



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขา เพชรเกษม

**Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who
Access Services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem
Branch**

โดย

นางสาว ญัฐชยาน์ เกิดมาก 5904300334

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

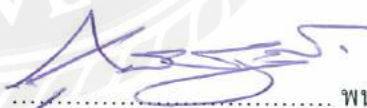
หัวข้อโครงการ การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน(App Makro)
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขา เพชรเกษม
Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers
Who Access Services at Siam Makro Public Company Limited,
Phet Kasem Branch

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว ณัฐธยาน์ เกิดมาก 5904300334
ภาควิชา การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มนทิรา ตันตระวาณิชย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์มนทิรา ตันตระวาณิชย์)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณสุภรัช มงคลกร)


.....กรรมการกลาง
(ดร.สมชาย เบ็ญจวรรณ)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ : การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่
เข้าใช้บริการที่ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

หน่วยกิต : 5 หน่วยกิต

ผู้จัดทำ : นางสาวณัฐธยาน์ เกิดมาก

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : การตลาด

คณะ : บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)” ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการใช้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในแม็คโคร สาขาเพชรเกษม และเพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันให้มากขึ้น

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร โรงแรม และจัดเลี้ยง (Horace) เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาทมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ภาพรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และเห็นด้วย ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ / แอปพลิเคชัน / บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

Project Title : Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who Access Services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch

Credit : 5 credits

Author : Miss Nattaya Kerdmark

Academic Advisor : Lecturer Monthira Tuntrawanich

Education Level : Bachelor's Business Administration

Department : Marketing

Faculty : Business Administration

Semester/Academic Year : 3/2019

Abstract

This research titled "Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who Access Services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch" aimed to understand services through the Makro Mobile application in Makro, Phet Kasem Branch and to help the company develop and improve the Makro Mobile application by using findings from this study to gain more accesses to the application.

This quantitative study used a questionnaire to collect data and applied descriptive statistics including frequency, percentage, average and standard deviation, and inferential statistics for data analysis. A majority of respondents were customers in restaurants, hotels and catering businesses, were female, and had a monthly income between 20,001-40,000 Baht.

Overall, respondents who accessed services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch highly agreed on the price factor, and agreed on production, process and promotion factors.

Keywords: Satisfaction / Application / Siam Makro Public Company / Phet Kasem Branch

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท สยามแม็คโครจำกัด(มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในตำแหน่งฝ่ายพัฒนาลูกค้า ณ บริษัท สยามแม็คโครจำกัด (มหาชน) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการดำเนินงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. นายศุภรัช มงคลการ (Customer Development Manager)
2. นางสาวเดือนนภา เข็มสันเทียะ (CDO Food Retailer)
3. นายพิพัฒน์ พัวพรทิพย์รัตน์ (CDO HORECA)
4. อาจารย์ มนทิรา ตันตะวานิชย์ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นທີ່ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนสำเร็จตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวณัฐชยาน์ เกิดมาก

30 สิงหาคม 2562

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของโครงการ	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดความพึงพอใจ	4
2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ	6
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	9
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	10
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร	11
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	12
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	12
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	12
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	12
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	15

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลการเข้าใช้บริการและการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)	16
4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App makro)	25

บทที่ 5 สรุปผลปฏิบัติงาน

5.1 สรุปผลการวิจัย	27
5.2 ข้อเสนอแนะของลูกค้านักการวิจัย	27
5.3 ปัญหาที่พบจากการทำวิจัย	28
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	28
5.5 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	28
5.6 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	28

อ้างอิง	29
---------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	32
ภาคผนวก ข ภาพการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	35
ภาคผนวก ค บทความวิชาการ	39
ภาคผนวก ง ไลน์	45

ประวัติผู้จัดทำ	48
-----------------	----

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนิน โครงการงาน	13
ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	13-14
ตารางที่ 4.1 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก:กลุ่มร้านขายของชำ,ร้านโชห่วย (Food Rrtale)	16-17
ตารางที่ 4.2 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มร้านอาหาร,โรงแรม,จัดเลี้ยง (Hoerca)	17-18
ตารางที่ 4.3 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มโรงเรียน,โรงงาน,บริษัท,องค์กร (Service)	19
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม:กลุ่มลูกค้าหลัก	23
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม:เพศ	23
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม:รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของความพึงพอใจในการใช้ แอปพลิเคชัน (App Marko)	25

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	9
รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งสถานประกอบการบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	9
รูปที่ 3.3 วิสัยทัศน์ของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	10
รูปที่ 3.4 โครงสร้างผู้บริหาร สาขาเพชรเกษม	11
รูปที่ 4.1 รูปแอปพลิเคชันแม็คโคร (App Makro)	20
รูปที่ 4.2 รูปการเข้าสู่ระบบ	20
รูปที่ 4.3 รูปภายในแอปพลิเคชัน (App Makro)	21
รูปที่ 4.4 รูปเค็ดตาล็อคสินค้า	21
รูปที่ 4.5 รูปแม็คโครแม็คโครเมล์	22
รูปที่ 4.6 รูปการส่งสินค้าผ่าน แม็คโครคลิก	22

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ห้างสรรพสินค้า หรือที่เรียกว่า Department store คือร้านค้าขายปลีกขนาดใหญ่ซึ่งมีสินค้าหลากหลายประเภทแยกตามแผนก โดยไม่มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้ามักขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเสื้อผ้า เครื่องเรือนเครื่องใช้ในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงสายผลิตภัณฑ์อื่นๆ อย่างเช่น ฮาร์ดแวร์ สุขภัณฑ์ เครื่องสำอางเครื่องเพชรพลอย เครื่องเขียน ของเล่น อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าบางแห่งอาจขายเฉพาะสินค้าลดราคา และมีพื้นที่ชำระเงินเป็นศูนย์กลาง ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่บริเวณด้านหน้าของห้าง ซึ่งจะไม่มีการมี ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ หรืออาหารสดขาย ห้างสรรพสินค้ามักเป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกันกับพื้นที่ใกล้เคียงอีกด้วย และห้างสรรพสินค้าแห่งแรกของประเทศไทยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2473 ใช้ชื่อว่า “ห้างเซ็นเทล” หรือชื่อเต็มคือ “ในดิงเกล โอлимпิก” เป็นห้างที่มีอายุยาวนานกว่า 80 ปี ตั้งอยู่บริเวณแยกพาหุรัด และยังคงเปิดให้บริการอยู่จนถึงปัจจุบันนี้อีกด้วย

