตอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงใต้แก่ เขตอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง และชลบุรี ด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304 ทั้งนี้การผลิตในเขตอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง จะเน้นที่อุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ส่วนการผลิตที่เขตอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จะเน้นอุตสาหกรรมสำหรับการส่งออก ทำให้จังหวัดนครราชสีมาสามารถเลือกประกอบธุรกิจได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้จังหวัดยังอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศและเป็นตลาดขนาดใหญ่ของไทยอีกด้วย ผลดังกล่าวทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ ในจังหวัดนครราชสีมาอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม

อย่างไรก็ตามจังหวัดนครราชสีมายังเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคสำหรับนักลงทุนรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินกิจการหลายด้าน ที่สำคัญคือ การขาดข้อมูลพื้นฐานด้านการค้า การให้บริการ รวมทั้งด้านการเงินในธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม ทั้งในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ราคาและการตลาด ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ เพื่อที่จะใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจว่า ควรจะดำเนินธุรกิจในลักษณะใด เพื่อจะสามารถดำเนินกิจการดังกล่าวให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ และให้ความสนใจในการศึกษาวิจัย เรื่อง **“วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา”** ที่มีต่อธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการเรียนการสอน และเป็นการบริการทางวิชาการสำหรับนักลงทุนที่สนใจเข้ามาลงทุนในจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการให้บริการของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม
2. เพื่อศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการให้บริการของธุรกิจ 3 ประเภท ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือประชาชนที่ใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา หรือเรียกว่า “ผู้บริโภค” โดยผู้บริโภดังกล่าวจะมีทั้งประชากรในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาและนอกเขตเทศบาล ทำให้งำนวนประชากรทั้งหมดในการศึกษานี้ จึงไม่สามารถกำหนดขอบเขตและจำนวนที่ชัดเจนได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้บริโภครที่ให้บริการธุรกิจ 3 ประเภท คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจโรงแรม ในพื้นที่เทศบาลนครนครราชสีมา โดยเลือกตัวอย่างที่ใช้บริการในธุรกิจประเภทดังกล่าวและยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสำรวจข้อมูลทุติยภูมิ การจัดทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสำรวจภาคสนาม

อนึ่ง เครื่องมือประเภทแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าครอบคลุมประเด็นของเนื้อหาหรือไม่ เพียงใด รวมทั้งตรวจสอบด้านภาษา ข้อคำถาม และคำชี้แจงต่าง ๆ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2. นำแบบทดสอบที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมอีกครั้ง จึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทั่ว ๆ ไป ของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจของผู้บริโภค จะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่อบรรยายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนการวิเคราะห์ในรูปของสัดส่วน และร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตาราง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม โดยนำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และ

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียงเชิงพรรณนา โดยข้อมูลที่ได้จากค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) จะถูกนำมาแปลความหมาย 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

ตอนที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภท โดยการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าสถิติ t-test และการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภทที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ซึ่งแบ่งได้มากกว่า 2 กลุ่ม จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าสถิติ F-test

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข การให้บริการของสถานประกอบการแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลเป็นรายประเด็น และแจกแจงความถี่ตาม ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขในแต่ละกิจการ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินในพื้นที่เขตเทศบาลนครราชสีมากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาในการศึกษา จำนวน 1 ปี ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2550 เพื่อให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา ต่อธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคารและโรงแรม

อนึ่ง ความพอใจของผู้บริโภคหมายถึง ความพอใจในประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ หลังจากการบริโภคสินค้าในธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งความพึงพอใจด้านการให้บริการเป็น 6 ด้าน คือการโฆษณา

ประชาสัมพันธ์ ราคาและการตลาด ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 : สภาพโดยทั่ว ๆ ไปของกลุ่มตัวอย่าง และสภาพการให้บริการธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

