

คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น  
ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา  
THE SERVICE QUALITY OF SEVEN-ELEVEN STORE THAT AFFECTS THE  
SATISFACTION OF THE EMPLOYEES OF MEDICAL DEVELOPMENT CLINIC

สุปวีณ์ บุญสมภาร

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Supavee Boonsomparn

E-mail: 6114993300@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา จำนวน 160 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลวิจัยศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และผลการวิจัยยังพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการให้บริการของการบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D.=0.88) ส่วนระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D.=0.75)

ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา พบว่า คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ร้อยละ 86.3 ( $R^2 = 0.863$ )

**คำสำคัญ:** คุณภาพการให้บริการ ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ความพึงพอใจ

## ABSTRACT

This research is studied about the service quality of seven-eleven store that affects the satisfaction of employees in the Medical Development Clinic. The purpose of this research mainly focuses on the service quality of seven-eleven store that affects the satisfaction of employees in the Medical Development Clinic. The researcher used the Simple Random Sampling and Questionnaires methods to consider the satisfaction of sample group on seven - eleven store around 160 people. Thus, the statistic of questionnaires showed the result following percentage, frequency, average, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results showed that most of the employee is women age around 20 - 30 years graduated the bachelor's degree and salary between 20,001 - 30,000 baht. In addition, it was found that service quality factors and satisfaction factors were at high levels of their opinions ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D.=0.88) and ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D.=0.75)

The result of hypothesis testing found that the service quality in service, reliability, customer response, and the relationship between customers and seller affect the satisfaction of employees significantly at 0.05. Thus, the dependent variable was the satisfaction of employees in the Medical Development Clinic at 86.3 percent ( $R^2 = 0.863$ )

**Keywords :** service quality; seven-eleven store; satisfaction

## บทนำ

ร้านสะดวกซื้อ เป็นร้านค้าปลีกมีพื้นที่ขายตั้งแต่ 40 ตารางเมตรขึ้นไป จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ราคาจำหน่ายตามราคาตลาด ส่วนใหญ่ตั้งในแหล่งชุมชน เน้นการบริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ผู้ประกอบการสำคัญ ได้แก่ 7-Eleven และ FamilyMart เป็นต้น ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดและเพิ่มขึ้นในอัตราสูงสุด รวมถึงสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมได้มากที่สุด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทอื่น ผู้ประกอบการรายสำคัญคือ 7-Eleven และ Family Mart แล้ว ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาขยายการลงทุนในธุรกิจนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการไทยจากกิจการค้าปลีกอื่นๆ เช่น Lotus Express, Mini Big C และ Top Daily ซึ่งมีทั้งการลงทุนร้านค้าอิสระ (Stand alone) และร้านค้าในพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับกำลังซื้อของคนเดินทางและชุมชนโดยรอบ เช่น Lotus Express ในสถานีบริการน้ำมัน Esso และ Mini Big C ในสถานีบริการน้ำมันบางจาก จำนวนร้านสะดวกซื้อที่เป็น Chain store ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปี

2561 มีสาขาทั้งสิ้น 15,694 แห่งทั่วประเทศ เพิ่มจาก 14,552 แห่งในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้น 7.8% เป็นการขยายการลงทุนจากทุกแบรนด์นำโดย 7-Eleven เพิ่มขึ้น 720 สาขา (7.0%)

ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ที่ดำเนินกิจการและบริหารโดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่มีสโลแกนคั่นทูล่า "ทิวเมื่อไหร่ก็แวะมา" เป็นกิจการค้าปลีกในลักษณะร้านอิมสะดวก ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค การให้บริการต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ด้วยเพราะเป็นเครือร้านสะดวกซื้อที่แพร่หลายที่สุดในไทย จึงพบร้านสะดวกซื้ออย่าง เซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ตามโครงการคอนโด หลายหลายแห่งหลายหลายแบรนด์ โดยเฉพาะโครงการที่มีจำนวนยูนิตไม่ต่ำกว่า 400 ห้องขึ้นไป หรือเป็นโครงการอื่น ๆ เช่น โรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อสร้างจุดเด่นให้เป็นที่จดจำ และตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ร้านขายสินค้าทั่ว ๆ ไปเท่านั้น ปัจจุบันต้องอาศัยความเข้าใจและใส่ใจในตัวผู้บริโภคเป็นอย่างมาก แปรนตร์ต่าง ๆ จึงได้พยายามศึกษาและหาวิธีการในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุดและได้ทันต่อเหตุการณ์สถานการณ์ในปัจจุบัน เห็นได้จากการขยายไลน์สินค้าและบริการแปลกๆ ใหม่ๆ สอดแทรกขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา เช่น อาหารพร้อมทาน มีมูมกาแฟสด มีการจัดโซนพื้นที่ให้ลูกค้าได้มาพบปะสังสรรค์ ซึ่งทั้งหมดทั้งหมดนี้ก็เพียงเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงหรือที่ ศัพท์ทางการตลาด เรียกว่า เอ็มพาตี (Empathy) ในการเข้าถึงความรู้สึกที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของโอกาสการเติบโตของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นภายในคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา จึงสนใจศึกษาปัจจัยของคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการประเมิน ปรับปรุงและพัฒนาการบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นรวมถึงการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าผู้เข้ารับบริการให้มากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

### สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาฝ่ายบริหารขึ้นตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการ จำนวน 250 คน คำนวณตามสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง 152 คน เนื่องจากป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 160 คน เพื่อสะดวกต่อการวิเคราะห์และประเมินผล

2. ด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Service Quality)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

3. ด้านพื้นที่การดำเนินการทำการวิจัยครั้งนี้ คือ คลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา กรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตระยะเวลาดำเนินการทำการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ถึงเดือนมกราคม 2564

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นภายในคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา กรุงเทพมหานคร

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ

ปิยัญฐ จันท์เกิด (2560) ให้ความหมายเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมของการบริการที่เหมาะสมกับความคาดหวังหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการซึ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) อ้างใน สุวรรณ เพียรมานะ (2560) การสร้างมิติแห่งการบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการของเรานั้นดีพอที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากต้นทุนที่ได้ใช้จ่ายออกไป เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว ซึ่งได้กำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่

1. สิ่งสัมผัสได้และสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangible) เช่น การมีที่จอดรถที่เพียงพอ การมีที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้า การมีห้องน้ำที่สะอาด
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เช่น ทุกกิจกรรมเป็นไปอย่างถูกต้องและตรงกันกับวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นในเวลาที่เหมาะสม
3. การตอบสนอง (Responsiveness) ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน รวมถึงให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการอย่างรวดเร็วที่สุด
4. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) เป็นการสร้างความมั่นใจว่าพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า นั้น เป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือได้
5. การเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) ต้องเข้าใจถึงปัญหา ความต้องการและการแก้ไข ปัญหาตามความต้องการที่แตกต่างกันไป และจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

#### แนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

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

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยมหรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ สิ่งที่บุคคลได้รับนั้นเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ตรงจุดประสงค์ ตรงความต้องการ ตรงความคาดหวัง หรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ หากมองมุมมองของการ

บริการ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็วตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการมีความสะดวก สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รู้สึกถึงความปลอดภัย จนผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ได้รับในการบริการนั้นทำให้เกิดความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องเสียไป