ในปัจจุบันห้างสรรพสินค้าถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นสถานประกอบการ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง รวมถึงขนาดเล็ก ล้วนแล้วแต่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งรวมสินค้าอุปโภคและบริโภค ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้า และห้างสรรพสินค้านั้นมีสินค้าที่ค่อนข้างหลากหลายประเภท แยกตามแผนกและหมวดหมู่ของสินค้านั้นไว้อย่างชัดเจน เช่น แผนกเครื่องเขียน เครื่องใช้ในบ้าน และแผนกเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บสินค้าและง่ายต่อการหาสินค้าของลูกค้าอีกด้วย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด มหาชน จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2531 โดยได้ทำการจดทะเบียนในรูปแบบของสมาชิก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสมาชิก โดยรวบรวมสินค้าอุปโภคและบริโภค ให้ลูกค้าสามารถซื้อได้ในที่เดียว โดยแม็คโครนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลักๆคือ Food Service เพื่อตอบโต้ให้กับกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและ Cash&Carry เพื่อตอบสนองความต้องการธุรกิจโชห่วย โดยจะเน้นการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ มีความหลากหลาย ครบครัน และราคาถูกอีกด้วย

ลูกค้าจึงสามารถนำไปขายต่อ หรือนำไปแปรรูป ทำให้ธุรกิจนั้นมีกำไรมากขึ้นอีกด้วย และยังช่วยในผู้ประกอบการสามารถบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเติบโตอย่างยั่งยืน และมีการทำการตลาดรูปแบบใหม่ผ่านทางระบบออนไลน์ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการใช้งานในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของผู้บริโภคหรือเจ้าของธุรกิจ ทางบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จึงได้ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดในรูปแบบออนไลน์ที่เรียกว่า Makro Application เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงแม็คโครได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าจะใช้ สะสมส่วนลด ตรวจสอบโปรโมชั่นก่อนออกไปใช้งานจริง สะสมคะแนนสิทธิการแลกซื้อ และสิทธิประโยชน์ต่างๆอีกมากมาย

จากข้อมูลทีกล่าวก้าวข้างต้น จึงทำให้สนใจศึกษาเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน(App Makro)” ของลูกค้าที่ใช้บริการ แม็คโคร สาขาเพชรเกษม เพื่อให้ผู้วิจัย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป



1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาการให้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ใน บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

1.2.3 เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ด้านเนื้อหา: เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่ใช้บริการภายใน แม็คโคร สาขาเพชรเกษม

1.3.2 ด้านประชากรศาสตร์: เพื่อศึกษาเฉพาะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในแม็คโคร สาขาเพชรเกษม

1.3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล: ศึกษาและจัดทำโครงการตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึง 30 สิงหาคม 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อให้ทราบถึงการบริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

1.4.2 เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

1.4.3 เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุง แอปพลิเคชันในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน(App Makro)” ของลูกค้าที่ใช้บริการ แม็คโคร สาขาเพชรเกษม ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 1 แนวความคิดความพึงพอใจ
- 2 ทฤษฎีแรงจูงใจ
- 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดความพึงพอใจ

2.1.1 แนวความคิดความพึงพอใจ

ประกายดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชย์ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

ความหมายของความพึงพอใจ

กู๊ด (Good, 1973,p.320) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่างๆและทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ ตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation)

เคลิร์ก (Quirk, 1987) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึก

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

คณิต ดวงหัตถ์ (2537) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้น จะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

สง่า (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการ ตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

2.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของ อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวีธีที่จะอธิบายว่าทำไม คนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงาน อย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับ จากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตาม ความสำคัญ คือ

2.2.1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คืออาหาร ที่พัก อาศั ขารักษาโรค

2.2.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความ ต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

2.2.1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

2.2.1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

2.2.1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความ ต้องการสูงสุดของแต่ละ

2.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมาก นักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้า หลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจ พุด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ขณะที่ ชาริณี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

2.2.2.1 ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism)

เป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2.2.2.2 ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism)

เป็นธรรมชาติของมนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

2.2.2.3 ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism)

ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุข

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรศักดิ์ คำแก้ว (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้า จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา: การศึกษาลบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้า จังหวัดชลบุรี โดยมีตัวแปรต้น ได้แก่ ส่วนการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการ และทัศนคติของพนักงาน ตัวแปรตามคือความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้า จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 200 ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม จำแนกตาม บริเวณสาขาจังหวัดชลบุรี สาขามะสาขามือใหม่ สาขาบางแสน และสาขาบางแสน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่ตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง มีค่าความเชื่อถือได้ 0.876 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21–25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,001–30,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานต่อเดือน 6–10 ครั้ง/เดือน มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่ทำงาน 4–6 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาปกติที่เล่นสมาร์ตโฟน 6.00–12.00 น. (เย็น–กลางคืน) มีค่าใช้จ่าย

เฉลี่ยที่ใช้บริการรายเดือนหรือเติมเงินมากกว่า 300 บาท เหตุผลทำให้ตัดสินใจเล่นสมาร์ตโฟนแชทพูดคุยกับผู้อื่น

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคติของพนักงานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้าของร้านโซล จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นันทินี ทิพย์ประไพ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมในการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ส่งผลต่อการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซ้ำในครั้งถัดไป ของกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาระดับปริญญาโท: ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจและพฤติกรรมในการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ส่งผลต่อการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซ้ำในครั้งถัดไป ของกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ พนักงานสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและใช้จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามปลายปิดที่มีค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งสิ้นคือ 0.832 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในกาวิเคราะห์เบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนส่งผลต่อการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซ้ำในครั้งถัดไปมากที่สุด ตามด้วยพฤติกรรมในการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ 1759 4 ถนนเพชรเกษม แขวง หลักสอง เขตบางแค

กรุงเทพมหานคร 10160 โทร 02 335 5300



รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งสถานประกอบการบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการบริการหลักขององค์กร

3.2.1 ประวัติของ “แม็คโครเพชรเกษม” ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสาขาที่ขยายมาจาก บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการด้านการบริการและจัดสรรวัตถุดิบบริโภคและอุปโภค เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจต่างๆอย่างครบวงจร จัดทะเบียนจัดตั้งในเดือน พฤษภาคม 2531 ด้วยทุนจดทะเบียน 750 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบขายส่งในระบบสมาชิก ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายจำนวนสาขาเพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าสมาชิกและผู้ประกอบการ ทั่วประเทศ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการบริการ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษาและธุรกิจอื่น ๆ

