

คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดใน

ห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2

QUALITY OF THE SERVICES THAT AFFECTS USERS ' SATISFACTION IN PURCHASING FRESH FOOD AT LOTUS DEPARTMENT STORE, SUKHAPIBAN 2 BRANCH

ณัฐพล ค่วนเดิน

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Natapol Doundern

Email : 6214060204@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management,
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คนใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผลวิจัยยังพบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 และระดับความ

คิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.50) และ ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.535 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 ได้ ร้อยละ 53.5 เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการเป็นรายด้านพบว่า มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, ห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2

ABSTRACT

The study of quality of the service that affects users' satisfaction in purchase fresh food at Lotus Department store, Sukhapiban 2 Branch, aimed to study the quality of service that affected the satisfaction of customers who purchased fresh food in Lotus department stores. Sukhapiban 2 Branch. The samples of this study were 260 users' used the simple random sampling method. Questionnaire was the tool used for data collection and was an online questionnaire. Conduct data analyzed by using a computer program and the statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and Multiple Regression Analysis.

The results of the research were as follows: Most of the samples were female. Age between 21-30 years, single status, monthly income between 10,001-20,000 baht. The research also found that Service quality affecting the uses satisfaction in purchase frash food at Lotus Department store, Sukhumpul 2 Branch, overall the service quality factors and users' satisfaction in purchase fresh food at Lotus Department store Sukhapiban 2 Branch were a high level of opinion ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.50). and ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.76) respectively.

The results of hypothesis testing showed that Service quality affecting users' satisfaction in purchasing fresh food at Lotus Sukhapiban

2 Branch had a statistical significance level at 0.05. R square of the model was found as 0.535, showed that independent variable was the service quality that affected users' satisfaction fresh food purchasing in Lotus Department store Sukhapiban 2 Branch at 53.5 percent. When considered quality that affected users' satisfaction in purchasing fresh food at Lotus Department store Sukhapiban 2 Branch there were 3 aspects, Reliability, Assurance and Empathy.

Keywords: Quality of the service, Satisfaction, Lotus Department store Sukhapiban 2 Branch

บทนำ

อาหาร คือ สิ่งที่รับประทานเข้าไปแล้วสามารถให้ประโยชน์แก่ร่างกาย ทำให้เกิดการเจริญเติบโต สร้างพลังงาน และสารที่จำเป็นในการทำงานของร่างกาย นอกจากนั้นยังช่วยซ่อมแซม เนื้อเยื่อของร่างกายในส่วนที่สึกหรอ อาหารยังเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ประกอบไปด้วย อาหาร ที่อยู่ อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ซึ่งปัจจัยสี่เหล่านี้มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตของเรา

อาหารสด หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเน่าเสียได้ง่าย ต้องหาซื้อบ่อย ๆ ได้แก่ อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ไข่ กะทิ ผักผลไม้ต่าง ๆ สำหรับนักโภชนาการแล้วการรับประทานอาหารที่ใหม่สดสะอาด ได้รับการปรุงที่ติดต่อสุขภาพถือเป็นสุดยอดแห่งความสุข ซึ่งปัจจุบันคนรุ่นใหม่มากมายเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคโดยเลือกเมนูปลอดสารเพื่อให้แน่ใจว่าส่วนผสมของอาหารที่กินทุกมื้อมีความสดใหม่ หลายคนเริ่มปฏิเสธการบริโภคเนื้อสัตว์แปรรูป หรือเก็บรักษาขนมหวานและซอซที่ผ่านการกลั่น การขัดเงา รวมถึงอาหารพร้อมรับประทานและอาหารสำเร็จรูป

โลตัส เป็นศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อสัญชาติไทย ดำเนินกิจการค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย โลตัส มีศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดที่ทันสมัย พร้อมกับห้องปฏิบัติการเพื่อสุ่มตัวอย่างอาหารสด และนำมาตรวจสอบสารปนเปื้อนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นยาฆ่าแมลง สารบอแรกซ์ สารฟอร์มาลีน เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าอาหารสดจาก โลตัส ไม่มีสารปนเปื้อนเหล่านี้

