

คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการ
ร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

SERVICE QUALITY AFFECTS SATISFACTION OF CONSUMERS OF INSIDE
RESTAURANT SERVICE GOVERNMENT CENTER LAMPANG PROVINCE

หนึ่งฤทัย ไชงอก¹

Nuengruthai Jaingok

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง 3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

โดยผู้วิจัยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปางจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามแบบออนไลน์และกระจายแบบสอบถามผ่านทางช่องทางสังคมออนไลน์ คือ Facebook และ Line สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบความสัมพันธ์ คือ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ (\bar{X} =2.712) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง มากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ (\bar{X} =2.709) ด้านความเป็นรูปธรรม (\bar{X} =2.706) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (\bar{X} =2.673) และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง น้อยที่สุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น (\bar{X} =2.651) ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า “คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1.To study the quality of restaurant service in the government center Lampang Province 2. To study the satisfaction of consumers in using restaurant services in the government center Lampang Province 3. To study the quality of service affecting the satisfaction of consumers in using the service restaurant inside Lampang Government Center

The researcher studied from a sample group of consumers who used to use restaurants in Lampang Provincial Government Center. The sample group of the research consisted of 400 consumers who used to use restaurants in Lampang Provincial Government Center. The researcher conducted a questionnaire. Online and distributed questionnaires via Social media channels are Facebook and Line. Statistics used for data analysis are word mean, standard deviation. And the statistic to test the relationship is Multiple Regression Analysis.

The results showed that service quality Demand response aspect (\bar{X} =2.712) had the most effect on consumer satisfaction in using restaurant services in Lampang Provincial Government Center, followed by credibility (\bar{X} =2.709), reliability (\bar{X} =2.709), concrete (\bar{X} =2.706), compassion (\bar{X} =2.873) and affecting consumer satisfaction in using restaurant services in Lampang Provincial Government Center. The least is in terms of confidence (\bar{X} = 2.651), which the research results concluded that “Service quality affects Consumer satisfaction in using restaurant services in Lampang Provincial Government Center” with a statistical significance of 0.05

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหาร ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีร้านค้าที่หลากหลายและมากมายที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากครอบครัวใหญ่ ขยายสู่ครอบครัวเดี่ยว ทำให้ครอบครัวมีขนาดเล็กลงอีกทั้งสามีภรรยาต่างทำงานนอกบ้าน รวมทั้งที่พักอาศัยไม่เหมาะสำหรับการปรุงอาหาร มีชีวิตการทำงานที่รีบเร่งต้องการความสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้มีร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหารริมทาง คาเฟ่ เพิ่มขึ้นมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ร้านอาหารยังเป็นธุรกิจดาวรุ่งมาตลอดไม่ว่าจะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจขาขึ้นหรือขาลง