3.2.2 วิสัยทัศน์



วิสัยทัศน์

มุ่งเป็นหนึ่งในอาเซียนเรื่องการจัดหาสินค้า
เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร
สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ

รูปที่ 3.3 วิสัยทัศน์ของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร

3.3.1 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



รูปที่ 3.4 โครงสร้างผู้บริหาร สาขาเพชรเกษม

3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย

- นางสาวณัฐธยาน์ เกิดมาก ตำแหน่งผู้ช่วยฝ่ายพัฒนาลูกค้า

3.4.2 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ได้รับมอบหมายนอกเหนือจากการโครงการคือ เป็นผู้ช่วยดูแลลูกค้าเกี่ยวกับการใช้งานบัตรสมาชิก ทำงานเอกสารเกี่ยวกับการสมัครสมาชิกลูกค้าและแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลลูกค้า

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ-นามสกุลพนักงานที่ปรึกษา นายสุกฤษ มงคลการ

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาลูกค้า

3.6 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ

วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.00 น.- 17.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 เตรียมวางแผนการทำงาน ศึกษาเกี่ยวกับการกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในกลุ่มลูกค้าที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

3.7.2 มีการแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สิทธิประโยชน์ ความสะดวก การเข้าถึงข่าวสารและกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน เช่น คุปอง แม่โครเมิ้ล เกิดตาล็อกอินค้า ช่องทางออนไลน์ และสิทธิพิเศษ เป็นต้น

3.7.3 มีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่ใช้บริการ แม็คโคร สาขาเพชรเกษม จำนวน 338 คน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นวิธีการเก็บข้อมูลแบบเจาะจง และมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม 2562

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.62				มิ.ย.62				ก.ค.62				ส.ค.62			
1. วางแผนการดำเนินรายการวิจัย	X	X	X													
2. รวบรวมข้อมูลและแนวคิด				X	X											
3. จัดทำแบบสอบถาม						X	X									
4. แจกแบบสอบถาม								X	X	X	X	X	X			
5. จัดทำเอกสาร														X	X	X

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	เตรียมงาน HORECA 2019 และ ทำกิจกรรมในวันงาน HORECA 2019
สัปดาห์ที่ 2	เรียนรู้เกี่ยวกับระบบในการทำงานเช่น เว็บไซต์ JLO,SIM
สัปดาห์ที่ 3	รับสมัครบัตรสมาชิกใหม่
สัปดาห์ที่ 4	รับสมัครบัตรสมาชิกใหม่
สัปดาห์ที่ 5	แนะนำให้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 6	แนะนำให้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 7	แนะนำให้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 8	แนะนำให้ลูกค้าโหลด APP MAKRO

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 9	แนะนำให้ผู้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 10	แนะนำให้ผู้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 11	แนะนำให้ผู้ลูกค้าโหลด APP MAKRO
สัปดาห์ที่ 12	ทำเอกสารต่างๆ รับสมัครบัตร คีย์ APPROVE สแกนเอกสาร แก้ไขข้อมูล ช่วยงาน CDO
สัปดาห์ที่ 13	ทำเอกสารต่างๆ รับสมัครบัตร คีย์ APPROVE สแกนเอกสาร แก้ไขข้อมูล ช่วยงาน CDO ช่วยเตรียมงานวันแม่แห่งชาติ
สัปดาห์ที่ 14	ทำเอกสารต่างๆ รับสมัครบัตร คีย์ APPROVE สแกนเอกสาร แก้ไขข้อมูล ช่วยงาน CDO ช่วยงานสารทจีน
สัปดาห์ที่ 15	ทำเอกสารต่างๆ รับสมัครบัตร คีย์ APPROVE สแกนเอกสาร แก้ไขข้อมูล ช่วยงาน CDO
สัปดาห์ที่ 16	ทำเอกสารต่างๆ รับสมัครบัตร คีย์ APPROVE สแกนเอกสาร แก้ไขข้อมูล ช่วยงาน CDO

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

3.8.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)

3.8.1.2 เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)

3.8.1.3 เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)

3.8.1.4 โทรศัพท์สำนักงาน (Office Phone)

3.8.1.5 เครื่องคิดเลข (Calculator)

3.8.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

3.8.2.1 โปรแกรม Microsoft Office Word 2010

3.8.2.2 โปรแกรม Microsoft Office Excel 2010

3.8.2.3 โปรแกรม IBM SPSS Statistic 22

โดยแบ่งระดับความสำคัญเป็นคำถามเชิงบวก (Positive) (ศิริวรรณ และคณะ 2548:66 กำหนดคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติตามโครงการ

ผลการวิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่ใช้บริการ แม็คโคร สาขาเพชรเกษม ผู้ศึกษาผลของการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลการเข้าใช้บริการและการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลการเข้าใช้บริการและการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

4.1.1 ข้อมูลการเข้าใช้บริการ

กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ก็จัดว่าเป็นกลุ่มทั่วไป ทุกเพศ และทุกวัย ที่เข้ามาใช้บริการ แต่ด้วยบริษัทมีการจัดรูปแบบการให้บริการแบบสมาชิก จึงทำให้บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้มีการจัดกลุ่มลูกค้าหลักๆด้วยกัน 3 กลุ่ม อาทิ กลุ่มร้านขายชำ,ร้านโชห่วย (Food Retaile) กลุ่มร้านอาหาร,โรงแรม,จัดเลี้ยง (Hoerca)และกลุ่มโรงเรียน,โรงงาน,บริษัท,องค์กร(Service) โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าจากเลขบัตรสมาชิกลูกค้า ด้วยการดูรหัสเลข 3 ตัวท้ายของบัตร โดยเลขที่ใช้แบ่งกลุ่มลูกค้ามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก : กลุ่มร้านขายของชำ,ร้านโชห่วย (Food Rrtaille)

รหัสกลุ่มลูกค้า	ลักษณะของร้านค้า
101	ร้านค้าปลีก/แผงลอย ขนาดมากกว่า 200 ตารางเมตร
102	ร้านค้าปลีก/แผงลอย อาหารสดประเภทผัก/ผลไม้
103	ร้านค้าปลีก/แผงลอย อาหารสดประเภทเนื้อสัตว์/แปรรูปจากเนื้อสัตว์
104	ร้านค้าปลีกขายยา
105	ร้านปลีกขายอาหารสัตว์,ยาสัตว์,อุปกรณ์และของใช้เกี่ยวกับสัตว์
106	มินิมาร์ค