สภาพโดยทั่ว ๆ ไป ของกลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 496 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 99.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของบริษัทเอกชนมากที่สุดคือ ร้อยละ 30.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ข้าราชการและลูกจ้างของหน่วยราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจและองค์กรในกำกับของรัฐ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 28.4 และ 19.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สำหรับสภาพทั่ว ๆ ไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ พบว่าเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชายเล็กน้อย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.2 เป็นเพศชาย ร้อยละ 43.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างนั้น ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่สูงมากนัก และเป็นวัยกำลังทำงาน กล่าวคือส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี และ 20-29 ปี คือร้อยละ 34.5 และ 34.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนทางด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างปรากฏว่า เป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 49.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับทางด้านรายได้ ปรากฏว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยอยู่ในระดับรายได้เฉลี่ยของไทย ซึ่งอยู่ที่ 9,985.4 บาทต่อคนต่อเดือน กล่าวคือส่วนใหญ่อายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 29.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : สภาพโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

รายการ	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
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

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2550

สภาพการให้บริการธุรกิจ ของผู้บริโภค

การศึกษาถึงสภาพการให้บริการในธุรกิจห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าที่ใช้เป็นประจำ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการห้างเดอะมอลล์นครราชสีมา ห้างคลังพลางา (ถนนจอมสุรางค์) เทสโก้โลตัส และห้างบิ๊กซี (Bic C) โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 39.5 19.8 15.9 และ 11.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตามลำดับ ด้านวันที่มักจะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ คือวันหยุดงาน โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 52.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับช่วงเวลาที่มักจะไปห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในช่วงเย็น และช่วงกลางวัน โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 29.4 และ 21.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนจำนวนการใช้บริการห้างสรรพสินค้าต่างๆ เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ใช้บริการ 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง คือมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 25.4, 25.0 และ 22.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเพราะความสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ โดยมีสัดส่วนถึง ร้อยละ 52.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ส่วนการศึกษาสภาพการให้บริการธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำ คือ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 23.4 และ 20.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการธนาคารเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในช่วงกลางวัน ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน และช่วงเช้า โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 36.9 29.2 และ 22.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง คือ ร้อยละ 29.2 และ 21.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ทางด้านธุรกิจของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการถอนเงิน และฝากเงิน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 52.4 และ 27.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการของธนาคารแห่งนี้ เพราะความสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ และรู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัยกว่าที่อื่น โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 36.9 และ 26.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสภาพการให้บริการธุรกิจโรงแรมปรากฏว่า โรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ โรงแรมราชพฤกษ์ และสีมาธานี โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 16.9 และ 15.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ด้านจำนวนการมาใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจโรงแรมเฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ส่วนใหญ่มาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 49.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับธุรกิจของโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการมากที่สุด คือ รับประทานอาหาร โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 47.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่เหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่ไปใช้บริการของโรงแรมแห่งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเพราะความสะดวกในการเดินทาง/

ที่จอดรถ การให้บริการดี ประทับใจกว่าที่อื่น และค่าบริการไม่แพงมากนัก โดยมีสัดส่วนร้อยละ 31.9 26.4 และ 20.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

ตอนที่ 2 : ผลการวิเคราะห์สภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ

การศึกษาสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ผลการศึกษาปรากฏว่า โดยภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการให้บริการของธุรกิจธนาคาร ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมแล้วปรากฏว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกันกับ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า แต่มีค่าเฉลี่ยของระดับพึงพอใจที่ต่ำกว่า สำหรับการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกันกับธุรกิจห้างสรรพสินค้า และธุรกิจธนาคาร ขณะที่ความพึงพอใจต่ำกว่าธุรกิจห้างสรรพสินค้า แต่สูงกว่าธุรกิจธนาคาร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม

ประเภทธุรกิจ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	เกณฑ์
ห้างสรรพสินค้า	3.46	0.49	ปานกลาง
ธนาคาร	3.24	0.59	ปานกลาง
โรงแรม	3.30	0.55	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2550

ตอนที่ 3: ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการการเปรียบเทียบ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ โดยแบ่งเป็นเพศชาย และเพศหญิง ผลศึกษาเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วน

ธุรกิจการธนาคาร ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และธุรกิจโรงแรม ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน นั่นคือผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และ โรงแรม