ก็ตามส่วนหนึ่งเพราะอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตประจำวัน ซึ่งสังคมเมืองปัจจุบันที่ผู้คนต้องรีบเร่งออกไปทำงานนอกบ้านตั้งแต่เช้านั้นค่า ไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง และอยู่กับในลักษณะครอบครัวเดี่ยวจึงมีความจำเป็นต้องพึ่งพาร้านอาหารใหญ่น้อยทั้งหลาย รวมถึงบรรดาอาหารที่สำเร็จรูปและอาหารแช่แข็งต่าง ๆ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงทั้งในประเทศและในต่างประเทศด้วยปัจจัยเหล่านี้ จึงทำให้ธุรกิจอาหารได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งหน้าใหม่และหน้าเก่าบริษัทใหญ่ ๆ อย่างเครือเจริญโภคภัณฑ์ก็เข้ามาทำธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งค่ายเบียร์สิงห์ ก็เช่นกัน โดยเปิดร้านอาหาร “พาคาต้า” (Pacata) ที่มีสาขาทั้งในไทยและต่างประเทศและบริษัทเซ็นทรัลเรสเตอรองส์กรุ๊ป จำกัด หรือซีอาร์จี ก็มีนโยบายขยายสาขาร้านอาหารในทุกประเภทที่มีโอกาสเติบโตได้ดี เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น โดยบริษัทดังกล่าวมีอาหารญี่ปุ่นในเครือถึง 7 แบรินด์ด้วยกัน ขณะที่คนในวงการบันเทิง ดารา นักแสดง นักร้องก็หันมาเปิดบริการร้านอาหารเช่นกัน ซึ่งการลงทุนในการทำธุรกิจนี้หากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ถือว่าเป็นการลงทุนที่ใช้เงินไม่มากนัก และมีโอกาสคืนทุนในเวลาไม่นาน อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารมีหลากหลายรูปแบบ อาทิ ร้านอาหารต่างชาติ เช่น อาหารญี่ปุ่นและเกาหลี มีทั้งที่เป็นแฟรนไชส์ หรือเป็นร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดที่มีก้อยู่ตามห้างสรรพสินค้า รวมถึงร้านอาหารที่ชูเมนูส้มตำ ไก่ย่าง โดยยังคงเป็นที่นิยมของคนในเมือง และต่างจังหวัดนอกจากนี้ยังมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม โดยเน้นพืชผักผลไม้สดที่ถือว่าถือเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การลงทุนเปิดร้านอาหารหลากหลายประเภทดังกล่าว มักนิยมเปิดกันตามหัวเมืองใหญ่ ๆ เมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ และเมืองชายแดนซึ่งผู้คนมีอำนาจการซื้อค่อนข้างสูง มีกำลังใช้จ่ายใช้สอย และยิ่งจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือเออีซี ทำให้ธุรกิจร้านอาหารก็คึกคักตามไปด้วย ในภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงหากต้องการให้ธุรกิจร้านอาหารเจริญรุ่งเรือง นอกจากจะต้องมีองค์ประกอบดังที่กล่าวแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกอย่างคือ ร้านอาหารจะต้องปรับตัวให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนในยุคดิจิทัลที่ใช้สมาร์ตโฟน อำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน อย่างเช่น จะต้องให้บริการเดลิเวอรี่ หรือจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ อาทิ วันแม่ วันพ่อ วันครอบครัว วันเด็ก วันสงกรานต์ หรือเพิ่มเมนูใหม่ๆ ให้ลูกค้าอยากมาลิ้มชิมรส และควรมีกิจกรรมซีเอสอาร์ เพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้าด้วย (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2565) และจะสังเกตได้ว่าร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า มักจะเป็นร้านที่มีรสชาติดี มีการบริการที่ดีทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีการจำหน่ายอาหารเพื่อให้บริการสำหรับประชาชนที่มาติดต่อหน่วยงานราชการที่ตั้งอยู่ในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ซึ่งมีอาหารจำหน่ายหลากหลายประเภท ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ แม้ทางร้านอาหารจะมีความหลากหลายของอาหาร แต่ก็ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการในปริมาณที่น้อยทำให้พ่อค้าแม่ค้าประสบปัญหาในการขายอาหารในร้านไม่หมดทุกวัน และถึงแม้ทางสำนักงานจังหวัดลำปางจะมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อม

บริเวณภายในร้านอาหาร ปริมาณของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารก็ยังมีจำนวนไม่มากเท่าที่ควร ทั้งที่มีประชาชนมาติดต่อหน่วยงานราชการจำนวนมาก

ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจปัญหาเรื่องการใช้บริการของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง เพื่อนำผลการศึกษานี้ไปเป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปางเพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการและทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ประชาชนทั่วไปที่มาติดต่อหน่วยงานราชการภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง และบุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง งานวิจัยนี้จะเก็บข้อมูล ณ ศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran, W. G. (1977) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) กล่าวคือ เลือกตามความสะดวกของผู้วิจัยโดยไม่มีหลักเกณฑ์ใด เช่น เก็บข้อมูลประชาชนที่ทำงานภายในศาลากลางจังหวัดลำปาง และประชาชนที่มาติดต่อหน่วยงานภายในศาลากลางจังหวัดลำปาง ขอบเขตระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2565

ตัวแปรที่ศึกษา

1.3.6.1 ตัวแปรอิสระ :