ตารางที่ 4.1 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มร้านขายของชำ,ร้านโชห่วย (Food Rrtale) (ต่อ)

รหัสกลุ่มร้านค้า	ลักษณะของร้านค้า
107	ซูเปอร์มาร์เก็ต
108	ร้านค้าอาหารแช่แข็ง/แช่เย็น
109	ร้านค้าปลีก/แผงลอย ขายเครื่องสำอางค์/น้ำหอม
110	ร้านค้าปลีก/แผงลอย ขายสินค้าบริโภค/อาหารสด เป็นหลัก
120	ร้านค้าปลีกสินค้าบริโภค/อาหารสด ในรูปแบบรถเร่
130	ร้านค้าปลีกสินค้าบริโภค/ร้านโอท็อป -ของฝากสินค้าบริโภค

ตารางที่ 4.2 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มร้านอาหาร,โรงแรม,จัดเลี้ยง (Hoerca)

รหัสกลุ่มร้านค้า	ลักษณะของร้านค้า
301	อพาร์ทเมนต์/หอพัก
302	โรงแรม/รีสอร์ท 1-2 ดาว
303	โรงแรม/รีสอร์ท 3 ดาว
304	โรงแรม/รีสอร์ท 4-5 ดาว
305	สถาบันบันเทิง ผับ/บาร์/คาราโอเกะ
306	ร้านอาหารไทย
307	ร้านอาหารอีสาน
308	ร้านอาหารจีน
309	ร้านอาหารเวียดนาม
310	ร้านอาหารญี่ปุ่น
311	ร้านอาหารเกาหลี
312	ร้านอาหารอินเดีย
313	ร้านอาหารมุสลิม
314	ร้านอาหารอิตาเลียน
315	ร้านอาหารแนวประเทศตะวันตก อื่น อาทิ อเมริกัน/เม็กซิกัน/อิสราเอล/ ฝรั่งเศส
316	ร้านสเต็ก

317	ร้านหมูกระทะ/บาร์บีคิว/สุกี้
-----	------------------------------

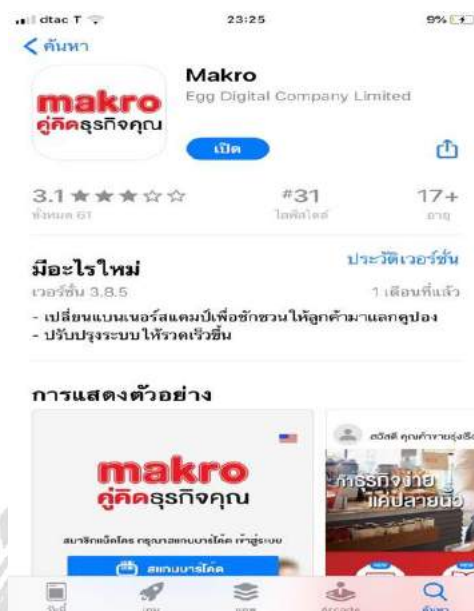
ตารางที่ 4.2 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มร้านอาหาร, โรงแรม, จัดเลี้ยง (Hoerca) (ต่อ)

รหัสกลุ่มร้านค้า	ลักษณะของร้านค้า
318	ร้านอาหารตามสั่ง อาหารจานเดียว
319	ร้านก๋วยเตี๋ยว
320	รถเข็นขายก๋วยเตี๋ยว
321	ร้านเบเกอรี่
322	ร้านขายกาแฟ
323	ธุรกิจจัดเลี้ยง
324	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (อาหารถา)
325	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (อาหารว่าง/ไอศกรีม)
326	ร้านอาหาร ลาว/กัมพูชา/พม่า/
327	ร้านอาหารจานหลัก ข้าวมันไก่/ข้าวขาหมู/อาหารเจ
328	ร้านขายอาหารประเภทอื่นๆ ร้านขายขนม/ร้านขายไอศกรีม
329	รถเข็นขายอาหารประเภทข้าวเป็นจานหลัก
330	รถเข็นขายอาหารอีสานเป็นจานหลัก
331	รถเข็นขายอาหารประเภทอื่นๆ หมูปิ้ง/ผลไม้ดอง/ขนมต่างๆ
332	รถเข็นขายกาแฟ/เครื่องดื่ม
339	ร้านอาหารและรถเข็น ขายอาหารเพื่อสุขภาพแนวออร์แกนิก

ตารางที่ 4.3 ตารางการแบ่งกลุ่มลูกค้าหลัก :กลุ่มโรงเรียน,โรงงาน,บริษัท,องค์กร (Service)

รหัสกลุ่มร้านค้า	ลักษณะของร้านค้า
402	ร้านเสริมสวย/ทำผม
403	ร้านสปา/บริการนวด
405	ร้านซักอบรีด/ซักแห้ง
406	ร้านถ่ายรูป/ถ่ายเอกสาร
408	ธุรกิจจัดการท่องเที่ยว/ทัวร์/สายการบิน
409	ร้านให้บริการดูแลเลี้ยงสัตว์
430	ธุรกิจอื่นๆ อยู่ซ่อมรถ/ทำเบาะ/โรงกลึง/เหล็กตัด/ปั้มน้ำมัน/ตัดเสื้อ/โรงพิมพ์
450	บัตรสมาชิกที่ออกให้ซัพพลายเออร์
501	สถานพยาบาล (โรงพยาบาล/อนามัย/คลินิก)
503	สำนักงานหน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ
504	วัด/สุเหร่า
505	มูลนิธิ/สมาคม
507	สำนักงานเอกชน/ประกัน/บัญชี/ทนายความ
508	โรงงานผลิต/แปรรูป
509	โรงเรียน/วิทยาลัย
510	มหาวิทยาลัย
511	สถานบันในรูปแบบอื่น กวดวิชา/วิชาชีพ
512	ธุรกิจในเครือซีพี
513	ธุรกิจในเครือแม่โคร
530	สถาบันการเงิน/ธนาคาร/สถานทูต

4.1.2 การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)



รูปที่ 4.1 รูปแอปพลิเคชันแม็คโคร



รูปที่ 4.2 รูปการเข้าสู่ระบบ



รูปที่ 4.3 รูปภายในแอปพลิเคชัน (App Makro)