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามช่วงอายุ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง คืออายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยกลุ่มอายุ 40-49 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่าระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา โดยแบ่งระดับการศึกษาออกเป็น 5 ระดับ คือประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือ ปวช. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นหรือ ปวช. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวส. และปริญญาตรี ส่วนธุรกิจการธนาคาร ปรากฏว่าระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นหรือ ปวช. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี และธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นหรือ ปวช. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ พนักงานของบริษัทเอกชน ข้าราชการ/ลูกจ้างของหน่วยราชการ พนักงานของรัฐ วิสาหกิจ/องค์กรในกำกับฯ และอาชีพอื่น ๆ ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความ

พึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และธุรกิจโรงแรมปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับธุรกิจธนาคาร และห้างสรรพสินค้า

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ โดยแบ่งรายได้ ออกเป็น 5 กลุ่มคือ ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน 5,001-10,000 บาทต่อเดือน 10,001-15,000 บาทต่อเดือน 15,001-20,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผลการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน มีความแตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนธุรกิจธนาคาร ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับธุรกิจธนาคาร

ตอนที่ 4 : ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจห้างสรรพสินค้า มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้ ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ สินค้าบางชนิดราคายังสูงเกินไป
- 2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าและการแนะนำสินค้า
- 3) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มทั้งปริมาณและชนิดของสินค้าที่จำหน่าย
- 4) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ ควรเพิ่มพนักงานและช่องรับ

เงินให้มากขึ้น

- 5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ ควรเพิ่มบริเวณห้างและบริเวณจอดรถยนต์ให้กว้างมากขึ้น
- 6) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรติดป้ายหรือโปสเตอร์โฆษณาให้เห็นอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจธนาคาร

ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจธนาคารนั้น ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

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

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของ ธุรกิจโรงแรม

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจโรงแรม ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือด้านราคาและการตลาด รองลงมาคือความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ และความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ตามลำดับ โดยที่ข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงที่สำคัญที่สุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านราคาและการตลาด ได้แก่ ควรลดค่าบริการต่าง ๆ ลง
- 2) ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้าให้มากขึ้น

- 3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ มากขึ้น
- 4) ความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ ได้แก่ เพิ่มความหลากหลายในการให้บริการให้มากขึ้น
- 5) สถานที่ตั้งและความสะดวกในการใช้สถานที่ ได้แก่ เพิ่มบริเวณที่จอดรถยนต์ให้มีความสะดวกมากขึ้น
- 6) ความถูกต้องและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ได้แก่ การคิดค่าบริการควรให้ถูกต้องไม่ควรจงใจคิดเกินราคา

อภิปรายผล

จังหวัดนครราชสีมา ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ที่มีศักยภาพสูงทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และพาณิชยกรรม โดยในปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) อยู่ที่ 134,910 ล้านบาท หรืออยู่ในอันดับที่ 10 ของประเทศ ด้านประชากรมีประมาณ 2.69 ล้านคน จึงกลายเป็นแหล่งแรงงานสำคัญของประเทศ อีกทั้งยังเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะมีเป็นเส้นทางผ่านของการคมนาคม การขนส่งสินค้าหรือการเคลื่อนย้ายการผลิตต่าง ๆ เข้าสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภูมิภาคใกล้เคียง รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยหลายแห่งทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และโบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดนครราชสีมาประมาณปีละ 7,000 ล้านบาท นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐบาลเป็นอย่างดี โดยเฉพาะจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทยซึ่งให้ความสำคัญกับจังหวัดนครราชสีมาเป็นอันดับ 1 ของภูมิภาคทั้งในด้านของจำนวนโครงการ และเงินลงทุน

