

ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

PERSONNEL SATISFACTION AT REVENUE DEPARTMENT TOWARD

AREE COMMON SPACE @ RD

พรนัชชา มหาธนะกิติวงศ์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Pornnutcha Mahatanakitwong

E-mail: pornnutcha.maha@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุในการปฏิบัติงาน ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 341 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 341 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 มีสถานภาพโสด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 มีอายุในการปฏิบัติงาน 7 – 9 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, บุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่), ห้องอาหารสวัสดิการ

ABSTRACT

The research of personnel satisfaction at Revenue department toward Aree common space @ RD. The objective is to study personnel satisfaction at Revenue department toward Aree common space @ RD. The factors of research include Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical evidence. That are classified by Personal factors were including Sex, Age, Marital status, Occupation, Average monthly income, and Experience. The population used is Revenue department personnel. The samples used in this research amount of 341 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that Revenue department personnel respondents 341 peoples. Most are female 266 peoples representing 78.00%. Most aged 31-40 years old 176 peoples representing 51.60%. Most single 213 peoples representing 62.50%. Most government official 262 peoples representing 76.80%. Most are average income per month 20,001-30,000 baht 111 peoples representing 32.60%. Most are 7-9 years' experience 125 peoples representing 36.70%.

The results found that personnel satisfaction at Revenue department toward Aree common space @ RD overall is at a high level. Considering each side, then that side is the high level of Product, Price, People, Process and Physical evidence. The other side is medium level of Place and Promotion respectively.

Keyword: Satisfaction, Revenue department personnel, Aree common space @ RD

บทนำ

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเรื่องอาหารการกินที่เปลี่ยนไปไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการขายอาหารเท่านั้นที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านให้ดูน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารก็เปลี่ยนไปเช่นกัน ผู้ประกอบการขายอาหารควรทำความเข้าใจ และศึกษาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคเพื่อเอื้ออำนวยให้ร้านอาหารของตัวเอง โดยการใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างจุดแข็งให้ร้านอาหารและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เช่น การใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7P's ที่ประกอบไปด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้เกิดการใช้บริการ

ในการทำงานของบุคลากรภาครัฐ คือ การทำภาระงานให้เสร็จตามที่ได้รับมอบหมาย และสถานที่ทำงาน คือ สถานที่สำหรับการอำนวยความสะดวกในการทำงานของบุคลากรนั้น ทั้งนี้ บุคลากรคนหนึ่งที่ต้องอาศัยอยู่ในสถานที่ทำงานถึง 8 ชั่วโมงต่อวัน ก็จำเป็นต้องได้รับการอำนวยความสะดวกในปัจจุบันขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะเรื่องการเงิน ดังนั้น การพิจารณาจัดเตรียมอาหารสำหรับเป็นสวัสดิการ หรือการจัดให้มีสถานที่สำหรับซื้อขายอาหารสามารถที่จะเพิ่มคุณภาพชีวิตและผลลัพธ์การทำงานของบุคลากรนั้นได้

กรมสรรพากร เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกระทรวงการคลัง มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี การเสนอแนะ และการใช้นโยบายทางภาษีอากร เพื่อให้ได้ภาษีตามเป้าหมายอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เป็นกลไกในการการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม และเกิดความสนใจในการเสียภาษี ปัจจุบันกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) มีห้องอาหารสวัสดิการให้กับบุคลากร ภายใต้บรรยากาศที่เป็นเอกลัคนั้น พื้นที่มีความกว้างขวาง สะดวกสบาย โดยมีร้านอาหารจำนวน 12 ร้าน และมีโซน Co-Working Space สามารถใช้ประชุม และรับรองผู้มาใช้บริการ มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Free WiFi)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากร กรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้มาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของห้องอาหารสวัสดิการ กรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรที่ปฏิบัติงานที่กรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ให้ดีขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากร กรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ที่ใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุในการปฏิบัติงาน
2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ บุคลากรของกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ที่ปฏิบัติงานจริงในปี 2566 จำนวนทั้งสิ้น 2,295 คน ดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 341 คน

