

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต Customers' Satisfaction towards the Services of True Shop Future Park, Rangsit

สุदारัตน์ พูลผล^{1*}

¹นักศึกษา สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 10220

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และเพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่มาใช้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือลูกค้าที่มาใช้บริการ ทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ และใช้สถิติ Independent sample t-test และ One Way ANOVA ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Abstract

The purposes of this research are to study the customers' satisfaction to the services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit, to compare the customers' satisfaction to the services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit, and to collect suggestions from the customers' satisfaction to the services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit, classified as per personal factors. The sampling groups being used in the study are 400 customers using services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit. Information were gathered by questionnaires, and data were analyzed by Statistical Value, Percentile, Average, Standard Deviation, Chi-Square Analysis for Testing Relationship, and Statistical Independent Sample t-test and One Way ANOVA methods, whenever significant statistical differences were encountered, using LSD for testing in pairs. The result of the study showed that the customers' satisfaction to the services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit, were at the high level in every criteria. The sampling group were satisfied, firstly, with the factor of process, followed by the factor of marketing promotion, and lastly, factors of production and physical presentation. And the hypothesis testing indicated that the sampling group with different level of education showed the different level of satisfaction to the services at TRUE-shop in Future-Park, Rangsit, with statistical significance of 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ การให้บริการ ทรูช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

Keywords : Satisfaction Service, TRUE-Shop Future-Park, Rangsit

*ผู้นิพนธ์ประสานงานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ gypigg_econ48@hotmail.com โทร. 085-832-5143

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพการแข่งขันที่สูงมากในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเทศไทย ทำให้แต่ละบริษัทต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและฐานลูกค้าเดิมไว้ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยมีตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ตัวแทนจำหน่ายแบบแฟรนไชส์โอเปอเรเตอร์ เป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีผู้ให้บริการหรือโอเปอเรเตอร์อื่นๆ ให้การสนับสนุน เพื่อส่งเสริมการให้บริการแก่ลูกค้าเป้าหมายของตนเองอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและนำไปสู่ความภักดีต่อบริษัทในระยะยาว อาจกล่าวได้ว่า การบริการเป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญสำหรับผู้บริโภคทุกคนโดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อม การที่จะเอาชนะใจผู้บริโภคได้ สิ่งสำคัญ ก็คือพัฒนาสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วทั้ง จึงเป็นหน้าที่ของธุรกิจที่จะต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย และตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

ทรูซ้อป เป็นของ บริษัท ทรู มูฟ จำกัด หรือ TRUE โดยให้บริการเติม จ่าย โอน ถอน ผ่านบริการ True Money Express บริการรับชำระค่าบริการต่างๆ และค่าสินค้าของทรูทั้งหมด เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกทุกเรื่องทุกสาขา อัปเดตเทรนด์ใหม่ๆ กับสินค้าหลากหลาย มีสินค้าและบริการครบทุกไลฟ์สไตล์ ตั้งแต่ โทรศัพท์บ้านทรูไฮสปีดอินเตอร์เน็ต ซิมทรูมูฟ ทักซิม แพ็กเกจทรูวิชั่นส์ แพ็กเกจทรูไลฟ์ รวมทั้ง Gadget อินเทอร์เน็ตมากมายให้เลือกอุ่นใจกับบริการหลังการขาย แนะนำ ปรีกษาและแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ในทุกๆ เรื่อง เพราะเจ้าหน้าที่ผ่านการอบรมมาเฉพาะด้าน มาอย่างดี ไว้วางใจได้ และไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการในเครือข่ายทรูมูฟทั้งหมด และอบอุ่นด้วยการต้อนรับและการตกแต่งร้านแบบไลฟ์สไตล์ ได้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่อยู่เสมอ รู้สึกถึงบรรยากาศความจริงใจ และการต้อนรับอันแสนอบอุ่นเหมือนบ้านหลังที่ 3 ทำให้ผู้ใช้บริการต้องการจะเข้ามาใช้บริการบ่อยๆ ปัจจุบันร้านทรูซ้อปเปิดให้บริการทั่วประเทศทั้งสิ้น 250 สาขาทั่วประเทศ