### ข้อมูลเกี่ยวกับร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น

เซเว่นอีเลฟเว่น (อังกฤษ: 7-Eleven) เป็นแฟรนไชส์ของร้านสะดวกซื้อ จำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน มีสาขาอยู่ทั่วโลก เซเว่นอีเลฟเว่น ถือกำเนิดขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2470 โดย บริษัท เซาท์แลนด์ โอช จำกัด (เซาท์แลนด์ คอร์ปอเรชั่น) เริ่มต้นกิจการผลิต และจัดจำหน่ายน้ำแข็ง ที่เมืองดัลลัส รัฐเท็กซัส สหรัฐ ในปีเดียวกัน ทางบริษัทฯ ได้นำสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ มาจำหน่าย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า จึงเปลี่ยนชื่อเป็น Tote'm Store ต่อมาในปี พ.ศ. 2489 ได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้ง เป็น เซเว่น-อีเลฟเว่น (7-Eleven) เพื่อรองรับการขยายกิจการนี้ ซึ่งในระยะแรก เปิดให้บริการ ตั้งแต่เวลา 07.00-23.00 น. หรือ 07:00 AM.-11:00 PM. ของทุกวัน อันเป็นที่มาของชื่อ เซเว่น อีเลฟเว่น ในช่วงปลายคริสต์ทศวรรษที่ 1980 บริษัทเริ่มประสบปัญหาทางการเงิน และได้รับความช่วยเหลือจากอีโต-โยคะโดซึ่งเป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์รายใหญ่ที่สุด บริษัทญี่ปุ่นมีอำนาจควบคุมบริษัทในปี พ.ศ. 2534 และในปี พ.ศ. 2548 อีโต-โยคะโดก่อตั้งบริษัท เซเว่น แอนด์ ไอ โฮลดิ้งส์และเซเว่น-อีเลฟเว่นก็กลายเป็นบริษัทลูกของเซเว่น แอนด์ ไอ โฮลดิ้งส์ตั้งแต่นั้นมา

ในปัจจุบันร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย มีจำนวนประมาณ 8,000 สาขา เฉพาะในกรุงเทพมหานครมีมากกว่า 500 สาขา รองลงมาคือชลบุรี มีมากกว่า 200 สาขา ซึ่งไทยมีสาขามากเป็นอันดับ 3 รองจากญี่ปุ่นและไต้หวันตามลำดับ นอกจากนี้ ยังถือเป็นร้านค้าปลีกที่มีเครือข่ายมากที่สุด โดยมียอดขายเฉลี่ย 65,019 บาท ต่อวันต่อสาขา

### ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

ประวัติความเป็นมาของคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาเป็นคลินิกขนาดใหญ่ตั้งอยู่บนถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงวังทองหลาง อันเป็นศูนย์รวมแพทย์ ทันตแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญในการวินิจฉัย บำบัดและป้องกันโรค โดยดูแลรักษาโรคทั่วไป และเฉพาะทางทุกสาขา ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ในลักษณะผู้ป่วยนอก รวมทั้งการผ่าตัดที่ผู้ป่วยสามารถกลับบ้านได้ในวันเดียวกัน ไม่มีบริการรับผู้ป่วยค้างคืน มีระบบเบิกจ่ายตรง ค่ารักษาพยาบาล เน้นระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยไม่มุ่งกำไร ดำเนินงานตามแนวพระราชดำริ 3 ประสาน คือ บ้าน วัด และโรงเรียน มีคำย่อว่า “บวร” ในมิติของการสร้างเสริมสุขภาพชุมชน อันจะยังประโยชน์ เพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโครงการส่วนพระองค์จาก แนวพระราชดำริ เป็น “ศูนย์แพทย์พัฒนา” เกิดขึ้นจากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่ทรงห่วงใยประชาราษฎร์ และทรงมุ่งหวังให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม พระราชทานทุนทรัพย์ส่วนพระองค์ จัดตั้งเป็นบริษัท บ้านบึงเวชกิจ จำกัด จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2534 พร้อมทั้งก่อสร้างอาคาร 4 ชั้น เป็นที่ทำการของสถานพยาบาล บนพื้นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ ประมาณ 10 ไร่ และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม พระราชทานเครื่องมือแพทย์ จัดเป็นสถานพยาบาลที่ไม่มีผู้ป่วยค้างคืน (คลินิก) พระราชทานนามว่า “ศูนย์แพทย์พัฒนา” (Medical Development Clinic) และพระราชทาน “รูปกากบาทสามมิติ” ให้เป็นสัญลักษณ์