ขอบเขตด้านเวลา

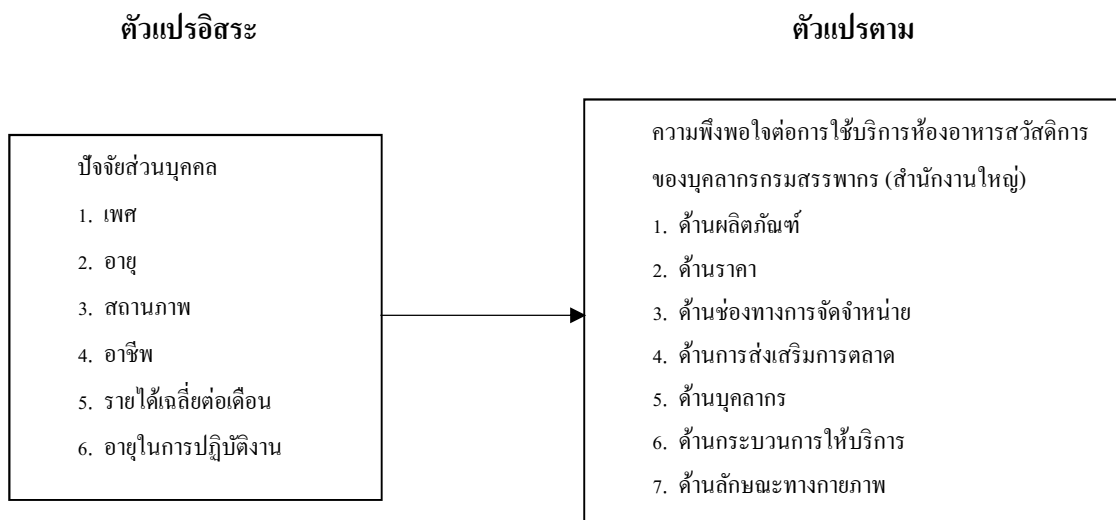
การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2566 - มีนาคม 2566

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงความพึงพอใจการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)
2. ข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ สามารถให้ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้บริหาร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง ข้อบกพร่อง การให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. สามารถนำผลการศึกษาจากการทำวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจจะศึกษาเรื่องความพึงพอใจการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ดังนี้



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังการบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง

อเดย์ และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson, 1975, p. 4) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ที่ให้บริการนั้นและประสบการณ์เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 80-81) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งองค์กรนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของธุรกิจการขายสินค้า มีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ด้าน หรือ 4Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่สำหรับธุรกิจบริการจะมีความแตกต่างจากธุรกิจการขายสินค้าเล็กน้อย คือ มีการให้ความสำคัญกับด้านพนักงานที่ทำหน้าที่ส่งมอบบริการ (People) ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) รวมถึงด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ซึ่งส่วนประสมทั้ง 3 ด้าน ที่เพิ่มขึ้นมาในธุรกิจบริการมักถูกพิจารณาว่าเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการจึงประกอบด้วย 7 ด้าน (7Ps) ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ลูกค้า
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจ ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ
5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า
6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในด้านการบริการ
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถจับต้องหรือรับรู้ได้

ข้อมูลพื้นฐานของกรมสรรพากร และข้อมูลห้องอาหารสวัสดิการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

กรมสรรพากรมีหน้าที่ตรวจตราคักเตือนเจ้าพนักงานผู้ปกครองท้องที่ในการตรวจเก็บภาษีอากร กระทำการ บัญชีและรวบรวมเงินผลประโยชน์แผ่นดิน จะรวมอยู่ในกระทรวงอันเสนาบดีมีหน้าที่ปกครอง ไม่เหมาะแก่ทางการ ควรมารวมขึ้นอยู่กระทรวงพระคลังมหาสมบัติอันเสนาบดีมีหน้าที่ดำริและบัญชาการเงิน เพื่อจะได้จัดการตรวจตราและ จัดการให้เป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น

ห้องอาหารสวัสดิการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) หรือ AREE COMMON SPACE@RD เปิดให้บริการ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ประกอบด้วยร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 12 ร้าน แบ่งเป็น ร้านขายอาหารจำนวน 11 ร้าน และร้านขายเครื่องดื่มจำนวน 1 ร้าน มีโซน Co-Working Space ที่สามารถใช้เป็นที่ประชุม โดยมีบริการอินเทอร์เน็ต ไร้สาย (Free WiFi) ซึ่งห้องอาหารสวัสดิการ กรมสรรพากร เปิดให้บริการ ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 06.00 – 14.00 น.

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญธิกา แก้วศิริ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในระดับมากทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

เดือนเพชร วิชชุลดา (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ ร้านกาแฟ อินทนิล ในสถานบริการน้ำมันบางจากของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟอินทนิล พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

กฤติกา สังคจิตต์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะ มอลล์ ท่าพระ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 18 ปี สถานภาพโสด การศึกษามัธยมต้น/ ปลาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัย ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