รูปที่ 4.4 รูปแท็บเล็ตออกสินค้า



รูปที่ 4.5 รูปแม่โครแม่โครเมล์



รูปที่ 4.6 รูปการส่งสินค้าผ่าน แม็คโครคลิก

4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม: กลุ่มลูกค้าหลัก

กลุ่มลูกค้าหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มร้านขายของชำ/ร้านโชห่วย/ร้านค้าปลีก (Food Retailer)	96	28.4
กลุ่มร้านอาหาร/โรงแรม/จัดเลี้ยง (Horace)	151	44.7
กลุ่มบริษัท /โรงเรียน/ โรงพยาบาล/องค์กร รัฐบาล, รัฐวิสาหกิจ, เอกชน (Service)	91	26.9
รวม	338	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มร้านอาหาร/โรงแรม/จัดเลี้ยง (Horace) มากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ กลุ่มกลุ่มร้านขายของชำ/ร้านโชห่วย/ร้านค้าปลีก (Food Retailer) จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 และ กลุ่มบริษัท /โรงเรียน/ โรงพยาบาล/องค์กร รัฐบาล, รัฐวิสาหกิจ, เอกชน(Service) จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม: เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	132	39.1
หญิง	206	60.9
รวม	338	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา คือ ผู้ชาย จำนวน 132 คน คิดเป็น 39.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000บาท	34	10.1
20,001-40,000บาท	142	42.0
40,001-60,000บาท	57	16.9
60,001-80,000บาท	16	4.7
80,001-100,000บาท	30	8.9
มากกว่า 100,000บาท ขึ้นไป	59	17.5
รวม	338	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-40,000บาท มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ รายได้มากกว่า 100,000บาท ขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รายได้ 40,001-60,000บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 รายได้ต่ำกว่า 20,000บาท คิดเป็นร้อยละ 10.1 รายได้ 80,001-100,000บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และ รายได้ 60,001-80,000บาท จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App makro)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko)

ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko)	M	S.D.	เกณฑ์การประเมิน
ภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.697	เห็นด้วย
1) การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	3.75	0.751	เห็นด้วย
2) มีการวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆบนหน้าจอได้อย่างเหมาะสม	3.81	0.712	เห็นด้วย
3) มีระบบรักษาข้อมูลของลูกค้า	3.95	0.640	เห็นด้วย
4) แอปพลิเคชันมีความทันสมัย	4.05	0.685	เห็นด้วย
ภาพรวมปัจจัยด้านราคา	4.52	0.597	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1) การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไม่เสียค่าบริการ	4.52	0.597	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ภาพรวมปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.52	0.730	เห็นด้วย
1) ท่านสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านระบบแอนดรอยด์ , ระบบ IOS	4.44	0.600	เห็นด้วย
2) สามารถดูแคตตาล็อกสินค้าได้	3.31	0.780	ไม่แน่ใจ
3) สามารถดูเม็คโครเมล์ได้	3.30	0.790	ไม่แน่ใจ
4) สามารถตรวจสอบสิทธิพิเศษต่างๆได้	3.44	0.680	ไม่แน่ใจ
5) สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ ผ่าน เม็คโครคลิก	3.14	0.840	ไม่แน่ใจ
ภาพรวมปัจจัยการส่งเสริมการขาย	3.52	0.638	เห็นด้วย
1) มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ลูกค้าโหลดแอปพลิเคชันเม็คโคร	3.50	0.645	เห็นด้วย
2) มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมเม็คโครจัดให้กิจกรรมฉลอง ครบรอบ 30ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน	3.57	0.617	เห็นด้วย
3) พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันเม็คโคร	3.51	0.654	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.7 ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko) ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม มีผลวิจัยดังนี้

1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมเห็นด้วย ($M=3.89, S.D=0.697$) เมื่อแยกออกมาพบว่าให้ความสำคัญกับ แอปพลิเคชันมีความทันสมัย มากที่สุด ($M=4.05, S.D=0.685$) รองลงมาคือ มีระบบรักษาข้อมูลของลูกค้า ($M=3.95, S.D=0.640$) มีการวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆบนหน้าจอได้อย่างเหมาะสม ($M=3.81, S.D=0.712$) และ การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ($M=3.75, S.D=0.697$) ตามลำดับ

2.ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($M=4.52, S.D=0.597$)

3.ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมเห็นด้วย ($M=3.52, S.D=0.730$) เมื่อแยกออกมาพบว่าให้ความสำคัญกับ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านระบบ แอนดรอยด์, ระบบ IOS มากที่สุด ($M=4.44, S.D=0.600$) รองลงมา คือ สามารถตรวจสอบสิทธิพิเศษต่างๆได้ ($M=3.44, S.D=0.680$) สามารถดูแค็ตตาล็อกสินค้าได้ ($M=3.31, S.D=0.780$) สามารถดูแม็คโครเมล์ได้ ($M=3.30, S.D=0.790$) และ สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ ผ่าน แม็คโครคลิก ($M=3.14, S.D=0.840$) ตามลำดับ

4.ปัจจัยการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมเห็นด้วย ($M=3.52, S.D=0.638$) เมื่อแยกออกมาพบว่าให้ความสำคัญกับ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแม็คโครจัดให้, กิจกรรมฉลองครบรอบ 30 ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน ($M=3.57, S.D=0.617$) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันแม็คโคร ($M=3.51, S.D=0.654$) และมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ลูกค้าโหลดแอปพลิเคชันแม็คโคร ($M=3.50, S.D=0.638$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มร้านอาหาร/โรงแรม/จัดเลี้ยง (Horace) เป็นเพศหญิง มีรายได้ 20,001-40,000 บาท

5.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ภาพรวมระดับเห็นด้วย เมื่อแยกออกมาพบว่า สามารถดาวน์โหลด แอปพลิเคชันผ่านระบบ แอนดรอยด์ , ระบบ IOS มากที่สุด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันมีความทันสมัย มีระบบรักษาข้อมูลของลูกค้ามีการวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆบนหน้าจอได้อย่างเหมาะสม การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแม็คโครจัดให้, กิจกรรมฉลองครบรอบ 30 ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน แม็คโคร และมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ลูกค้าโหลดแอปพลิเคชันแม็คโคร จากการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ได้ทำการติดตั้ง App Makro และมีความพอใจในการใช้งานของตัว Application เพราะสามารถดู โปร โมชั่นและราคาของสินค้าต่างๆได้ก่อนที่จะทำการวางแผนออกมาซื้อสินค้าได้ รวมทั้งยังมีกิจกรรมต่างๆที่เข้ามาให้กลุ่มผู้ใช้งานได้ร่วมกิจกรรมได้ตามลักษณะการใช้งานของผู้ใช้แต่ละคน