เมื่อพิจารณาเฉพาะส่วนของภาคธุรกิจบริการ พบว่าธุรกิจบริการที่มีศักยภาพของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก คือ ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และโรงแรม โดยธุรกิจดังกล่าว ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดโดยตรงประมาณร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด รวมทั้งเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจสาขาต่าง ๆ จำนวนมาก ทั้งสาขาเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การค้า การขนส่ง การศึกษา และการก่อสร้าง เป็นต้น รวมทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรง และทางอ้อมนับล้านคน ซึ่งมีผลต่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมาได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจห้างสรรพสินค้าของจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 10 แห่ง โดยห้างสรรพสินค้าที่ได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคมากที่สุดในปัจจุบัน คือห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ นครราชสีมา แม้ว่าจะเพิ่งเปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2543 ก็ตาม ทั้งนี้เพราะมีสินค้าต่าง ๆ ให้เลือกครบทุกประเภทในลักษณะ One Stop Shopping ได้แก่ เสื้อผ้า ของเด็กเล่น อุปกรณ์กีฬา เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องหนัง เครื่องแก้ว เครื่องครัว เครื่องนอน เฟอร์นิเจอร์ อาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร แหล่งบันเทิง บริการไปรษณีย์ ธนาคาร ศูนย์อนามัย บริการโทรศัพท์มือถือ การศึกษา เครื่องเล่นต่าง ๆ รวมทั้งมีที่จอดรถสะดวก และพอเพียง รองลงมา คือห้างสรรพสินค้าคลังพลาซ่า ซึ่งเป็นห้างที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2519 เคยเป็นห้างสรรพสินค้าที่ดีอันดับ 1 ของจังหวัดนครราชสีมา ในปัจจุบันส่วนแบ่งการตลาดลดลง เพราะมีห้างสรรพสินค้าแห่งใหม่เกิดขึ้นหลายแห่ง อย่างไรก็ตาม ห้างคลังพลาซ่ายังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเพราะสถานที่ตั้งของห้างตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีที่จอดรถสะดวก และมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ลำดับถัดมา คือห้างเทสโก้ โลตัส และห้าง Big C ซึ่งเป็นห้างที่มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างโดดเด่น เป็นแหล่งซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภค และบริโภคที่สำคัญของจังหวัด มีสินค้าหลากหลายประเภทให้เลือกซื้อไม่ต่ำกว่า 2,000 รายการ ราคาเหมาะสม ที่จอดรถสะดวก และระยะเวลาเปิด-ปิดนาน จึงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในทุกกลุ่มอาชีพเป็นอย่างดี

ธุรกิจธนาคารในจังหวัดนครราชสีมา มีทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนของธนาคารพาณิชย์ มีจำนวน 14 แห่ง 101 สาขา ขณะที่สถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีจำนวน 7 แห่ง 54 สาขา รวมทั้งหมด 155 สาขา โดยธุรกิจธนาคารที่มีอยู่มีทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นทั้งเมืองเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ของประเทศ จึงต้องอาศัยสถาบันที่เป็นตัวกลางทางการเงิน เพื่อรองรับการติดต่อซื้อ-ขาย การแลกเปลี่ยน การให้สินเชื่อ และเงินฝากจำนวนมาก โดยสถาบันการเงินที่มีบทบาทในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และธนาคารออมสิน

ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 175 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา และปากช่อง ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนมากในจังหวัด เนื่องจากเป็นสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาไม่

ต่ำกว่าปีละ 1.7 ล้านคน นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรม การประชุม และสัมมนา ของจังหวัด และภูมิภาค อีกทั้งประชาชนทั่วไปยังเข้าใช้บริการในด้านกวดูอาคาร และห้องอาหารสำหรับจัดงานเลี้ยง รวมทั้งเป็นสถานบันเทิงด้วย โดยโรงแรมที่สำคัญ ได้แก่ โรงแรมราชพฤกษ์ โรงแรมสีมาธานี โรงแรมรอยัลปริ้นเซส (ดุสิตปริ้นเซส) โรงแรมจอมพลแอนด์ไฮเต็ล โรงแรมเกลดีไวท์ โรงแรมจอมสุรางค์ โรงแรมฟีกาซัส และอื่น ๆ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจบริการ โดยภาพรวมพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนของห้างสรรพสินค้าพบว่าผู้บริโภคมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจต่อห้างสรรพสินค้าไม่ขึ้นอยู่กับเพศ และอาชีพ แต่ขึ้นอยู่กับอายุ การศึกษา และรายได้ ด้านธุรกิจธนาคาร พบว่าผู้บริโภคมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจต่อธุรกิจธนาคาร ไม่ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ แต่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา สำหรับธุรกิจโรงแรม พบว่าผู้บริโภคมีความพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน โดยความพึงพอใจต่อธุรกิจโรงแรมไม่ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ แต่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาเท่านั้น