เนื่องด้วยคู่แข่งที่สำคัญอย่างห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี (Big C) ได้มีนโยบายปรับกลยุทธ์และสร้างรูปลักษณ์ใหม่ของห้างให้ทันสมัย สะอาด สะอาด ถูกสุขอนามัย และสินค้าของห้างต้องมีแต่สินค้าคุณภาพดี โดยเฉพาะ แผนกอาหารสด ต้องใหม่ สด และพร้อมทานได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางใหม่ของไฮเปอร์มาร์เก็ต ทำให้ทางห้างสรรพสินค้า โลตัส ปรับโฉมใหม่แผนกอาหารสด เน้นการจัดวางสินค้าที่เพิ่มความสวยงาม จัดหมวดหมู่ให้หาง่าย มีสินค้านำเข้ามากขึ้น มีบริการรูปแบบใหม่ เช่น ปรุงอาหารสด ตัดแต่งเนื้อสัตว์ ซูชิบาร์ มี

พนักงานที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำ รวมถึงการตั้งราคาให้ต่ำกว่าอาหารสดในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป 20-25% จากการรับซื้อผักและผลไม้โดยตรงจากเกษตรกรกว่า 90% เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ และกลับมาใช้บริการอีกครั้งถัดไป โดยในปี 2562 ห้างสรรพสินค้าโลตัสเป็นห้างที่มีสาขารวม 2,158 สาขา มีกำไรสุทธิ 7,819 ล้านบาท แต่จำเป็นต้องปรับและพัฒนากลยุทธ์ รวมทั้งคุณภาพการให้บริการ เพื่อการแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี (Big C) ซึ่งในปี 2562 มีกำไรสุทธิเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 3.8 (สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย, 2563)

จากข้อมูลกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาผลต่อคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ และช่วยให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้อสินค้าอาหารสดของห้างสรรพสินค้าโลตัสสุขาภิบาล 2 มีขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจาก จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 มีจำนวนไม่แน่นอน จึงคำนวณตามสูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง 229 คน เนื่องจากต้องการป้องกันการเกิดข้อผิดพลาดจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 240 คน ในการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการซื้อสินค้าอาหารสดของ
ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล2

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการดำเนินการทำวิจัยครั้งนี้คือ ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล2

4. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาการดำเนินการทำวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2564 ถึงเดือน เมษายน
2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดใน
ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2
2. เพื่อให้สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการให้บริการของ
ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) อ้างใน จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ
(2561) กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ มีมิติการรับรู้คุณภาพบริการ 5 มิติ ดังนี้

1. **Tangibles** สิ่งที่ต้องจับต้องได้ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏต่อสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ ตัวบุคคลรวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

2. **Reliability** ความเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติงานบริการได้ตามสัญญาไว้อย่างถูกต้องแม่นยำและมีความเป็นอิสระ

3. **Responsiveness** ความรับผิดชอบ หมายถึงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและการจัดเตรียมบริการให้กับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

4. **Assurance** การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าหมายถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ การแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล

5. **Empathy** ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึงการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าให้ความสนใจกับลูกค้ารวมถึงมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยมหรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ สิ่งที่บุคคลได้รับนั้นเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ตรงจุดประสงค์ตรงความต้องการ ตรงความคาดหวัง หรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ หากมองมุมมองของการบริการ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอรวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการมีความสะดวก สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รู้สึกถึงความปลอดภัย จนผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ได้รับในการบริการนั้น ทำให้เกิดความรู้สึกค่าเมื่อเปรียบเทียบกับ สิ่งที่ต้องเสียไป

Kotler and Armstrong (2002) อังใน นิธิศ สระทองอยู่ (2562) ให้ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือ แรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าโลตัส

ธุรกิจโลตัส ประเทศไทย ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ด้วยความมุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูง ในราคาที่เอื้อมถึง ควบคู่ไปกับการทำสิ่งที่ดีเพื่อลูกค้า เพื่อนพนักงาน และชุมชน ปัจจุบัน โลตัส ให้บริการลูกค้ากว่า 10.8 ล้านครั้งต่อสัปดาห์ผ่านทั้งช่องทาง omni-channel ทั้งในกว่า 2,000 สาขาทั่วประเทศ และช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของลูกค้า ส่งมอบความสะดวกสบาย และประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบไร้รอยต่อ ไม่ว่าจะใช้บริการที่ไหน เมื่อไหร่