5.2 ข้อเสนอแนะของลูกค้าจากการวิจัย

5.2.1 ลูกค้าอยากให้สามารถสะสมคะแนน เพื่อแลกกับสินค้าฟรีbiesได้

5.2.2 ลูกค้าอยากให้มีคูปองส่วนลดให้มากกว่านี้

5.2.3 ลูกค้าอยากให้มียกกิจกรรมมากขึ้น

5.2.4 ลูกค้าอยากให้ระบบใช้ง่ายกว่าเดิม

5.3 ปัญหาที่พบจากการทำวิจัย

- 5.3.1 ลูกค้าต้องการความรวดเร็วในการเข้าใช้บริการ
- 5.3.2 ครั้งแรกที่ทำกรเข้าสู่ระบบ ไม่มีระบบ AI ในการสอนวิธีการใช้งานเบื้องต้นให้
- 5.3.3 ปัญหาการใช้ข้อมูลชัดเจนของพนักงาน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 5.4.1 ต้องมีการแก้ไขปัญหาการใช้งานของระบบ เรื่องของความเสถียรในระบบ ให้มีความรวดเร็วมากกว่าเดิม
- 5.4.1 มีการแจ้งข้อมูล หรือกิจกรรมต่างๆ ให้ชัดเจน
- 5.4.2 พนักงานมีการใช้ข้อมูลอย่างชัดเจน

5.5 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.5.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 5.5.1.1 มีโอกาสได้ประสบการณ์จริงในการทำงานในองค์กร
- 5.5.1.2 รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- 5.5.1.3 มีความรับผิดชอบ
- 5.5.1.4 สามารถรู้วิธีรับมือกับลูกค้าได้

5.5.2 ปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 5.5.2.1 ข้อมูลบางอย่างไม่สามารถนำมาใส่ในรูปเล่มรายงานได้ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้
- 5.5.2.2 ไม่มีโต๊ะพอสสำหรับพนักงาน
- 5.5.2.3 ไม่สามารถนำโทรศัพท์เข้าในที่ทำงานได้

5.6 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.6.1 วิธีแก้ปัญหที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 5.6.1.1 นำข้อมูลในส่วนของบริษัทที่มีการอนุญาตให้สามารถเปิดเผยได้ นำมาทำทำเล่มรายงานได้
- 5.6.1.2 ควรมีโต๊ะให้สำหรับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้ทำงานอย่างเต็มที่
- 5.6.1.3 การติดต่อสื่อสารทำได้ยากและไม่สามารถเก็บรูปภาพบรรยากาศการทำงานได้

บรรณานุกรม

ธีรศักดิ์ คำแก้ว. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้า จังหวัดชลบุรี. เข้าถึงได้จาก

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1951/1/theerasak_kamk.pdf

นันธินี ทิพย์ประไพ. (2558). การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมในการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ส่งผลต่อการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบน สมาร์ตโฟนซ้ำในครั้งถัดไป ของกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2107/3/Nuntinee_thip.pdf

วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน.

กรุงเทพฯ: บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด

Blogger. (2556). แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ. เข้าถึงได้จาก

[https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzu-%20%20%20%20WZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI)

[post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzu-](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzu-%20%20%20%20WZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI)

[%20%20%20%20WZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzu-%20%20%20%20WZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI)

Prasert rk (2555). ทฤษฎีความพึงพอใจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน(App Makro)

ของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวข้องกับท่าน

1.1 รหัสบัตรสมาชิก

1.2 กลุ่มลูกค้าหลัก (Customer Main Groups)

- ☐ 1) กลุ่มร้านขายของชำ/ร้านโชห่วย/ร้านค้าปลีก (Food Retailor)
- ☐ 2) กลุ่มร้านอาหาร/โรงแรม/จัดเลี้ยง (Horace)
- ☐ 3) กลุ่มบริษัท/โรงเรียน/โรงพยาบาล/องค์กร รัฐบาล, รัฐวิสาหกิจ, เอกชน (Service)
- ☐ 4) กลุ่มร้านขายของใช้ เช่น ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า, ร้านเครื่องเขียน, ร้านของอาหารสัตว์ (Non Food Retailor)
- ☐ 5) กลุ่มร้านค้าส่ง/ร้านยี่ปั้ว (Distributor)
- ☐ 6) อื่นๆ (Other).....

1.3 เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20,000บาท ☐ 2) 20,001-40,000บาท ☐ 3) 40,001-60,000บาท
- ☐ 4) 60,001-80,000บาท ☐ 5) 80,001-100,000บาท ☐ 6) มากกว่า 100,000บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko) (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่างเพื่อแสดงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

(1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 หมายถึงไม่เห็นด้วย 3 หมายถึงไม่แน่ใจ 4 หมายถึงเห็นด้วย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันแม็คโคร (App Makro)	ระดับความพึงพอใจ				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน					
1.2 มีการวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆบนหน้าจอได้อย่างเหมาะสม					
1.3 มีระบบรักษาข้อมูลของลูกค้า					
1.4 แอปพลิเคชันมีความทันสมัย					
2.ด้านราคา					
2.1 การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไม่เสียค่าบริการ					
3.ด้านกระบวนการการบริการ					
3.1 ท่านสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านระบบ แอนดรอยด์ , ระบบ IOS					
3.2 สามารถดูแค็ตตาล็อกสินค้าได้					
3.3 สามารถดูแม็คโครเมล์ได้					
3.4 สามารถตรวจสอบสิทธิพิเศษต่างๆได้					
3.5 สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ผ่าน แม็คโครคลิก					
4 ด้านการส่งเสริมการขาย					
4.1 มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ลูกค้าโหลดแอปพลิเคชันแม็คโคร					
4.2 มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแม็คโครจัดให้,กิจกรรมฉลองครบรอบ 30ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน					
4.3 พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันแม็คโคร					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ภาพการปฏิบัติงาน