ทั้งนี้ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะให้กับธุรกิจบริการทั้ง 3 ประเภทเพื่อการปรับปรุง และพัฒนาให้ดีขึ้นในหลายประเด็น ดังนี้ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะด้านราคาและการตลาดมากที่สุด ส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าบางชนิดราคายังสูงเกินไป ดังนั้นหากผู้ประกอบการปรับราคาสินค้าบางรายการลงบ้าง หรือใช้กลยุทธ์การตลาดด้านอื่น ๆ เข้ามาเสริม จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากขึ้น รองลงมา คือด้านความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ซึ่งหากพนักงานเพิ่มความเอาใจใส่ต่อลูกค้า ให้คำปรึกษา และแนะนำสินค้ามากขึ้น จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมทั้งสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการมากขึ้นด้วย และความหลากหลายของธุรกิจที่ให้บริการ แม้ว่าผู้บริโภคจะเห็นว่าสินค้ามีความหลากหลายแล้วก็ตาม แต่ผู้บริโภคก็มีความต้องการบริโภคสินค้าอย่างไม่จำกัด โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นสินค้าแฟชั่นซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันที และเพียงพอ จะกระตุ้นการใช้จ่าย และความพอใจของผู้บริโภคได้มากขึ้น

ด้านธุรกิจธนาคาร ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะด้านราคาและการตลาดมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้น เพราะในปัจจุบันผู้ให้บริการต่างเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากยังอยู่ในระดับต่ำ และเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แล้ว ส่วนต่าง

ยังห่างกันค่อนข้างมาก ดังนั้นธนาคารควรปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้น และธนาคารควรเพิ่มทางเลือกในการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินด้านต่าง ๆ ให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้มากขึ้น นอกจากนี้ควรลดค่าธรรมเนียมในการให้บริการด้านต่าง ๆ ลง เพื่อช่วยเหลือและจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น

สำหรับธุรกิจโรงแรม ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะด้านราคาและการตลาดมากที่สุดเช่นกัน โดยผู้บริโภคเห็นว่า ควรลดค่าบริการในด้านต่าง ๆ ลงบ้าง เพราะหากลดค่าบริการ จะทำให้ลูกค้าโดยเฉพาะคนชั้นกลาง จะใช้บริการธุรกิจโรงแรมมากขึ้นทั้งในด้านการเช่าห้องพัก การรับประทานอาหาร และแหล่งบันเทิง รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคเอกชน จะเข้ามาใช้บริการด้านการจัดประชุม และสัมมนามากขึ้น นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงด้านการเอาใจใส่ และการให้บริการของพนักงานให้มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งผู้ใช้บริการเห็นว่า ควรฝึกอบรมให้กับพนักงานของตนทั้งในด้านการให้บริการ และมารยาทด้วย

ข้อเสนอแนะ

1) จากระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของธุรกิจบริการทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธนาคาร และ โรงแรม ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ดังนั้นในอนาคตถ้าจะมีการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคให้สูงขึ้นจนเข้าสู่ระดับมาก หรือมากที่สุดจะทำให้ธุรกิจเหล่านี้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

2) จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษา การให้บริการของธุรกิจโรงแรม จำแนกตามระดับการศึกษา การให้บริการของธุรกิจธุรกิจการธนาคาร จำแนกตามระดับการศึกษา และการให้บริการของธุรกิจห้างสรรพสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนั้นในการให้บริการในธุรกิจเหล่านี้ ควรจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของผู้ที่มาใช้บริการด้วย

3) จากผลการศึกษาซึ่งพบว่า การให้บริการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท ด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือ การให้บริการทางด้านราคาและการตลาด และความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน ดังนั้นสมควรอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการส่งเสริม ควรหาวิธีปรับปรุงการให้บริการในด้านดังกล่าวข้างต้น

