

# คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค

จักรพงษ์ หยูทิพย์

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ที่แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ที่มาใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ที่มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.886 สถิติที่ใช้ทดสอบเพื่อวิเคราะห์โดยสถิติ (T- test) เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่จำแนกออกเป็น 2 กลุ่มเท่านั้น โดยตัวแปรเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรเชิงคุณภาพได้แก่ เพศ และวิเคราะห์โดยสถิติ (F- test) ทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - way Anova) สำหรับตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป ถ้าพบความแตกต่าง วิเคราะห์ค่าความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวม มีคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย มีดังนี้ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองทันที ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความไว้วางใจได้ ตามลำดับ ผลการศึกษาคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ที่แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกันของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ไม่แตกต่างกัน 5 ด้าน มีค่า Sig. ในแต่ละด้านมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ ด้านการศึกษาและด้านระดับรายได้ มีค่า Sig. มีน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 แสดงว่าคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยาจำแนกตามสถานภาพ ด้านการศึกษา และด้านระดับรายได้ มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**คำสำคัญ :** ร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการบริการ (Service Quality) ผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยา

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

จากสถานการณ์การแข่งขันของร้านสะดวกซื้อซูเปอร์มาร์เก็ตอย่างรุนแรง ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของร้านเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ร้านซูเปอร์ซีปได้กำหนดไว้ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า พนักงานแคชเชียร์มีบริการไม่เพียงพอขณะรอจ่ายเงินทำให้ผู้บริโภครอเป็นระยะเวลานาน มีพนักงานที่คอยแนะนำ โชนผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอในจุดต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการหาสิ่งของที่ต้องการเป็นระยะเวลานาน จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไม่พอใจ การบริการที่ล่าช้าและไม่ทั่วถึงของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต รวมไปถึงการจัดของภายในร้านค่อนข้างที่จะสะเปะสะปะหายาก สิ่งของภายในร้านบางอย่างมีฝุ่นติดไม่มีการดูแลทำความสะอาด ทำให้ผู้บริโภคเมื่อเลือกหยิบซื้อของเกิดความรู้สึกไม่พอใจหายากและมีอดคิดฝุ่น ไม่มีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่คอยดูแลที่จอดรถของลูกค้าจึงทำให้การจอดรถของลูกค้าเป็นแบบตามใจฉัน และไม่มีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลความปลอดภัยรถ เข้า-ออก บริเวณหน้าร้าน เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการที่ร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา และเพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุแก่บุคคลทั่วไป จากปัญหาที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต ยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลให้กับผู้จัดการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาปรับปรุงในด้านคุณภาพการบริการของร้านที่มีต่อผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยาต่อไป

### วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่
- เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้บริโภค ในอำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่

### สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดกระบี่ สาขาปลายพระยา แตกต่างกัน

## ขอบเขตวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา จากการศึกษาคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการ (Service Quality) ตามแนวคิดองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013)

ตัวแปรต้น : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

ตัวแปรตาม : คุณภาพการบริการ (Service Quality) แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้บริโภคที่ร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยมีจำนวนประชากรในอำเภอปลายพระยาทั้งหมด 37,352 คน (ที่มา : ที่ว่าการอำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ณ.วันที่ 10 ธันวาคม 2563 )

ขอบเขตด้านระยะเวลา : พฤศจิกายน 2563 – กุมภาพันธ์ 2564

## แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพบริการ

พาราสุรามาน เชียเทมส์ และเบอร์รี่ ได้ศึกษาคุณภาพการบริการโดยสร้างรูปแบบของคุณภาพการบริการ (Service Quality Model) ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้า ประกอบด้วยเกณฑ์ 10 ด้าน ต่อมา เชียเทมส์ พาราสุรามาน และเบอร์รี่ ได้นำเครื่องมือคุณภาพบริการที่เรียกว่า (SERVQUAL: Service Quality) สามารถสรุปเหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการและลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไข ปัญหาที่เกิดกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

ด้านการตอบสนองลูกค้าทันที (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

ด้านความไว้วางใจได้ (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติและแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยอาศัยอยู่ที่พื้นที่อำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่ จำนวนประชากรในอำเภอปลายพระยา โดยแบ่งเป็น 4 ตำบล ตำบลปลายพระยา ตำบลคีรีวง ตำบลคีรีวง ตำบลเขาเขน และตำบลเขาต่อ รวมทั้งหมด 37,352 คน การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อความน่าเชื่อถือ (ความคลาดเคลื่อนจะน้อยกว่าที่กำหนด) แล้วทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล โดยใช้วิธีการสุ่มแบบ stratified random sampling ตามสัดส่วนจำนวนแต่ละตำบลและการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยได้ส่ง และเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ จนครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้จัดทำได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบในลักษณะการประเมิน 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อแปลความหมายของแบบวัด ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วยคำถาม 5 ด้าน ได้แก่