การรักษาหรือเพิ่มระดับความพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งที่พึงตรวจสอบติดตามอยู่เสมอ เพื่อให้ได้ความรู้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ในฐานะที่เป็นธุรกิจบริการอย่างหนึ่ง จึงควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าด้วย เพราะธุรกิจทางการบริการจำเป็นที่จะต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า จึงจะสามารถนำธุรกิจสู่แนวหน้าได้ท่ามกลางการแข่งขันทางการบริการที่มีการขยายตัวมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ดำเนินธุรกิจได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและนำผลการศึกษามารวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนการวางแผนทางด้านการบริการทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จำแนกตามตัวแปรอิสระ
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่มาใช้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ใช้เป็นแนวทางแก้ไขต่อไป

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ

2. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากลูกค้าที่มาใช้บริการ ทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยใช้เครื่องมือสำหรับรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

3. **ขอบเขตด้านระยะเวลาในการ** ทำการศึกษาระหว่างเดือนมกราคม 2554 ถึงเดือนพฤษภาคม 2554

2. วิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทูช้อปฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยคำนวณจากสูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากร

2. **ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือในการสำรวจครั้งนี้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด โดยโครงสร้างของแบบสอบถาม มีคำถามที่เน้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงในการให้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

3. **แหล่งที่มาของข้อมูล** ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยจำแนกแหล่งที่มาเป็น 2 ส่วน ดังนี้คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ซึ่งได้ข้อมูลจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม

3.2 ข้อมูลทุติภูมิ ได้มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรม เช่น วิทยุต่างๆ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบทความต่างๆ จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกริกและทางอินเทอร์เน็ต

4. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

5. **การประมวลผลข้อมูล** ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้มาทุกฉบับ และทำการคัดเลือกให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

6. **การวิเคราะห์ข้อมูล** สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้วิธีการหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล
- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทูช้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต
- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคคลหรือพนักงาน
- ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
- ด้านกระบวนการ

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปรวมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิต

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิต	Mean	SD.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.78	.454	มาก	6
ปัจจัยด้านราคา	3.80	.444	มาก	5
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	.503	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.86	.478	มาก	2
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.83	.478	มาก	4
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.70	.419	มาก	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.92	.511	มาก	1
รวม	3.82	.356	มาก	

จากตาราง 1 พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) และอันดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70)

3.1 อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป พิวเจอร์พาร์ค รังสิต ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยให้ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิราวรรณ วงษ์ราช (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรูปแบบการแต่งงานครบวงจรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการต้องการให้มีบริการที่ครบครันและสมบูรณ์ไว้บริการและสามารถเลือกรูปแบบได้เอง

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องราคาจำหน่ายสินค้าและบริการเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิรมล พรหมสุภา (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ

ให้บริการของศูนย์การค้าซีทีคอมเพล็กซ์ ประตูน้ำ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในน้ำหนักความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้านเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับ จิราวรรณ วงษ์ราช (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรูปแบบการแต่งงานครบวงจรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าต้องการให้มีความสะดวกในการติดต่อได้หลายวิธีและควรมีตัวแทนบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้านเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณเกษม วสันตวิชูวัต (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโรงแรมแบบบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีการปรับราคาลดลงในชว่นนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงานเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิชัย จริยวิทยานนท์ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพิษผล จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า พึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในเรื่องความกว้างขวางและความสะอาดของร้านเป็นอันดับแรก ซึ่งพบว่าไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชนิษฐา ตันติวณิชย์พงศ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพลูกค้ามีความมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการเป็นอันดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า มีความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการอยู่ในระดับ “พอใจมาก” ในด้านระบบการให้บริการ

