

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี
THE SERVICE QUALITY AFFECTING TO CUSTOMER'S SATISFACTION OF
MK SUKI RESTAURANT AT THE TANG HUA SENG DEPARTMENT STORE,
THONBURI BRANCH

ชรัญดา พรหมมา
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Charanda Promma

Email: Charandapr@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท และระดับการศึกษาปริญญาตรี ผลวิจัยยังพบว่า ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ และระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.443$, $S.D.=0.561$) และ ($\bar{X}= 4.365$, $S.D.= 0.723$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.773 แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้ร้อยละ 77.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้

ABSTRACT

This research was to study about the service quality affecting to customer's satisfaction of MK restaurant at the Tang Hua Seng department store, thonburi Branch. The purpose of this research mainly focuses on the service quality that affecting to customer's satisfaction of MK restaurant at the Tang Hua Seng department store, thonburi Branch. The researcher used the Simple Random Sampling of sample group were 400 people. A questionnaire was adopted to collect data and were analyzed using percentage, frequency, average, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results showed that most of the sample group were female, aged between 26 -30 years old, Graduated in the bachelor's degree, marital status and average income between 25,001 - 35,000 baht. In addition, it was found that service quality factors and satisfaction factors were at highest levels of their opinions (\bar{X} =4.443, S.D.=0.561) and (\bar{X} =4.365, S.D=0.723) respectively.

The result of hypothesis testing found that the quality service factors that affected the customer's satisfaction of MK restaurant at the Tang Hua Seng department store, thonburi branch with a statistical significance level at 0.05. R square of the model was found as 0.773 which showed that the quality service factors affected the customer's satisfaction of MK restaurant at the Tang Hua Seng department store, thonburi branch at 77.30 percent. The quality service factors that affected the customer's satisfaction of MK restaurant at Tang Hua Seng department store, thonburi branch included tangibility, assurance and empathy.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, MK restaurant.

บทนำ

สุกี้เป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ได้ว่ามีประโยชน์ต่อร่างกายและให้สารอาหารครบถ้วน ซึ่งร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ เป็นร้านอาหารที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นึกถึง เนื่องจากเป็นร้านอาหารแบบสุกี้อันดับต้นๆ ที่ประสบความสำเร็จ ที่ดำเนินธุรกิจและบริหารโดยบริษัท เอ็มเค เรสโตรองด์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีสโลแกนว่า “กินอะไร กินอะไร กินอะไร ไปกิน MK..” หรือ “ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น ช่วงเวลาแห่งความสุข” ร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ มีจำนวน 458 สาขา ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า โมเดิร์นเทรด และคอมมูนิตี้มอลล์ ได้แก่ บีคี่ เทสโก้ โลตัส โรบินสัน เดอะมอลล์ เป็นต้น มีกลุ่มเป้าหมายคือ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน คนทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี,2564)

สิ่งที่สำคัญในด้านของการบริการก็คือ การปรุงอาหารให้อร่อยและปลอดภัย ทุกชนิดต้องสด คุณภาพดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ การบริการต้องทำให้เกิดความประทับใจ การขายในราคาที่ไม่แพง การตั้งร้านในสถานที่ที่ไปมาสะดวก และการตกแต่งร้านให้สวยงามเข้ากับยุคสมัย (บทความพัฒนากิจ,2564)

ร้านเอ็ม เค สุกี้ตอบโจทย์ความต้องการของคนในสังคมปัจจุบัน แต่ด้วยในปี 2563 ถือเป็นปีที่ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับความลำบากจะเห็นว่าที่ผ่านมา ภาคอุตสาหกรรมต่างได้รับผลกระทบจากการค้าระหว่างประเทศ และค่าเงินบาทแข็ง ทำให้กำลังซื้อยังไม่กลับมา อีกทั้งในปีนี้ยังต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยไม่ต้องแข่งขันกับใคร ต้องแข่งกับตัวเอง ชูเรื่องคุณภาพการให้บริการ รวมถึงควบคุมต้นทุนอย่างรัดกุม และพัฒนาต่อยอดธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรมเพื่อรับรู้ถึงเป้าหมายให้มองไปในทิศทางเดียวกัน

ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็งเป็นห้างเก่าแก่ของคนไทยก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ.2505สาขาแรกที่ย่านบางลำพู และเมื่อพ.ศ.2534 ขยายสาขามาที่ย่านบางพลัด ธนบุรี ห้างสรรพสินค้านี้เติบโตเคียงข้างคนไทยมาทั้งหมด 59 ปี เหตุที่สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้จนถึงปัจจุบันถึงแม้ว่าจะมีเพียง 2 สาขา อีกทั้งคู่แข่งห้างสรรพสินค้าใหญ่ก็ก่อตัวมากขึ้น นั่นก็คือห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็งคงเอกลักษณ์ของตนเอง มีจุดเด่นคือ เป็นแหล่งจำหน่ายงานฝีมือซึ่งรวบรวมมาจากจังหวัดใกล้เคียง สร้างโซนพื้นที่ทำหัตถกรรมสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับงานฝีมือ พยายามดึงจุดแตกต่างนี้ให้เป็น Hobby Center ที่หาได้เฉพาะที่นี้เท่านั้น จากที่ห้างสรรพสินค้าดำเนินกิจการมาอย่างยาวนานรวมถึงเอกลักษณ์ของห้างจึงสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าประจำ โดย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นคือ กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็งมาอย่างยาวนาน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการที่บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด ขยายสาขาร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ มาเปิดที่ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีนั้นสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของห้างสรรพสินค้าธนบุรี คือ กลุ่มแม่บ้านและผู้สูงอายุ เป็นไปได้ว่าคนกลุ่มนี้จะสนใจในเรื่องของสุขภาพ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ซึ่งคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ มีการปรับตัวและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะทำให้สามารถนำผลวิจัยมาปรับปรุงพัฒนาการบริการของร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและมีการวางแผนกลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ ที่จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีเพิ่มมากขึ้นและมีการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้มาใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันจากความผิดพลาดที่อาจเกิดจากแบบสอบถามที่ไม่ถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่การดำเนินการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

4. ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

2. เพื่อให้สามารถนำผลของการวิจัยมาปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจในการบริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากร ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันโดยวิเคราะห์จากปัจจัย ซึ่งปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ(Sex) อายุ(Age) การศึกษา(Education) และรายได้(Income)

แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ

Lewis and Bloom (1983) อ้างใน รุ่งทิพย์ นิลพัท(2561) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (delivering service quality) จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) อ้างใน พนิดา เพชรรัตน์ (2556) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการโดยรวม เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวังของพวกเขาเกี่ยวกับคุณภาพบริการและการที่พวกเขาได้รับจริง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

Kotler (2000) อ้างใน ปณณวัชร พัทธราวัลย์ (2558) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งสมควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เรารับรู้ว่าจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้

บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2532 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจหลักคือ ร้านอาหารประเภท สุกียากี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีร้าน เอ็มเค สุกี้ อยู่ทั้งหมด 458 สาขาทั่วประเทศ (รวมร้าน เอ็มเค โกลด์ 5 สาขา และเอ็มเค โลฟ 4 สาขา)ร้านเอ็มเค สุกี้ เป็นร้านอาหารที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ โดยมีอาหารหลักเป็นอาหารประเภทสุกี้

ลักษณะของร้านเอ็มเค สุกี้ คือร้านของครอบครัว (Family Restaurant) โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ลูกค้าประเภทครอบครัว กลุ่มเพื่อน คนทำงานซึ่งมีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง โดยเน้นบรรยากาศสบายๆ ในร้าน เริ่มแรกของ MK นั้นเกิดที่สยามสแควร์เป็นร้านอาหารไทย หนึ่งคูหา ดำเนินกิจการโดยคุณทองคำ เมฆโตโดยซื้อกิจการมาจากคุณ MAKONG KING YEE(ชื่อย่อเป็น MK)

ยุคที่สองของ MK Restaurant ใน 2 ปีถัดมาก็คุณ สัมฤทธิ์ ได้ชักชวน ให้มาเปิดร้านสุกี้MK สาขาแรก ใน ห้างเซ็นทรัล ลาดพร้าว ซึ่งขณะนี้ได้เริ่มดำเนินการธุรกิจแผนใหม่มีการขยายสาขาขึ้นอย่างต่อเนื่อง 14 ปีหลังจากนั้นก็สามารขยายสาขาไปทั่วกรุงเทพและต่างจังหวัด ได้ประมาณ 153 สาขาโดยใช้หลักการบริการที่นำความพอใจมาสู่ลูกค้าเป็นแกนนำ การฝึกอบรมพนักงาน อย่างจริงจัง และถนอมน้ำใจของลูกค้าเป็นอย่างดี

