

ชื่อเรื่องการศึกษาคั้นคว่ำแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์อาหาร ในไฮเปอร์มาร์เก็ต  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวมุกดาฉาย แสนเมือง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการการสอบการคั้นคว่ำแบบอิสระ

อาจารย์ นฤมล กิมภากรณ์ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์ กรรมการ

อาจารย์ ดร. พัทธรา ดันติประภา กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ปัญหาของผู้บริโภคในการ ใช้บริการของศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้ง 3 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 210 ตัวอย่าง โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> โดยหาค่าอัตราร้อยละ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ Chi-Square และ Oneway - ANOVA และรายงานผลการวิจัย โดยใช้วิธีบรรยายความเชิงพรรณนา สรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการศูนย์อาหารที่โลตัสมากที่สุด รองลงมาคือคาร์ฟูร์ และโอของตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการในช่วงวันหยุดกับครอบครัว เฉลี่ย 2 - 3 ครั้งต่อเดือน ใช้เวลาในการรับประทานอาหารประมาณ 15 - 30 นาที จ่ายค่าอาหารต่อครั้ง ต่อคนโดยเฉลี่ย 51 - 100 บาท และประเภทอาหารที่ชอบรับประทานมากที่สุดสำหรับการชำระเป็น ฎบองได้แก่ ข้าวราดหน้าต่าง ๆ ส่วนการชำระเป็นเงินสดนิยมใช้บริการร้าน KFC สำหรับเหตุผลในการมารับประทานคือ หิวขณะนั้นพอดี

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการที่ศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุดซึ่งได้แก่ ความมีมาตรฐานในคุณภาพของอาหาร รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และปัจจัยด้านสถานที่ซึ่งได้แก่การมีห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอ ตามลำดับ

ส่วนปัญหาในการใช้บริการศูนย์อาหารในคาร์ฟูร์ โอของ และโลตัส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการศูนย์อาหารของคาร์ฟูร์เห็นว่าเรื่องรสชาติของอาหารเป็นปัญหามากที่สุด สำหรับศูนย์อาหารของโอของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเรื่องการไม่มีน้ำดื่มไว้บริการลูกค้าเป็นปัญหามากที่สุด และศูนย์อาหารของโลตัสผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเรื่องสถานที่จอดรถซึ่งไกลและต้องจอดรถกลางแดดเป็นปัญหาสำคัญที่สุด

Independent Title      Consumer Behavior of Food Center in Hyper Market in  
Amphoe Muang Changwat Chiang Mai.

Author                      Miss Mukdashine Sandmaung

M.B.A                      Business Administration

Examining Committee

Lecturer Narumon Kimpakorn                      Chairman

Assistant Prof. Orachorn Maneesong              Member

Lecturer Dr. Patchara Tantiprabha              Member

#### ABSTRACT

This independent study had two objectives :

1. Consumer behavior toward Food Center in hyper market in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.
2. The problems of consumers in visiting Food Center in hyper market in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

In this study, the author utilized a sample of persons who used to visit the three hyper markets in Changwat Chiang Mai. The size of the sample was 210 persons. The selection of the samples was purposive and random. The sampling group was almost equally divided between male and female. The device used for data collection was a questionnaire. The data was analyzed by microcomputer using the SPSS/PC<sup>+</sup> program. The analysis included the calculation of percentage, frequency, mean, standard deviation, chi-square test and Oneway -ANOVA. The results of the research were reported by a descriptive analysis method. The results of this study were summarized as follows :

The sampling group prefer to consume at Lotus to Carrefour meanwhile Auchan scored the lowest. The majority of sampling group visited the Food Center on weekends and holidays between two or three times per month on average. Each visit would last about 15-30 minutes. The amount of money spent was about 51-100 baht per person each time. Type of food which they most liked to eat were a-la-carte' which they had to pay for by coupons, and they liked to eat KFC when they had to pay by cash. The main reason for eating was getting hungry at that time.

For the marketing mix of the service business had effect of the sampling group when they visited at Food Center in the hyper market, the sampling group paid attention to the factor on process; the standard of the food's quality was of the highest level. The second factor was about people; the waiter's personality especially of the polite waiters having good relationship with the customers. The third was the place; for a sufficient number of restrooms with acceptable cleanliness.

For the problems of visiting Food Centers in Lotus, Carrefour and Auchan, the sampling group visited the Food Center at Carrefour paid the most attention to the food; for the Auchan's Food Center, they paid the most attention to drinking water for customers, and at the Lotus Food Center they paid the most attention to parking space without shelter.