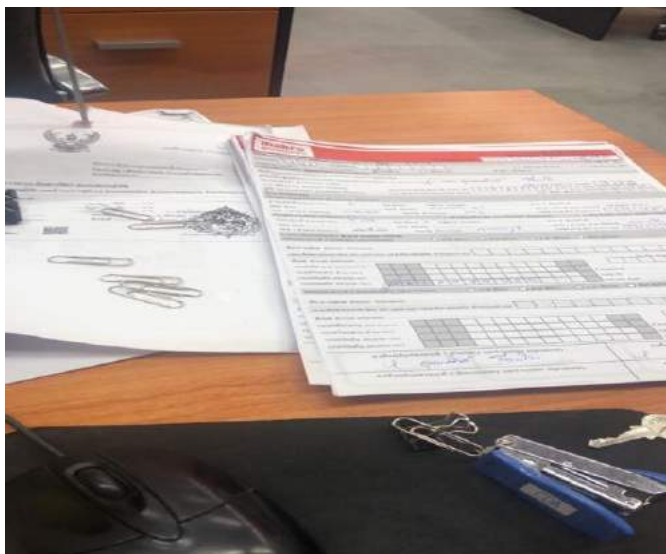




รูปที่ ก.1 สถานที่ประกอบการ Makro สาขาเพชรเกษม



รูปที่ ก.2 บรรยากาศภายในสถานที่ปฏิบัติงาน Makro สาขาเพชรเกษม



รูปที่ ก.3 เอกสารต่างๆภายใน Makro สาขาเพชรเกษม



รูปที่ ก.4 ภาพบรรยากาศการ Meeting



รูปที่ ก.5 ภาพบรรยากาศการจัดเตรียมสินค้าที่ลูกค้าสั่งผ่านแพลนค CDO



รูปที่ ก.6 ภาพบรรยากาศการปฏิบัติงาน

การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขา เพชรเกษม

Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who Access Services at

Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch

นางสาว ณัฐธยาน์ เกิดมาก 5904300334

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail: nattaymooam17@gmail.com

งานวิจัยเรื่อง“การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน(App Makro)”ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน(App Makro) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในแม็คโคร สาขาเพชรเกษม และเพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันให้มากขึ้น

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร โรงแรม และจัดเลี้ยง (Horace) เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ภาพรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และเห็นด้วย ได้แก่ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

This research titled “Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who Access Services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch” aimed to understand services through the Makro Mobile application in Makro, Phet Kasem Branch and to help the company develop and improve the Makro Mobile application by using findings from this study to gain more accesses to the application.

This quantitative study used a questionnaire to collect data and applied descriptive statistics including frequency, percentage, average and standard deviation, and inferential statistics for data analysis. A majority of respondents were customers in restaurants, hotels and catering businesses, were female, and had a monthly income between 20,001-40,000 Baht.

Overall, respondents who accessed services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch highly agreed on

the price factor, and agreed on production, process and promotion factors.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม
3. เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการผ่านตัวแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่ใช้บริการภายใน แม็คโคร สาขาเพชรเกษม
2. เพื่อศึกษาเฉพาะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในแม็คโคร สาขาเพชรเกษม
3. ศึกษาและจัดทำโครงการงานตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึง 30 สิงหาคม 2562

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการในการใช้งานของแอปพลิเคชัน (App Makro) ของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

2. ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่เข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องในการใช้ภาษา มีความครบถ้วนและครอบคลุมเนื้อหา

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษา

5. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)

6. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่เข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม พบว่า ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) อยู่ในระดับมาก

สรุปผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้าที่เข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน (App Makro) ของลูกค้า จากการร่วมกิจกรรมต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน (App Makro) อาทิ เช่น กิจกรรมแม็คโครจัดให้, กิจกรรมฉลองครบรอบ 30 ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน และการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ (Makro Click)

กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในตำแหน่งฝ่ายพัฒนาลูกค้า ณ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด

(มหาชน) ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการดำเนินงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1.นายสุภรัช มงคลการ

(Customer Development Manager)

2.นางสาวเดือนนภา เข็มสันเทียะ

(CDO Food Retailer)

3.นายพิพัฒน์ พัวพรทิพย์รัตน์

(CDO HORECA)

4.อาจารย์ มนทิรา ตันตะวานิชย์

(อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนสำเร็จตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

ประกายดาว (2536). เสนอแนวคิดความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

กู๊ด (Good, 1973,p.320). เสนอความ

หมายความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

<https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog->

[post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz)

[u-](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz)

[WZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCg](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz)

[KTd4OxiGBfdI](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz)

[KTd4OxiGBfdI](https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgz)

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

โวลแมน (Wolman, 1973). เสนอความ

หมายความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

[https://writer.dekd.com/mangpoo23/story/view](https://writer.dekd.com/mangpoo23/story/viewlongc.php?id=1437468&chapter=4&fbclid=IwAR1NtLveL4qJfFoDcLQCZN76WieCwO)

[wlongc.php?id=1437468&chapter=4&fbclid=](https://writer.dekd.com/mangpoo23/story/viewlongc.php?id=1437468&chapter=4&fbclid=IwAR1NtLveL4qJfFoDcLQCZN76WieCwO)

[IwAR1NtLveL4qJfFoDcLQCZN76WieCwO](https://writer.dekd.com/mangpoo23/story/viewlongc.php?id=1437468&chapter=4&fbclid=IwAR1NtLveL4qJfFoDcLQCZN76WieCwO)

[wV79D8Bq6gv_gYX7IqkUPihOXJaGc](https://writer.dekd.com/mangpoo23/story/viewlongc.php?id=1437468&chapter=4&fbclid=IwAR1NtLveL4qJfFoDcLQCZN76WieCwO)

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

เคิร์ก (Quirk, 1987). เสนอความหมายความ

พึงพอใจ. [ออนไลน์]

<https://www.gotoknow.org/posts/492000?fbclid=IwAR2OAuH7cnXCblJpxCg8fmHj-MQ1b5qnohsirpcdw3F50Mm13rWHqBmbsI>
สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000). เสนอความ
หมาย ความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzWZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI
สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

ดิเรก (2528)). ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มี
ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี
ต่องานที่ทา ของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก.
กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.

คณิต ดวงหัตถ์ (2537). ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับ
ความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

https://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html?fbclid=IwAR2mc9073QMgzWZdByJR7KAZcdFMELnnZHuuSivyYJZCgKTd4OxiGBfdI
สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

สง่า. (2540). ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก
ที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย
หรือเป็น
ความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จ.พิมพ์ครั้งที่
2.กรุงเทพฯ: เอ็นแอนด์จีกราฟฟิค.