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองทันที (Responsive) 4) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) 5) ด้านความไว้วางใจได้ (Assurance)

**ส่วนที่ 3** เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค ซึ่งสามารถตอบได้อย่างอิสระ

การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประเมิน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ , 2543 : 117) คะแนน 3 ระดับ ประกอบด้วย 1 = สอดคล้อง , 0 = ไม่แน่ใจ , และ -1 = ไม่สอดคล้อง โดยได้ค่า IOC = 0.92308 นำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทดลองใช้กับผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยาจังหวัดกระบี่ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.886 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้มาใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ 40 ชุด จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องในการตอบแบบสอบถามของผู้ที่มาใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่

วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ หาค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป

ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ (วนิดา เนื่องอุดม, 2550, น.25) ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.20 หมายถึง มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.21 – 4.20 หมายถึง มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขา ปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยสถิติ (T- test) เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของข้อมูลที่จำแนกออกเป็น 2 กลุ่มเท่านั้น โดยตัวแปรเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรเชิงคุณภาพได้แก่ เพศ และ วิเคราะห์โดยสถิติ (F- test) ทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - way Anova) สำหรับตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป ถ้าพบความแตกต่าง วิเคราะห์ค่าความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนตัวบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนตัวบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพ ของผู้มาใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมอง ของผู้บริโภค มีดังนี้พบว่า

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 60 ปีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และสุดท้าย อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับ การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ปริญญาตรีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าจำนวน 96 คน คิด เป็นร้อยละ 24.0 และสุดท้ายปริญญาโท/ปริญญาเอกจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ เกษตรกร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคืออาชีพผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาอาชีพแม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมา อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และสุดท้ายอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคืออาชีพผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาอาชีพแม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และสุดท้ายอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

### การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีปซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน และคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จำแนกตามเพศโดยใช้สถิติ t- test ทดสอบพบว่า ผู้บริโภค ที่ใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีเพศ และประเภทการได้รับบริการที่แตกต่างกัน มีคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันมีคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากการทดสอบด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว one – way Anova พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีอายุรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ผู้บริโภค

ที่ใช้บริการร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่ได้รับคุณภาพการบริการแตกต่างกันจะมีคุณภาพการใช้จ่าย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## สรุปผลการวิจัย

### ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ พบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีอายุ 21-41 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 อาชีพปัจจุบันเกษตรกร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รายได้ต่อเดือน จำนวน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 และสถานภาพสมรส จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

### ระดับคุณภาพการบริการ

ระดับคุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ มีคุณภาพการบริการต่อผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ( ค่าเฉลี่ยอยู่  $\bar{X} = 3.61$ ,  $SD = 0.866$  ) เมื่อแยกเป็นรายข้อตามคุณภาพการบริการต่อผู้บริโภค ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองทันที รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความไว้วางใจได้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยทดสอบสมมติฐานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ พบว่า

สมมติฐานการวิจัยข้อ 1 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 2 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 3 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้



สมมติฐานการวิจัยข้อ 4 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 5 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 6 คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ที่มีสถานภาพ แตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยา ซึ่งผู้บริโภคในอำเภอปลายพระยาจะมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างตามกัน อาทิเช่น อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา เป็นต้น การที่ซูปเปอร์ซีปได้มาทำตลาดในอำเภอปลายพระยา ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยได้มากยิ่งขึ้น และส่วนใหญ่ผู้คนที่อยู่ในอำเภอปลายพระยาจะประกอบอาชีพเกษตรกรซึ่งมีรายได้ปานกลางโดยเฉลี่ย ผู้บริโภคมักจะยึดติดกับสโลแกนของร้านที่ว่า ขายส่ง ขายถูก ของซูปเปอร์ซีปเป็นหลัก คุณภาพการบริการ (Service Quality) แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) พบว่า

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มีพนักงานคอยแนะนำสินค้าตามโซนต่างๆ ( $\bar{X} = 3.66$ ) รองลงมาได้แก่ มีป้ายติดราคาล้างของอย่างชัดเจนมองเห็นได้ชัด และมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความสะดวกในลานจอดรถ ( $\bar{X} = 3.64$ ) รองลงมาร้านมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย อุปกรณ์ต่างๆ พร้อมใช้งาน ( $\bar{X} = 3.63$ ) และภายในร้านมีการจัดของอย่างเป็นระเบียบและสะอาด ( $\bar{X} = 3.46$ )

ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูปเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ภายในร้านเป็นของใหม่อยู่ตลอด ( $\bar{X} = 3.72$ ) รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการที่ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้บริการกับทางร้าน ( $\bar{X} = 3.71$ ) รองลงมาพนักงานให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ ( $\bar{X} = 3.70$ ) และ เมื่อลูกค้าหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการไม่เจอ พนักงานจะเข้าไปสอบถามความต้องการของ ( $\bar{X} = 3.68$ )

ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ พนักงานแจ้งให้ลูกค้าทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ และพนักงานคอยดูแลและบริการอย่างใกล้ชิดแบบเป็นกันเอง ( $\bar{X} = 3.97$ ) รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการต่อลูกค้าและหากลูกค้ามีความต้องการให้ช่วยพนักงานจะเข้าไปช่วยเหลือทันที และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ ( $\bar{X} = 3.96$ )

ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ( $\bar{X} = 4.02$ ) รองลงมาได้แก่ พนักงานเต็มใจในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.01$ ) พนักงานคอยสอบถามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่เข้ามาอยู่ในร้าน และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน ( $\bar{X} = 4.00$ )

ด้านความไว้วางใจได้ จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ ( $\bar{X} = 4.02$ ) และพนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน ( $\bar{X} = 4.01$ )

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ในมุมมองของผู้บริโภค พบว่า คุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณภาพการบริการของทางร้านได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก แต่การให้บริการทั้ง 5 ด้าน ยังมีเรื่องที่ต้องปรับปรุง ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สิ่งที่ร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ปรับปรุงเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการความคาดหวังของผู้บริโภคที่มาใช้บริการและเพื่อที่จะยกระดับคุณภาพการบริการของทางร้านให้อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีการจัดให้มีพนักงานแคชเชียร์ และช่องทางประเภทการชำระให้มากยิ่งขึ้นเพื่อลดความแออัด และลดระยะเวลาของลูกค้า เช่น ลูกค้าที่ใช้เงินสดในการซื้อสินค้า และลูกค้าที่ใช้บัตรในการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ รวมถึงการจัดสรรผลิตภัณฑ์ภายในร้านให้อยู่เป็นหมวดหมู่เพื่อความง่ายในการหาสิ่งของลูกค้าต้องการ เช่น โชนของสด โชนเครื่องปรุง โชนเสื้อผ้า โชนสิ่งของต่างๆทางร้านควรมีลานจอดรถให้เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้า และมีพนักงานคอยดูแลความเป็นระเบียบในการจอดรถของลูกค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการของทางร้าน ทางร้านควรมีห้องน้ำที่คอยให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอตามที่ถูกระหวาง ฉบับที่ 39 (พ.ศ. 2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 กำหนด เป็นต้น

ด้านความน่าเชื่อถือได้ พบว่า พนักงานของทางร้านควรบริการลูกค้าให้มีความเสมอภาคให้มากกว่านี้ ฝ่ายบริหารผู้จัดการร้านต้องจัดกำลังคนมาให้เพียงพอต่อการให้บริการ เพราะช่วง ต้นเดือน และปลายเดือน จะมีลูกค้ามาให้บริการกับทางร้านเป็นอย่างมาก เป็นผลมาจากทางร้านมีการรับบริการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ บัตรผู้สูงอายุ และจะมีเงินเข้าผ่านบัตรประเภทอื่นๆอีกมาก ลูกค้าก็ยิ่งจะเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ลูกค้าอาจจะรับบริการไม่ทั่วถึง ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันออกไปแต่ละตัวบุคคล

ด้านการตอบสนองทันที พบว่า พนักงานต้องดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและพนักงานต้องให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็วมากกว่านี้ จึงจะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ในระดับที่สูงกว่านี้

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า พบว่า พนักงานคอยสอบถามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่ประตูของทางร้าน จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสบายใจในการเลือกซื้อสินค้า รวมไปถึงพนักงานแต่งกายสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส

ด้านความไว้วางใจได้ พบว่า พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการและสามารถช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้คำแนะนำกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งต่อไป

ควรจะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา จังหวัดกระบี่ เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงพัฒนาการบริการของร้านซูเปอร์ซีป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาปลายพระยา ให้มีคุณภาพการบริการที่ดีและมีระดับมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

1. โครนินและเทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้
2. เบญชภา แจ้งเวชฉาย ปีการศึกษา 2559 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
3. ขวัญชนก สุวรรณพงษ์ 2559 การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
4. ชลลดา มงคลวนิช 2560 ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว มหาวิทยาลัยสยาม
5. นายภานุพงศ์ ลือฤทธิ์ 2560 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน : กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ
6. นางสาวโสภิญ ฐาเต็มรัตน์ 2561 คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. นายมงคล ปานศรี 2562 ความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศชาวไทยด้านคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง
8. นางสาวรัศมิญา ศุภชน โชติพงษ์ 2562 คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203
9. กวีต วรรณพิน 2554 การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
10. (Cordupleski, Rust, and Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ
11. (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้