- 4) ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะขยายการศึกษาไปยังผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้นทั้งด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้
- 5) ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะขยายการศึกษาไปยังธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ เช่น โรงพยาบาล สถานศึกษา และการให้บริการด้านสาธารณสุขทุกทั้งไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ฤทธิรงค์ และวีรวัฒน์ ชินะตระกูล. (2541). องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของหัวหน้าคณะและหัวหน้างานแผนกวิชาช่างอุตสาหกรรม ในวิทยาลัยเทคนิคภาคกลาง. **วารสารพระจอมเกล้าลาดกระบัง**. 6 (1): 73-74.
- จกกลณี เกตุแก้ว. (2541). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า. **จุลสารมนุษยมิติในอุทยานและพื้นที่อนุรักษ์**. (3): 6-7.
- โชคดี รักทอง และละม้าย มีศิลป์. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง. **วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง**. 5 (2): 111-125.
- เดกิตศักดิ์ ชัยชาญ. (2542). รายงานการวิจัยเรื่อง วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ทัศนีย์ สันติพงศ์ศุภกร, เมธา ทรงธรรมวัฒน์ และศรีสุดา ไทยเลิศ. (2541). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อการให้บริการของแผนกนรีเวช โรงพยาบาลศรีนครินทร์. **ศรีนครินทร์เวชสาร**. 13 (2): 89-92.
- ธนวัฒน์ สมชิต. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการแม่โคร สาขาสุพรรณบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2545). **ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดนครราชสีมา** [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.bot.or.th>
- นภาพร อ่อนนาค. (2545). พฤติกรรมการบริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่. ภาคนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคนอื่น ๆ. (2540). รายงานการวิจัยเรื่อง การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการของ ธกส..ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคนอื่น ๆ. (2545). รายงานการวิจัยเรื่อง การค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ต่อกระบวนการยุติธรรม: การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับชุมชนแออัด และระดับมัลติแวลู เอช. **ข่าวสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ**. 36 (400): 18-19.

- เผชิญ กิจระการ. (2532). ความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา. *จุลสารวิจัยและประเมินผล*. 2(6): 1-8.
- พงศธร พิมล. (2547). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าเปรียบเทียบกับคิสเคาน์สโตร์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญธิดา คงแก้ว. (2546). พฤติกรรมการใช้บริการห้างสรรพสินค้าของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตนา บรรยงคพันธ์. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รภัส ศิลปศรีกุล. (2547). การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลักขณา ธนารวมกิจ. (2540). ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าถุง ราชบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วารุณี จันทรานูวัฒน์. (2535). ความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาริศจุลยาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. *วารสารครูศาสตร์*. 21 (1): 50-56.
- วิลาวัลย์ นิ่มทัศนศิริ. (2549). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษาสาขาย่อยภายในห้างสรรพสินค้ากรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. (2542). พฤติกรรมและแนวโน้มการใช้บัตรเครดิต. *วารสารวิจัยการตลาด*. 4 (1): 1-25
- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2541). *บรรยายสรุป จังหวัดนครราชสีมา*. นครราชสีมา: สำนักงาน.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2550). *สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย ปี 2549 และแนวโน้ม ปี 2550* [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.oie.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). *สมุดรายนามสถิติจังหวัด พ.ศ. 2549: นครราชสีมา 2549*. นครราชสีมา: สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา.
- สุชีรา อาจหาญ. (2547). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเทสโก้โลตัสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุวัฒน์ พรหมแดง. (2547). ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคู่มือการเลือกซื้อสินค้าอะมอลด์กรุ๊ป จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- อมร จิระชัยประสิทธิ์. (2545). ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ และอุปทานในการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เอกสิทธิ์ สุนทรนนท์. (2545). ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทซูเปอร์เซ็นเตอร์ของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย คณะพัฒนาศึกษาและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Maslow, A.H. (1970). **Motivation and personality**. New York: Harper & Row.
- McConnell, J.V. and Philipchalk, R.P. (1992). **Understanding human behavior**. Florida: Holt, Rinehart, & Winston.
- Sakondhavit, C., et al. (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.
- Smith, I. (1994). **Meeting customer needs**. Oxford: Butterworth-Heinemann.