คุณภาพการบริการ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

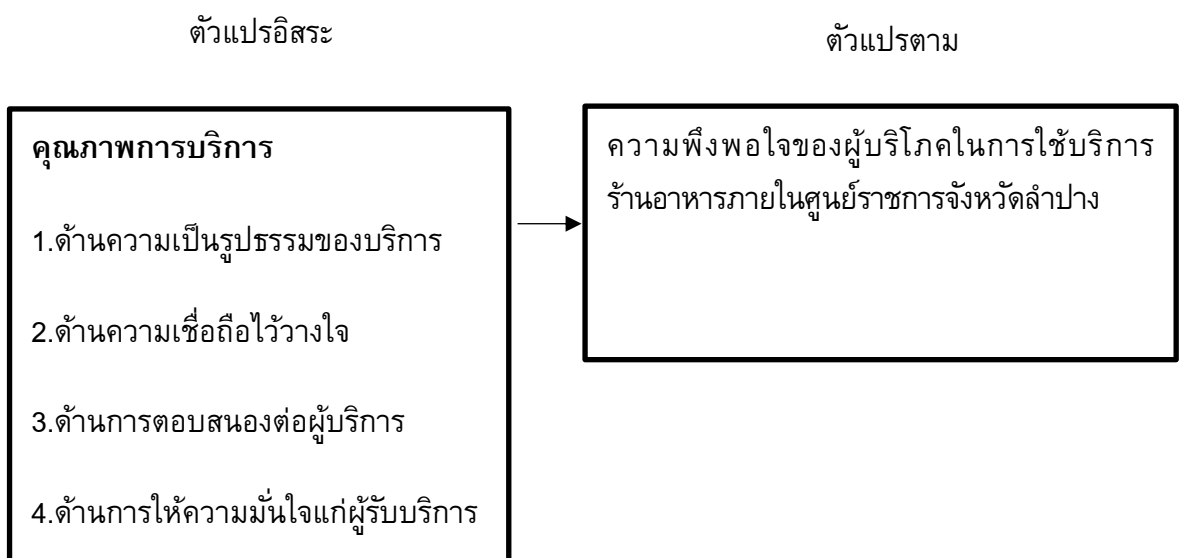
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

1.3.6.2 ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

กรอบแนวความคิดการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นการให้บริการที่มีความใส่ใจในรายละเอียดของความต้องการของลูกค้าระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการได้ดีเพียงใด การให้บริการที่เป็นเลิศหรือคุณภาพที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าย่อมทำให้ลูกค้ารู้สึกดีต่อการบริการนั้น และระดับความสามารถในการให้บริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ การให้บริการที่มีความใส่ใจในรายละเอียดของความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าต้องการจากธุรกิจร้านอาหาร ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ คุณภาพอาหาร คุณภาพบรรยากาศ ความสะดวกสบายในใช้บริการ (วสุธิตา นุริ ตมนต์, 2564)

คุณภาพการให้บริการ สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ 1. คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน 2. คุณภาพเชิง

เทคนิค (Technical Quality) คือ สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากการบริการนั้น โดยสามารถวัดได้ เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) Gronroos (1990 อ้างใน รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561)

สรุปคุณภาพการบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการรับรู้การบริการของผู้ให้บริการโดยที่ การบริการนั้นตรงตามความต้องการหรือมากกว่าความคาดหวังจากที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับบริการจริง ซึ่งความคาดหวังในคุณภาพการบริการของแต่ละคนจะแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรัก ความชอบของบุคคลที่มีระดับที่แตกต่างกันไป ซึ่งความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 “พึงพอใจ” หมายถึง รัก ชอบ นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมาย แนวคิด และทฤษฎีไว้มากมาย ดังนี้

วิทย์ เทียงบูรณธรรม (2541, น. 754) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ในพจนานุกรมแปลไทย-อังกฤษ ไว้ว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความใส่ใจ ความหนาใจ ความจุกใจ ความแน่ใจ การชดเชย

Kotler (2006) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อม ระหว่างความสำเร็จระยะสั้น และการเจริญเติบโตของธุรกิจระยะยาว ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มส่วนครองตลาด และผลกำไร
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นนโยบายสำคัญของผู้บริหาร
3. ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวข้องกับทุกส่วนในองค์กร
4. ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้สี่วิธีได้
5. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์กรพื้นฐาน