ยุคที่สามของ MK Restaurant ปีพ.ศ.2539 ร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้นำการบริหารร้านอาหารแบบมืออาชีพเข้ามาจัดการในงานบริการ และคุณภาพอาหารการตลาด การออกแบบร้าน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ร้านอาหารเอ็มเค สามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว โดยเลือกสถานที่ที่สะดวกแก่ลูกค้า ทำให้มี 148 สาขาทั้งในกรุงเทพ และ ต่างจังหวัด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนิสา เฟ่งเซ่ง (2557) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้มากกว่า 10,000 - 20,000 บาทใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด การบริการเลือกใช้บริการที่ร้านมากที่สุด ชอบอาหารประเภทสุกี้ยากี้มากที่สุด นิยมใช้บริการในวันเสาร์มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้ง/เดือนมากที่สุด โดยจะใช้บริการในช่วงเวลาระหว่าง 18.01 น. - 20.00 น. โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบุคลากรรองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการและมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะภายนอก

เกอ ช่ง(2559) ศึกษาคุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาความคิดเห็นของคุณภาพการบริการโดยรวมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการให้ความเชื่อมั่นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พบว่า

ผู้บริโภคเห็นด้วยมาก ในเรื่องพนักงาน ของร้านอาหารไทยให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 คุณภาพการบริการโดยรวมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านความเอาใจใส่ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้บริโภคเห็นด้วยมาก ในเรื่อง ผู้บริโภคได้รับการทักทาย และรอยยิ้มแย้มแจ่มใสจากพนักงาน มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 คุณภาพการบริการโดยรวมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการตอบสนอง ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยมาก ในเรื่องพนักงานยินดีและเต็มใจที่จะแนะนำเมนูของร้านอาหารไทย มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบง่าย (Simple Random Sampling) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (percentage) และ ค่าความถี่ (frequency) กับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (mean: \bar{X}) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.) กับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจ

และการรู้จักผู้รับบริการ และความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis: MRA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาทและ ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.443$, S.D.=0.561) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก คือ ด้านการให้ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

(\bar{X} = 4.513, S.D.=0.572) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (\bar{X} =4.495, S.D.=0.556) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (\bar{X} =4.439, S.D.=0.656) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (\bar{X} =4.389, S.D.=0.621) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (\bar{X} =4.381, S.D.=0.645) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.365, S.D.= 0.723)

ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	Beta	t	sig
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.244	0.209	4.903	0.000*
2. ความน่าเชื่อถือ	-0.073	-0.058	-1.071	0.285
3. การตอบสนองต่อลูกค้า	0.091	0.070	1.304	0.193
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.207	0.185	3.320	0.001*
5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	0.583	0.529	9.523	0.000*
ค่าคงที่	-0.278		-1.891	0.059

$R=0.879$, $R^2=0.773$, $SEE=0.347$, $F=268.544$, $Sig =0.000$, $*P<0.05$

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($Beta=0.583$) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($Beta=0.244$) ด้านการให้ความเชื่อมั่นลูกค้า ($Beta=0.207$) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.773 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 77.30

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดและส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการที่คำนึงถึงความสะดวกสบายสำหรับผู้ใช้บริการทั้งทางด้านวัสดุอุปกรณ์ในการรับประทานอาหาร จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ สถานที่บริการที่สะอาดเป็นระเบียบ และการจัดจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงความสวยงามของสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปวีณ์ บุญสมการ (2563) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่มีพื้นที่ให้บริการมีความเหมาะสม สะอาดทันสมัยและสะดวกสบายและจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ

2. ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโดยผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในเรื่องความสามารถในการปรุงอาหารที่มีคุณภาพสม่ำเสมอมากที่สุด แต่ยังไม่สามารถส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี อาจเป็นเพราะผู้บริโภคราบถึงรสชาติอาหารดีอยู่แล้ว และรู้ว่าทางร้านเอ็ม เค สุกี้ ให้บริการที่ตรงต่อความต้องการอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ พกนนท์(2563) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการเอไอเอสพริวิเลจ แอปพลิเคชัน ของผู้ใช้บริการ เครือข่ายเอไอ เอสในกรุงเทพมหานครได้ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการเอไอเอส พริวิเลจ แอปพลิเคชันมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในระดับปานกลางหมายความว่า แอปพลิเคชันที่ใช้งาน ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงรายละเอียดที่แจ้งไว้ได้อย่างชัดเจนมีความน่าเชื่อถือ มีเงื่อนไขที่ระบุไว้อย่างละเอียด แต่ความพึงพอใจยังอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะสิทธิพิเศษที่แจ้งยังไม่ตรงใจ แม้ว่าจะมีรายละเอียดที่ชัดเจนก็ตาม

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ในระดับมากที่สุด แต่คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีไม่สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้จนเป็นที่น่าพอใจ อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการทราบถึงการบริการของพนักงานและการให้บริการที่ได้มาตรฐานที่ดีอยู่แล้ว เช่นเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานการให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับเบญชภา แจ้งเวชฉาย(2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานครพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าBTSในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยเรื่องที่ลูกค้าพึงพอใจน้อยที่สุดคือ เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารรถไฟฟ้าBTS มีเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด

ในด้านที่พนักงานมีความรู้ด้านการให้บริการเป็นอย่างดี ได้แก่ให้การบริการแก่ลูกค้าทันทีที่มาใช้บริการ มีการจัดลำดับการบริการตามคิว รับชำระค่าบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งสามารถส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับทฤษฎีของ พาราสุรามัน เซทแฮล์มและเบอร์รี่ (อังกใน,ธัญญารัตน์ บุญต่อ,2552) การวัดคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนอง ซึ่งทฤษฎี กล่าวไว้ว่า หากผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ ย่อมส่งผลต่อการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่าความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด เกิดจากการที่ร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ ฝึกฝนอบรมพนักงานให้พนักงานบริการด้วยถ้อยคำ กิริยาท่าทางที่สุภาพใจเย็นเป็นกันเอง พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุภา สายบัวทอง (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด เนื่องมาจากพนักงานมีความใส่ใจในการบริการ มีกิริยาจากที่สุภาพ บริการด้วยความรวดเร็ว สามารถสื่อสารได้ถูกต้อง และชัดเจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าโดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้นในข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือการจัดตกแต่งร้านที่สวยงามอยู่เสมอ ดังนั้นควรมีการคำนึงและปรับปรุงด้านความสวยงามทัศนียภาพมากขึ้น เพื่อสร้างความรู้สึกระบายใจตั้งแต่ครั้งแรกให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

2.ด้านความน่าเชื่อถือนั้นในข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการเสมอ ดังนั้นทางร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีควรที่จะให้ลูกค้าได้เขียนข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่าลูกค้ามีความต้องการอย่างไรและต้องการให้ทางร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ปรับปรุงในด้านใด เพื่อการให้บริการนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้นและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

3.ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าในข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานให้ความช่วยเหลือโดยไม่ต้องร้องขอ ดังนั้นร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีควรปรับปรุง ฝึกฝนและอบรมพนักงานให้มีความใส่ใจและสังเกตคอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการบริการให้กับลูกค้ามากขึ้น

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าในข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นใจเมื่อมาใช้บริการ ดังนั้นร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้สาขาห้างสรรพสินค้า ตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ควรบริการลูกค้าโดยใช้อารมณ์ทางบวกเข้าร่วม เช่น การดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้น ย้ำภาพลักษณ์แบรนด์ในเรื่องไปกินสุกี้ กินเอ็มเค ไปกับครอบครัวต้องเอ็มเค สุกี้ เป็นต้น

5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าในข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับบริการด้านต่างๆเมื่อใดดังนั้นร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ควรย้ำและอบรมพนักงานให้แจ้งกับลูกค้าอย่างชัดเจนอยู่เสมอ เช่นเมื่อต้องรออาหารควรแจ้งให้ลูกค้าทราบทุกครั้งว่าจะต้องรอเป็นระยะเวลาเท่าใด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาถึงปัจจัยของตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต้น อาทิ การรับรู้คุณค่าตราสินค้า (Perceived Brand Value) หรือการตระหนักถึงราคา (Price Consciousness) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อบริษัท เอ็ม เค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น ในการที่จะนำไปปรับปรุงด้านการบริการและด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กชกร เป้าสุวรรณและคณะ.(2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย . กรุงเทพฯ :สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.*
- เกอ ช่ง.(2559). *คุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ธัญญารัตน์ บุญต่อ.(2552).*ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- บทความพัฒนาใจ.(2564). *เปิดเคสลับ เอ็มเค สุกี้ ทำอย่างไรถึงได้ชนะใจลูกค้า. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564, <https://www.pattanakit.net/>*
- เบญชญา แจ่มเวชฉาย.(2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

- ปิ่นนวัชร พัทธราลัย. (2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคาร
เฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การ
ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พนิดา เพชรรัตน์.(2556).คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงาน
สรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท.(2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการ
ซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต .การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิกิพีเดีย.(2564). เอ็ม เค เรสโตรองด์ กรุ๊ป. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564, <https://th.wikipedia.org/>.
- วิไลวรรณ พพนนท์.(2558).การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการเอไอเอส
พรีวิเลจ แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร .สารนิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2538). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สุนิสา เฟ่งแข็ง.(2557).ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ ที่ห้างสรรพสินค้า
เดอะมอลล์ สาขาบางแค .สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุปวีณ์ บุญสมภาร.(2563). คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความ
พึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อนุภา สายบัวทอง. (2550). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหิน
รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ . สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.