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการที่เข้ารับบริการจากโรงพยาบาลตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 350 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สันเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพด้านการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ รองลงมาคือ คุณภาพให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ ซึ่งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจทุกด้านมีระดับความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก

สุวรรณ เพ็ชรมานะ (2560) ศึกษาอิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีสำรวจ โดยประชากรในการวิจัย คือกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อ “โซ้คั่วฝากระป๋องรยนต์” ทางอินเทอร์เน็ตจากร้าน JSK จำนวน 120 คน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุดตามด้วยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับความไว้วางใจที่มีต่อร้าน JSK ลูกค้ามีระดับความไว้วางใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ตามด้วยด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า และการบอกต่อ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดและคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาฝ่ายบริหารขึ้นตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการ จำนวน 160 คน คำนวณตามสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 หรือคิดเป็น 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 154 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน จึงใช้จำนวน 160 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ใช้แบบสอบถามปลายปิด มีตัวเลือกคำตอบได้เลือกตอบ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
  1. ค่าร้อยละและค่าแสดงความถี่วิเคราะห์ตัวแปร ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
  2. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ตัวแปร คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพการให้บริการของการบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D.=0.88) ซึ่งคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้านมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D.=0.81) ด้านความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D.=0.83) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D.=0.81) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D.=1.02) และด้านการตอบสนองลูกค้า ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D.=0.92)

ผลการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D.=0.75) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของร้าน ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D.=0.83) รองลงมา คือ ร้านมีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D.=0.75), พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D.=0.84), พนักงานพูดจาสุภาพ อธิบายดี แต่งกายสุภาพ สะอาดวางตัวเรียบร้อย ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D.=0.88) และพนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D.=1.09)

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา สรุปได้ดังนี้

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	Beta	t	sig
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $X_1$ )	0.133	0.143	2.823	0.005*
2. ความน่าเชื่อถือ ( $X_2$ )	-0.155	-0.170	-2.398	0.018*
3. การตอบสนองลูกค้า ( $X_3$ )	0.387	0.469	4.893	0.000*
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $X_4$ )	-0.012	-0.133	-0.177	0.860
5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ( $X_5$ )	0.392	0.526	6.275	0.000*
<b>ค่าคงที่</b>	<b>1.098</b>		<b>7.923</b>	<b>0.000*</b>

$R=0.929$ ,  $R^2=0.863$ ,  $SEE=0.286$ ,  $F=193.574$ ,  $sig=0.000^*$ ,  $P<0.05$

วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณา ค่า Sig ระดับ 0.000 พบว่าด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Beta = 0.392), ด้านการตอบสนองลูกค้า (Beta = 0.387), ด้านความน่าเชื่อถือ (Beta = -0.170) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Beta = 0.143) ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.863 และอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 86.3

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอภิปรายได้ดังนี้

ผลการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา พบว่า เรื่อง คุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตานันท์ กวนชัยภูมิ, เทพนิมิตร สุริยะ, (2561) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 333 คน ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันพบว่าบริการของห้องสมุดที่นักศึกษาใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีคุณภาพมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมา คือ การรับรู้บริการ และระดับความสำคัญของการบริการตามลำดับ ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษาระดับปริญญาโท ส่งผลต่อความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการ และปัจจัยด้านบุคคลส่งผลต่อระดับความสำคัญของการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ในระดับมากและส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมีพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม, สะอาดทันสมัยและสะดวกสบายและจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ ดังนั้นผู้รับบริการจึงให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณวัชร พ็ชรราวลัย, (2558) ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจในเขตกรุงเทพมหานครโดยแจกกับประชาชนทั่วไปผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการ

ด้านความน่าเชื่อถือ พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ในระดับมากและส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัย เป็นเพราะร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ในความน่าเชื่อถือ มีการบริการอย่างถูกต้องครบถ้วนตามรายการ ละเอียดยรอบคอบเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในขณะที่ให้บริการและมีการให้บริการอย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ ทำให้พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาเข้ารับบริการคาดหวังในการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจภา แจ้งเวชฉาย,