ภัตสร ธนาสุวิชากร, ชินโสณ วิสิฐนธิกริจา และอิงอร ตันพันธ์ (2563) ได้ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่ ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ และด้านอาชีพ มีความพึงพอใจในการให้บริการของร้านอาหารครัวไม้ไผ่แตกต่างกัน คุณภาพการให้บริการ ร้านอาหารครัวไม้ไผ่ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ความพึงพอใจในการให้บริการร้านอาหาร ครัวไม้ไผ่อยู่ในระดับความสำคัญมาก คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง ด้านด้านความมั่นใจ และด้านความใส่ใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของร้านอาหารครัวไม้ไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มี ความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต ผลวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับ

การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ รองลงมาคือคุณภาพการให้บริการด้านความเป็น
รูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ

ภาวิณี กุลเจริญ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ
บริโภคอาหารของผู้บริโภค ร้านยาโยอิ สาขาซีคอน บางแค ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้าน
คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อ
ลูกค้า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหาร
ของผู้บริโภคอาหารของผู้บริโภค ร้านยาโยอิ สาขาซีคอน บางแคที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ที่ระดับ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม
เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหาร
ภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ได้กำหนดรูปแบบของวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้
1. กำหนดรูปแบบที่นำมาใช้ในการวิจัย 2. กำหนดวิธีสุ่มตัวอย่าง 3. กำหนดวิธีสร้างเครื่องมือที่
ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4. กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 5. กำหนดวิธีการวิเคราะห์
ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนด
ขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนด
ขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ เพื่อให้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1.และ2. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น
ส่วนๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย
4. แบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อขอคำแนะนำ ปรับปรุง
แก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอผู้เชี่ยวชาญ
จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) จากนั้น รวบรวม
ข้อมูล ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถาม
กับ วัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผลการหา
ค่าดัชนีความเที่ยงตรง (IOC) ของเนื้อหา เท่ากับ 0.76
6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยการทดสอบกับผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการ

จังหวัดลำปาง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) ของ Cronbach's Alpha โดยผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม $\alpha = 0.993$

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำฉบับสมบูรณ์ สำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้กับข้อมูลส่วนที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้บรรยายลักษณะของประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อแปลผลและสรุปเกี่ยวกับกลุ่มประชากร โดยทดสอบผลการวิจัยที่ได้กับสมมติฐานเบื้องต้น และเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ โดยวิธีทดสอบทางสถิติที่ใช้ คือ สถิติสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

การสรุปผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนโดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

การสรุปผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการวิเคราะห์พบว่า

ความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 2.709 ด้านความเป็นรูปธรรม ค่าเฉลี่ย 2.706 ด้านความเห็นอกเห็นใจ ค่าเฉลี่ย 2.673 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ค่าเฉลี่ย 2.651 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการ ประเด็นที่เห็นด้วยมาก จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ เจ้าของร้าน/พนักงาน ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 2.74 เจ้าของร้าน/พนักงาน มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.74 รองลงมา เจ้าของร้าน/พนักงาน สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ค่าเฉลี่ย 2.70 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ เจ้าของร้าน/พนักงาน สามารถตอบสนองความต้องการได้ ค่าเฉลี่ย 2.66

ด้านความน่าเชื่อถือ ประเด็นที่เห็นด้วยมาก ได้แก่ มีการประกอบอาหารตามหลักโภชนาการ ค่าเฉลี่ย 2.74 รองลงมา คือ รสชาติอาหารเหมือนเดิมทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 2.72, เจ้าของร้าน/พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามได้ ค่าเฉลี่ย 2.71 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ เจ้าของร้าน/พนักงาน มีความรู้ในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ด้านความเป็นรูปธรรมด้าน ประเด็นที่เห็นด้วยมาก ได้แก่ ภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด ค่าเฉลี่ย 2.84 รองลงมา คือ จำนวนโต๊ะเก้าอี้มีเพียงพอในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.72, ที่จอดรถสะดวก และเพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ค่าเฉลี่ย 2.64 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ เจ้าของร้าน/พนักงาน มีธรรมาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 2.64 ตามลำดับ