บริษัท ภูษทลบุตร (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารค้ำปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ที่ 10,001-20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ จากการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านอาหารค้ำปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ที่กรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 2,295 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2566)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่าจำนวน 341 คน จึงเก็บกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ที่จำนวน 341 คน จากประชากรทั้งหมด 2,295 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และอายุการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้มาตราวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2 และน้อยที่สุด = 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.05 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อที่จะสามารถอธิบายชี้แจงข้อสงสัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจการวิจัยครั้งนี้ โดยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และทำการนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรของกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 341 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 และเพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ 20 – 30 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90, 41 – 50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40, 51 – 60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80, ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และหย่าร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 รองลงมาคือ ลูกจ้าง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 พนักงานราชการ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60, 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00, 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุในการปฏิบัติงาน 7 – 9 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมาคือ 4 – 6 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90, 1 – 3 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80, 10 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90, และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 341 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 มีสถานภาพโสด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 มีอายุในการปฏิบัติงาน 7 – 9 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70

ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของภาชนะ ความสะอาดของอาหาร ความเป็นมาตรฐานของอาหารและเครื่องดื่ม ความสดใหม่ของอาหาร เครื่องปรุงมีความสะอาด มีช้อนกลาง และที่ปิดกันเศษฝุ่น / แมลง คุณค่าของอาหารที่ได้รับ ความหลากหลายของอาหาร และรสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิกา แก้วศิริ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้

ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพวัตถุดิบอาหาร มีการกำหนดราคากลาง ไม่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเกินราคาที่กำหนด อาหารและเครื่องดื่มมีหลากหลายราคา อาหารและเครื่องดื่มมีราคาต่ำกว่าร้านอาหารภายนอก และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณอาหารที่ได้รับ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนเพชร วิชชุคดา (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ ร้านกาแฟอินทนิล ในสถานีบริการน้ำมันบางจากของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟอินทนิล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ อาหารและเครื่องดื่มมีจำหน่ายเพียงพอ การซื้ออาหารและเครื่องดื่มมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก และร้านค้ามีความหลายหลายและเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย คือ บริการสั่งอาหารผ่านโทรศัพท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติกา สังคจิตต์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 18 ปี สถานภาพโสด การศึกษามัธยมต้น/ปลาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ แสดงรายการอาหาร เครื่องดื่ม และราคาได้ชัดเจน สามารถเปลี่ยนอาหารและเครื่องดื่มได้ทันที เมื่อได้รับอาหาร เครื่องดื่มไม่ถูกต้อง มีป้ายชื่อร้านชัดเจน และการให้คำแนะนำและเชิญชวนในการซื้ออาหาร ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับน้อย คือ มีการจัดกิจกรรมโปรโมชันลดราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดือนเพชร วิชชุดา (2560) ได้ศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ ร้านกาแฟอินทนิล ในสถานบริการน้ำมันบางจากของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟอินทนิล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน ราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านการ ส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านบุคลากร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สวมผ้าปิดปาก ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และใช้อุปกรณ์หรือสวมถุงมือขณะปรุง ตักอาหาร มีความซื่อสัตย์ในการรับชำระเงินหรือทอนเงิน ลูกค้า มีความกระตือรือร้น คล่องตัว ในการให้บริการ การตอบข้อซักถามเกี่ยวกับอาหารได้อย่างถูกต้อง มีความยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ และการแต่งกายสะอาด สุภาพ ถูกสุขลักษณะ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริภัทร กุณทลบุตร (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ที่ 10,001-20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($X=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัด จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ และด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ จากการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านค้าปลีกประเภท ร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านกระบวนการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีความถูกต้อง ในการส่งมอบอาหาร มีการจัดระเบียบคิวได้อย่างถูกต้อง การรับชำระเงิน / ทอนเงิน รวดเร็ว ถูกต้อง การให้บริการรวดเร็ว ไม่ ยุ่งยาก ชับช้อน และรับคำสั่งรายการอาหารและเครื่องดื่ม ได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติกา สังคจิตต์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ผล การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 18 ปี สถานภาพโสด การศึกษามัธยมต้น/ปลาย รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ใน

ระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีการตกแต่งห้องอาหาร ร้านค้า สะอาด สวยงาม สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ไม่แออัด มีความสะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ ห้องอาหารที่อากาศถ่ายเทสะดวก มีการจัดแบ่งจำนวนร้านอาหารและร้านจำหน่ายเครื่องดื่มเหมาะสม บรรยากาศภายในห้องอาหารมีความเรียบร้อย มีป้ายแสดงจุดจำหน่ายคุปองชัดเจน ภายในห้องอาหารมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ที่ตั้งห้องอาหารมีความเหมาะสมพบเห็นได้ง่าย ร้านค้ามีผู้ครอบอาหาร หรือสิ่งปกปิดอาหารและเครื่องดื่ม มีน้ำร้อนสำหรับลูกค้าทำความสะอาดช้อน ส้อม และมีจุดสำหรับเก็บภาชนะเมื่อรับประทานอาหารเสร็จ และความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริภัทร คุณทลบุตร (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ที่ 10,001-20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($X=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ จากการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านค้าปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการของบุคลากรกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ควรให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อรสชาติอาหารของร้านเพื่อนำไปปรับปรุงให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ได้ สำหรับความหลากหลายของอาหารและคุณค่าของอาหารที่ได้รับ ควรคัดสรรวัตถุดิบที่ดี มีคุณค่าครบโภชนา มาใช้ปรุงอาหารอยู่เสมอ และคิดเมนูใหม่ ๆ หรือ เมนูประจำวันให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้อย่างหลากหลายมากขึ้น