(2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ในระดับมากและส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยการเข้ารับบริการของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาคาดหวังการบริการอย่างสุภาพ รวดเร็ว เต็มใจพร้อมในการให้บริการทันทั่วทั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพียรมานะ, (2560) ศึกษาอิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ในระดับมาก แต่คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเป็นเพราะพนักงานร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นไม่สามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการได้จนเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งความมั่นใจ คือ ความรู้ความเข้าใจตัวสินค้าและบริการแนะนำการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และมีทักษะเหมาะสมกับตำแหน่งงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพียรมานะ, (2560) ศึกษาอิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ในระดับมากและส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเพราะพนักงานสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมีความใส่ใจในการให้บริการ เข้าใจลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาใช้บริการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคเท่าเทียมจนเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญชภา แจ่มเวชฉาย, (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS

ผลการวิจัยความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา พบว่าโดยภาพรวมความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ พึงพอใจกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของร้าน รองลงมา ได้แก่ ร้านมีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและปลอดภัย, พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง พนักงานพูดจาสุภาพ อธิบายดี แต่งกายสุภาพ สะอาดวางตัวเรียบร้อย และพนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ชัดแจ้งกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท, (2561) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด รองมาคือความพึงพอใจด้านความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยสำหรับการนำไปใช้

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาอยู่ในระดับมาก แต่คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน และความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนายังมีเรื่องที่ต้องปรับปรุง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการนั้นในข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ดังนั้นควรมีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นให้เพียงพอต่อการรองรับผู้มารับบริการ เพื่อการให้บริการนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการนั้นในข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานให้บริการมีความน่าเชื่อถือและให้บริการอย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ ดังนั้นทางร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ควรมีการปรับปรุงเพิ่มการอบรมเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการปฏิบัติงานด้านบริการอย่างเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้นในข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว ดังนั้นทางร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาควรปรับปรุงการให้บริการควรบริการอย่างสุภาพ มีความรวดเร็วในการให้บริการต่อผู้รับบริการ และความกระตือรือร้นในการให้บริการ

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าในข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานมีทักษะเหมาะสมกับตำแหน่งงาน ดังนั้นทางร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาควรปรับปรุงการจัดการกำลังคนให้เหมาะสมกับงานนั้น สามารถทำได้หลากหลายวิธีการ เช่น การสรรหา และคัดเลือกบุคลากร การโยกย้ายตำแหน่ง และการเลื่อนตำแหน่งให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนาของฝ่ายบริหารขึ้นตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการเท่านั้น ควรขยายขอบเขตของกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมพื้นที่ที่อยู่ในคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา กรุงเทพมหานคร

2. การศึกษาคุณภาพการให้บริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา เพื่อให้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นควรเพิ่มการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่ง ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม

## เอกสารอ้างอิง

- คลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา. (2562). *ประวัติความเป็นมาคลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา* ค้นหาเมื่อ 19 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.md-center.org/about/history/>
- นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่*. ค้นหาเมื่อ 19 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry>
- นิธิศ สระทองอยู่. (2562). *คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟสายตะวันออก กรุงเทพฯ-ชลบุรี. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). (2561). *ประวัติความเป็นมา* ค้นหาเมื่อ 19 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.cpall.co.th/about-us/about-cp-all/history>
- จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ, เทพนมิตร สุริยะ. (2561). *คุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารสำนักหอสมุด, มหาวิทยาลัยทักษิณ.*
- เบญชภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). *คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐแนวใหม่, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.*
- ปิ่นณวัชร พืชราวลัย. (2558). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- สุวรรณา เพ็ชรมานะ. (2560). *อิทธิพลของ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- Condonewb. (2563). *ถอดรหัส ความสำเร็จร้านสะดวกซื้อในไทย สู่ทิศทางอนาคตใหม่ในยุค New Normal*. ค้นหาเมื่อ 17 มกราคม 2564, จาก <https://www.condonewb.com/insight/>