ธุรกิจโลตัส ประเทศไทย อยู่ภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือฯ ที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ประเทศชาติ สังคม และเครือฯ ประกอบกับหลักการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ภายใต้แนวทาง ซีพีสู่ความเป็นเลิศ (C.P. Excellence) เราให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บนหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส การตรวจสอบได้และความรับผิดชอบ สอดคล้องกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐานของประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภวิณี บุญสมการ (2563) การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกสุนยแพทย์พัฒนา ผลวิจัยศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วง อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ที่ ระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และผลการวิจัยยังพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการให้บริการของ การบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66, S.D.=0.88$) ส่วนระดับ ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก($\bar{X}= 3.72, S.D.=0.75$) ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา พบว่าคุณภาพการ ให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้าและ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความ พึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ร้อยละ 86.3 ($R^2 = 0.863$)

นิธิศ สระทองอยู่ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่ การรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟสายตะวันออก กรุงเทพฯ-ชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารมีผลต่อความพึงพอใจและคุณภาพการบริการ (Service Quality) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติที่ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บ ข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 ตัวอย่างและใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบ ง่าย (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (percentage) และ ค่าความถี่ (frequency) กับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน
 - 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (mean: \bar{x}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.) กับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจ และการรู้จักผู้รับบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2
2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพ การให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 โดยใช้ การวิเคราะห์ สมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis: MRA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 ที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการซื้ออาหารสด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.50) ซึ่งคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้านมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.44) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.50) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.49) ด้านการตอบสนองของลูกค้า ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.54) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดที่ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของอาหารสด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.59) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อราคาของอาหารสด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.68) ความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งและสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.70) ความพึงพอใจต่อการบริการลูกค้าของพนักงาน ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.85) และ ความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดที่ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1

คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2

คุณภาพการให้บริการของห้าง สรรพสินค้าโลตัสสาขา สุขาภิบาล 2	ค่า สัมประสิทธิ์ ถดถอย (B)	Beta	t	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (x_1)	0.015	0.015	0.243	0.808

2 ความน่าเชื่อถือ(X_2)	0.191	0.199	2.977	0.003*
3 การตอบสนองของลูกค้า(X_3)	-0.098	-	-	0.131
		0.111	1.515	
4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า(X_4)	0.379	0.345	6.801	0.000*
5 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า(X_5)	0.384	0.438	6.288	0.000*
ค่าคงที่	0.460		2.054	0.041

$R = 0.731$, $R^2 = 0.535$, $SEE = 0.280$, $F = 58.365$, $Sig. = 0.000$, * = $P < 0.05$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.535 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการ มีผลต่อตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ร้อยละ 53.5 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มี 3 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\beta = 0.438$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\beta = 0.345$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.199$) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า สามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 อยู่ในระดับมากและมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัย เห็นว่าห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ในความน่าเชื่อถือ มีการบริการอย่างถูกต้องครบถ้วนตามรายการ และมีความรอบคอบเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในขณะให้บริการและการให้บริการอย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ ทำให้ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 เข้ารับบริการคาดหวังในการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจภา แจ่มเวชฉาย (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน

กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

2. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ของห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสาขาภิบาล 2 อยู่ในระดับมาก และมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้า โลตัส สาขาสาขาภิบาล 2 คุณภาพสินค้าสินค้าสด-ใหม่ทุกวัน พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีความสะดวก ในการเลือกซื้ออาหารสด และ มีการทำความสะอาดในส่วนบริการอาหารสด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพียรมานะ (2560) ศึกษาอิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไวใจ คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการ บอกรับของ ลูกค้าร้าน JSK ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการไม่มี อิทธิพลต่อการบอกรับของลูกค้าร้าน JSK

3. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ของห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 อยู่ในระดับมาก และมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้า โลตัส สาขาสาขาภิบาล 2 ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเพราะ พนักงานให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าอย่างเท่าเทียม พนักงาน มีความใส่ใจในการบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มากับเด็กเล็ก และ พนักงานสามารถจำ รายละเอียดสินค้าของลูกค้าที่ต้องการซื้อได้อย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจภา แจ่มเวชฉาย (2559) ได้ ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร รถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS

4. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสาขาภิบาล 2 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของ ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสาขาภิบาล 2 อยู่ในระดับมาก แต่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสด ในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสาขาภิบาล 2 ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดใน ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสาขาภิบาล 2 พบว่าภาชนะหรืออุปกรณ์บรรจุอาหารมีความสะอาด พนักงานแต่ง กายสะอาด พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี และ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เป็นปกติอยู่แล้ว ดังนั้นปัจจัยความเป็น รูปธรรมของการบริการจึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณวัชร พัช รวาลัย (2558) ศึกษาความพึงพอใจต่อ คุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ ธนาการที่ส่งผลต่อความ ักดีในการใช้บริการ ธนาการเฉพาะกิจในเขตกรุงเทพมหานครโดยแจกกับประชาชนทั่วไป ผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการส่งผลต่อความ ักดี ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

5. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 อยู่ในระดับมากแต่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยการเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้า โลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 คาดหวัง ว่าพนักงานต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ พนักงานสามารถตอบสนอง ความต้องการได้ มีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วตามปกติอยู่ แล้ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพ็ชรมานะ (2560) ศึกษาอิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความ ไว้ใจ คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้า ร้าน JSK ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพ การบริการด้าน การตอบสนอง มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของลูกค้า ร้าน JSK อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 ที่มีผลต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 มีคุณภาพการให้บริการอยู่ใน ระดับมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 อยู่ในระดับ มาก แต่คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้า โลตัส สาขา สาขาภิบาล 2 ยังมีเรื่องที่ต้องปรับปรุง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้นในข้อคำถามรายชื่อทั้ง 4 ข้อประเด็นที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ดังนั้นควรมีการอบรมเกี่ยวกับการบริการให้กับพนักงาน เพื่อ ทำ การให้บริการนั้น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการนั้นในข้อคำถามรายชื่อทั้ง 4 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามได้ชัดเจน ดังนั้น ทาง ห้างสรรพสินค้าควรมีการปรับปรุงเพิ่มการอบรมเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการแนะนำสินค้า และการบริการอย่างถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้น ในข้อคำถามรายชื่อทั้ง 4 ข้อ ประเด็นที่ มี ค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว ดังนั้น ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขา สาขาภิบาล 2 ควรปรับปรุงการให้บริการควรบริการ อย่างสุภาพ มีความรวดเร็วในการให้บริการต่อผู้รับบริการและมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าชั้น ในข้อคำถามรายชื่อทั้ง 4 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ มีการทำความสะอาดในส่วนบริการอาหารสด ดังนั้น ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 ควรปรับปรุงการจัดตารางการทำความสะอาดให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และ ความสะอาดในส่วนบริการอาหารสด

5. ด้านการการรู้จักและเข้าใจลูกค้าชั้น ในข้อคำถามรายชื่อทั้ง 4 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ พนักงานสามารถจำรายละเอียดสินค้าที่ ลูกค้าต้องการซื้อได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล ควรมีการปรับปรุงเพิ่มการอบรมเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการแนะนำสินค้า และการบริการอย่างถูกต้องและแม่นยำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 มีการศึกษา เฉพาะ โลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 ควรขยายขอบเขตของกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมพื้นที่ หรือศึกษาเพิ่มที่ห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาอื่นเพื่อนำมาเปรียบเทียบและนำผลมาพิจารณาปรับปรุงงานบริการของห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาสุขาภิบาล 2 ให้มีคุณภาพสูงมากขึ้น

2. การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้ออาหารสดในห้างสรรพสินค้าโลตัสสาขาสุขาภิบาล 2 เพื่อให้ได้รับผลของการวิจัยที่สมบูรณ์ มากยิ่งขึ้น จึงควรเพิ่มการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ เชิงลึก การ สนทนากลุ่มควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ (2561). *คุณภาพการบริการห้องสมุด คณะบริหารธุรกิจสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น การคืนความอิสระ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*

รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของ ผู้รับบริการ โรงพยาบาลเปาโลรังสิต. คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี.*

นิชิต สระทองอยู่ (2562). *คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความ พึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟสายตะวันออก กรุงเทพฯ—ชลบุรี. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*

เบญชภา แจ้งเวชฉาย.(2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า *BTS* ใน กรุงเทพมหานคร.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุวรรณา เพียรมานะ.(2560). อิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไว้ใจ คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของ ลูกค้ำร้าน *JSK*.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปิ่นฉวีวัชร พัทธราวลัย.(2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความ ักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจในเขตกรุงเทพมหานคร.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุปวีณ์ บุญสมถาวร.(2563). คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย.(2563).เทสโก้โลดส์-บิ๊กซี ใครใหญ่กว่ากัน.สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2564 จาก

www.efinancethai.com/efinreview/efinreviewmain.aspx?release=y&namezer_202003191736