หัวข้อสารนิพนธ์ กรณีศึกษา : ภาพลักษณ์ของโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ
ชื่อนักศึกษา ชษิตา เสนารักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์สุทธิดา นาคเจริญ
ระดับการศึกษา นิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์
คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ. 2550

บทคัดย่อ

จากการสำรวจ "ภาพลักษณ์ของโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิในสายตาของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีการสำรวจโดยการออกแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 100 ชุดและสรุปผลโดยใช้ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลในการสำรวจในครั้งนี้

จากผลสำรวจเรื่องภาพลักษณ์ของโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับอายุ ตั้งแต่ 30-39 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้บริการดังนี้ มาใช้บริการ 2-3 วันต่อสัปดาห์ และสินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือเครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนด้านภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อ โฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อห้างโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ ในด้านการบริการที่จอดรถอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาด้านความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาการรับประกันสินค้าอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาการบริการจัดส่งสินค้าเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา และความสะดวก รวดเร็วในการเดินอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือพนักงานให้คำแนะนำในการตอบข้อซักถามอย่างชัดเจนอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือราคาสินค้ามีความยุติธรรมอยู่ในระดับดี รองลงมาคือพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยนอยู่ในระดับดี อันดับสุดท้ายคือการให้บริการด้วยความยุติธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาใช้บริการที่ห้างโฮมโปร วิลเลจ สาขาสุวรรณภูมิ มองภาพลักษณ์ของห้างโดยรวมของทุกๆ ด้านนั้น อยู่ในระดับดี ซึ่งด้านที่มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีที่สุดคือ ด้านการบริการที่จอดรถ ส่วนในระดับสุดท้ายคือ ด้านการให้บริการด้วยความยุติธรรม ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

SPUCHONBURI