4. สรุป

จากการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รัชสิต พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รัชสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือคุณภาพสินค้า รองลงมาคือความหลากหลายของประเภท/ชนิดสินค้าเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม และอันดับสุดท้ายคือความหลากหลายของบริการ เช่น การชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านราคา ความพึงพอใจด้านราคาของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รัชสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือราคาจำหน่ายสินค้าและบริการ รองลงมาคือความหลากหลายในระดับราคาสินค้าและบริการ และอันดับสุดท้ายคือความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รัชสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้าน รองลงมาคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ และอันดับสุดท้ายคือการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รัชสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน รองลงมาคือการจัดพนักงานให้คำแนะนำ และอันดับสุดท้ายคือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ความพึงพอใจด้านบุคลากรหรือพนักงานของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือความสุภาพ อ่อนน้อมในการให้บริการของพนักงาน และอันดับสุดท้ายคือความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือความกว้างขวางและความสะอาดของร้าน รองลงมาคือความกว้างขวางและความสะดวกของสถานที่จอดรถ และอันดับสุดท้ายคือความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ

ด้านกระบวนการ ความพึงพอใจด้านกระบวนการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ รองลงมาคือขั้นตอนการให้บริการมีระบบชัดเจนไม่ซับซ้อน และอันดับสุดท้ายคือความเหมาะสมในลำดับขั้นตอนการให้บริการ

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการทดสอบโดยใช้สถิติ t - test ค่าที่ได้ คือ 0.022 พบว่าเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผลการทดสอบโดยใช้สถิติ F - test ค่าที่ได้ คือ 1.355 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ผลการทดสอบโดยใช้สถิติ F - test ค่าที่ได้ คือ 0.561 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ผลการทดสอบโดยใช้สถิติ F - test ค่าที่ได้ คือ 2.873 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยวิธี LSD (จำแนกตามระดับการศึกษา)

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยวิธี LSD ที่มี

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.91	3.77	3.81	4.03
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.91		.14*		
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.77				.26*
ปริญญาตรี	3.81				.21*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.03				

ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ดังนี้

- กลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษานูปริญญาหรือเทียบเท่า
- กลุ่มที่มีระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต น้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี
- กลุ่มที่มีระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทูรช็อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต น้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ

5. ผลการทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ค่าที่ได้ คือ 0.627 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับสมมติฐาน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
เพศ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน		✓
อายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน		✓
อาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน		✓
ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน	✓	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต แตกต่างกัน		✓

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ใน 7 ด้าน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มความหลากหลายของบริการ เช่น การชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ด้านราคา ควรพิจารณาเพิ่มความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรปรับปรุงเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน ควรเน้นความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการโดยเฉพาะในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน
6. ด้านการรสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรเน้นความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันสูง
7. ด้านกระบวนการ ควรจัดความเหมาะสมในลำดับขั้นตอนการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ระหว่างสาขา เพื่อนำผลการเปรียบเทียบมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการให้บริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าต่อไป
2. ควรศึกษาซ้ำทุกๆ 6 เดือน เนื่องจากความพึงพอใจมาจากความคิดเห็นที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาจากปัจจัยในหลายๆ ส่วน
3. ควรศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทรูซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป

5. กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทิวซ้อป ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง รวมทั้งข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสารนิพนธ์ ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบทุกท่าน ที่ช่วยแนะนำ ชี้แนะประเด็นสำคัญ และ แก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ขึ้น และขอขอบคุณลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความ ร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และสมาชิกในครอบครัวที่ให้โอกาสในการศึกษา ให้ความช่วยเหลือใน เรื่องต่างๆ

6. เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา ต้นติวานิชย์พงศ์. 2547. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทคในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จามจุรี จันทรัตนนา. 2543. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาสงขลา. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิรมล พรหมสุภา. 2547. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของศูนย์การค้าซีทีคอมเพล็กซ์ ประตูน้ำ เขตราชเทวี. การค้นคว้าแบบอิสระบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สิทธิชัย จริยวิทยานนท์. 2543. ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ตระการพืชผล. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตบริหารศาสตร์, อุดรราชธานี.
- สุรพันธ์ เต็ดชาด. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางเลน. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, นครปฐม.
- สร้อยรุจี อินทศร. 2546. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์. มหาวิทยาลัยราช ภัฏสวนดุสิต, นครปฐม.
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. 2542. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, นครศรีธรรมราช.
- ศรัณย์ ทิพย์บำรุง. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ยะลา.
- Kotlor P. 2000. *Marketing Management : The Millennium*. New Jersey : Prentice-Hall International, Inc..
- Shiffman Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 1994. *Consumer Behavior*. 5th .ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.