วิรุฬ พรรณเทวี (2542).ความพึงพอใจเป็น
ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่
เหมือนกัน.กรุงเทพฯ.
: บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด.

นภารัตน์ (2544). นภารัตน์. (2544). ความพึง
พอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบ
และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่าง
ซับซ้อน.กรุงเทพฯ: เฮาส์ออฟเคอร์มิสท์.

กาญจนา (2546). ความพึงพอใจของมนุษย์เป็น
การแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม
ไม่สามารถ
มองเห็นเป็นรูปร่างได้.พิมพ์ที่9.กรุงเทพฯ: ไทย
วัฒนาพานิช.

Kotler and Armstrong (2002). เสงแนวคิ
เกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ. [ออนไลน์]
<https://sites.google.com/site/httpbitly42331316/bth-thi-2-wrnkrrm-thi-keiywkhxng/2->

8naewkhid-thvsdi-keiyw-kab-khwam-phung-phxci

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow). เสง
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ.

[ออนไลน์]

<https://sites.google.com/site/httpbitly4233131>

6/bth-thi-2-wrnkrrm-thi-keiywkhxng/2-8-

naewkhid-thvsdi-keiyw-kab-khwam-phung-

phxcic

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud). เสงแนวคิด
เกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ. [ออนไลน์]

<https://sites.google.com/site/httpbitly4233131>

6/bth-thi-2-wrnkrrm-thi-keiywkhxng/2-

8naewkhid-thvsdi-keiyw-kab-khwam-phung-

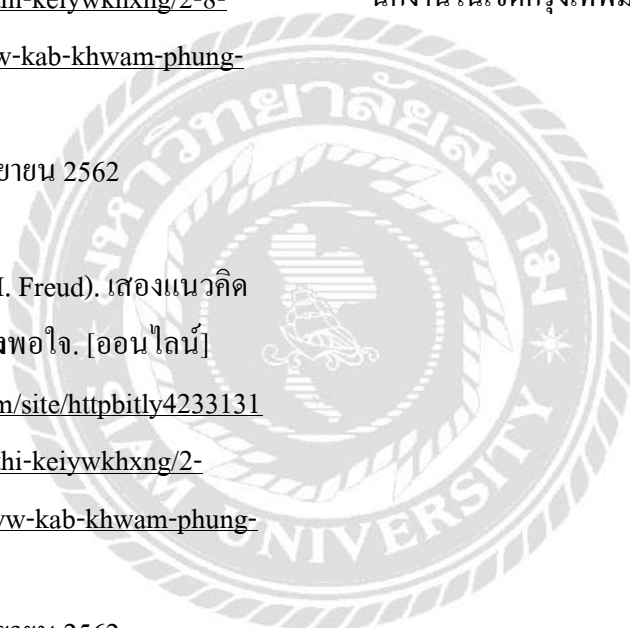
phxci

สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562

ธีรศักดิ์ คำแก้ว (2557) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน

ผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้า
จังหวัดชลบุรี”

นันทินี ทิพย์ประไพ (2558) “การศึกษาความ
พึงพอใจและพฤติกรรมในการจองที่พักผ่าน
แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ส่งผลต่อการ
จองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบน สมาร์ตโฟนซ้ำ
ในครั้งถัดไป ของกลุ่มอาชีพพนักงานสา
นักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ”



ภาคผนวก ง

ไวนิล





การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขา เพชรเกษม
Satisfaction Survey of the Makro Mobile Application for Customers Who Access
Services at Siam Makro Public Company Limited, Phet Kasem Branch

ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสยาม

นางสาว ณัฐยาน์ เกิดมาก 5904300334

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง“การสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro)”ของ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการใช้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในแม็คโคร สาขาเพชรเกษม และเพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันให้มากขึ้น

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร โรงแรม และจัดเลี้ยง (Horace) เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ภาพรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และเห็นด้วย ได้แก่ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้บริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม
3. เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน (App Makro) สำหรับการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 เพื่อให้ทราบถึงการบริการ การใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของผู้ที่เข้ามามีบริการภายในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

2. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Makro) ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม

3. เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุง แอปพลิเคชันในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สรุปผล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน (App Marko) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ภาพรวมระดับเห็นด้วย เมื่อแยกออกมาพบว่า สามารถดาวน์โหลด แอปพลิเคชันผ่านระบบแอนดรอยด์ , ระบบ IOS มากที่สุด รองลงมาคือแอปพลิเคชันมีความทันสมัย มีระบบรักษาข้อมูลของลูกค้ามีการวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆบนหน้าจอได้อย่างเหมาะสม การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแม็คโครจัดให้, กิจกรรมฉลองครบรอบ 30 ปี รวยเปรี้ยว 30 ล้าน พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน แม็คโคร และมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ลูกค้าโหลดแอปพลิเคชันแม็คโคร จากการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ได้ทำการติดตั้ง App Makro และมีความพอใจในการใช้งานของตัว Application เพราะสามารถดู โปรโมชั่น และราคาของสินค้าต่างๆได้ก่อนที่จะทำการวางแผนออกมาซื้อสินค้าได้ รวมทั้งยังมีกิจกรรมต่างๆที่เข้ามาให้กลุ่มผู้ใช้งานได้ร่วมกิจกรรมได้ตามลักษณะการใช้งานของผู้ใช้แต่ละคน

ข้อเสนอแนะ

1 ต้องมีการแก้ไขปัญหการใช้งานของระบบ เรื่องของความเสถียรในระบบ ให้มีความรวดเร็วมากกว่าเดิม

2. มีการแจ้งข้อมูล หรือกิจกรรมต่างๆให้ชัดเจน

3. พนักงานมีการใช้ข้อมูลอย่างชัดเจน



ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-นามสกุล : นางสาวณัฐชานันท์ เกิดมาก

รหัสศึกษา : 59043000334

ภาควิชา: การตลาด

คณะ: บริหารธุรกิจ

ที่อยู่ปัจจุบัน: 39 หมู่ที่ 2 เขตทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170

ผลงาน: สำนวนความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชัน แม็คโคร (App M)

E-Mail: nattayamooam17@gmail.com

เบอร์โทรศัพท์: 092-081-7942

ID Line: nattayaam