2. ด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความเหมาะสมของราคา ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบในเรื่องการกำหนดราคาขายของปริมาณอาหารให้อย่างเหมาะสม, อาหารและเครื่องดื่มมีหลากหลายราคา ควรจัดรายการอาหารและเครื่องดื่มให้หลากหลายราคา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริการส่งอาหารผ่านโทรศัพท์ ทางร้านควรมีช่องทางบริการรับคำสั่งซื้ออาหารผ่านโทรศัพท์ หรือ โอนไลน์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการรออาหารของลูกค้าให้มากขึ้น, ร้านค้ามีความหลากหลายและเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ควรสำรวจความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับประเภทของอาหารที่ลูกค้าต้องการ และเพิ่มร้านค้าอาหารใหม่ ๆ เข้ามาให้ลูกค้าได้เลือกซื้ออาหารมากขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีการจัดกิจกรรมโปรโมชันลดราคา ควรมีการจัดกิจกรรมโปรโมชัน อาทิเช่น จัดโปรโมชันลดราคาจำกัดเวลา มีโปรโมชันส่วนลดเนื่องในโอกาสพิเศษ เป็นต้น, การให้คำแนะนำและเชิญชวนในการซื้ออาหาร ควรจัดทำโบรชัวร์ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบตำแหน่งร้าน รายการอาหารและเครื่องดื่ม และ โปรโมชันของร้าน

5. ด้านบุคลากร

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การแต่งกายสะอาด ควรกำหนดความเป็นมาตรฐานในการแต่งกายให้มีความเหมาะสม, มีความยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ ควรจัดอบรมหรือกิจกรรมให้ผู้ชายได้มีความรู้ในการบริการ, การตอบข้อซักถามเกี่ยวกับอาหาร ได้อย่างถูกต้อง ควรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องของวัตถุดิบในการปรุงอาหารให้มากขึ้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ รับคำสั่งรายการอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างถูกต้อง ควรมีกระด้ายให้จตุรายการอาหาร และเรียงลำดับคิวให้เป็นระเบียบ เพื่อป้องกันการสับสนและความผิดพลาดของผู้ขาย, การให้บริการรวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้ขายควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการกับลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร ควรมีการตรวจสอบความสะอาดของภาชนะทุกครั้ง ก่อนนำมาให้บริการลูกค้า, มีน้ำร้อนสำหรับลวกทำความสะอาดช้อน ส้อม ควรจัดจุดน้ำร้อนที่มีอุณหภูมิ 80-90 องศา เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำช้อน ส้อมมาลวกน้ำร้อนเพื่อฆ่าเชื้อโรค และมีจุดสำหรับเก็บภาชนะเมื่อรับประทานอาหารเสร็จ ควรจัดทำป้ายจุดเก็บภาชนะให้ชัดเจน สามารถมองเห็นได้ง่าย, ที่ตั้งห้องอาหารมีความเหมาะสมพบเห็นได้ง่าย สะดวกในการเดินทาง ควรจัดทำป้ายบอกทางในการมาใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ซึ่งอาจเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการในด้านอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่ผู้ประกอบการขายอาหารและผู้บริหารสามารถปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการขายอาหาร และผู้บริหารสามารถปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2563). *ประวัติการจัดตั้งและแบ่งส่วนราชการกรมสรรพากร*. ค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566 จาก <https://rd.go.th/327.html>
 กฤติกา สังคจิตต์ (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ*.
 วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยสยาม.

เดือนเพชร วิชชุตา (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟร้านกาแฟอินทนิล ใน
 สถานีบริการน้ำมันบางจากของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บริภัทร คุณชลบุตร (2562). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกประเภทร้านอาหารของกลุ่มเซ็นทรัลในเขต
 กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร. พัฒนาศึกษา

อัญธิกา แก้วศิริ (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของ
 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

Aday,L.A.,& Anderson, R. (1975). *Access to medical care*. Ann Arbor Michigan: Health Administration Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics; An Introductory Analysis (3rd ed.)*. New York : Harper and Row.