ด้านความเห็นอกเห็นใจ ประเด็นที่เห็นด้วยมาก ได้แก่ พนักงานมีความใส่ใจในการบริการ ค่าเฉลี่ย 2.71 รองลงมา คือ พนักงานให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 2.68, มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มากกับเด็กเล็ก ค่าเฉลี่ย 2.66 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือพนักงานสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 2.65 ตามลำดับ

ด้านความเชื่อมั่น ประเด็นที่เห็นด้วยมาก ได้แก่ อาหารมีความสะอาดไร้วัตถุอันตราย ค่าเฉลี่ย 2.71 รองลงมา คือ เจ้าของร้าน/พนักงาน ให้บริการด้วยความสุภาพ ค่าเฉลี่ย 2.69, เจ้าของร้านเป็นคนทำอาหารเอง ค่าเฉลี่ย 2.63 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ร้านอาหารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ค่าเฉลี่ย 2.57 ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.715 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในและภายนอกของร้าน ค่าเฉลี่ย 2.76 รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งและที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 2.75, ความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 2.74, ความพึงพอใจในกระบวนการ การชำระเงินที่รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 2.74, ความพึงพอใจต่อรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 2.73, ความพึงพอใจต่อป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 2.72 ความพึงพอใจต่อเจ้าของร้านและพนักงาน พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 2.70, ความพึงพอใจต่อที่นั่งรับประทานอาหารมีความสะอาดและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 2.69 และระดับมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 2.65 ตามลำดับ

การสรุปผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน : คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Multiple Regression สถิติสหสัมพันธ์พหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง โดยรวม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับสูงมาก เท่ากับ 0.928 ($R=0.928^*$) มีอำนาจพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 86.10 ($R^2=0.861$) มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.217 ($SE_{est}=0.217$) อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 สรุปคือ คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง

อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐาน : คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย 1. ด้านความเป็นธรรม 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการ 4. ด้านความเชื่อมั่น 5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ จีระพัฒนกุล (2561)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึง คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง อาจนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ ไปใช้เป็นเพื่อเป็นข้อมูล และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการให้บริการของทางร้าน อาจทำอาหารเป็นชุด อาจแบ่งเป็นชุดเอ ชุดบี ชุดซี เพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหารไม่ให้ซ้ำกันในแต่ละวัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะมาใช้บริการร้านอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้ร้านค้ามียอดขายที่ดีและสามารถเพิ่มยอดขายได้หากมีการบอกต่อปากต่อปากถึงการบริการที่ดีของทางร้าน

สำหรับผู้บริหารและผู้จัดการร้านอาหารภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง สามารถนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เพื่อปรับปรุงร้านอาหาร กำกับ ดูแล ร้านค้าให้มีคุณภาพการบริการที่ดี เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรเพิ่มตัวแปรอิสระด้านอื่นเพิ่ม เช่นคุณค่าการรับรู้ เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้นเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการบริการร้านอาหาร

ภายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มีความพึงพอใจในการให้บริการต่อไป

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลในส่วนของผู้บริโภค ในครั้งต่อไปผู้วิจัยควรวิจัยและเก็บข้อมูลความต้องการในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าผู้ให้บริการ เพื่อจะทำให้ทราบถึงความคิดและทัศนคติของทั้งคู่และสามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้การบริการร้านอาหารเหมาะสมตรงกับความต้องการมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาวินี กุลเจริญ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารของผู้บริโภค ร้านยาโยอิ สาขาซีคอน บางแค (การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสยาม

ภัสสร ธนาสุวิชากร, ชินโสณ วิสิฐนธิกจิจา และอิงอร ตันพันธ์. (2563). คุณภาพการให้บริการ ร้านอาหารครัวไม้ไผ่ (การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2564). ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2565, สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/restaurant-make-money-future>

รุ่งโรจน์ จีรพัฒนกุล. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าใน การใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิทย์ เทียงบูรณธรรม. (2541). พจนานุกรมแพทยศาสตร์ เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น

Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.

Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface. Journal of Business Research, 20(1), 3-7.

Kotler, P. (2006). Marketing management (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.