

## บทความการวิจัย

### ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### SERVICE EFFICIENCY OF MODERN TRADE STAFF IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA DISTRICT, PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

วศิน ตั้งประพจน์ดี

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้มาใช้บริการ ปัจจัยคุณภาพบริการ และประสิทธิภาพของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับลักษณะของผู้มาใช้บริการ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้บริการในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 45 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีสถานภาพ สมรส มีอาชีพอิสระ/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดนมียุทธศาสตร์มากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับ คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการด้านความเข้าใจต่อการบริการ ด้านความมั่นใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ และ ด้านความเป็นรูปธรรม 3) ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ผู้ให้บริการที่มีเพศ แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ปัจจัยคุณภาพการบริการ พบปัจจัยคุณภาพการบริการ จำนวน 4 ตัวคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการและด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้บริการ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 34.00

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการให้บริการ, คุณภาพการบริการ, โมเดิร์นเทรด

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the characteristics of users, service quality factors, and the efficiency of modern trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. 2) To compare the service efficiency of Modern Trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and service users' characteristics. 3) to study service quality factors affecting the efficiency of modern trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The sample group was a group of service users in Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, with a total of 385 people. A questionnaire was used as a tool to collect data. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The findings revealed that: 1) most of the samples were males aged 45 and up with bachelor's degrees, married status, and were self-employed or traders. They have an average monthly income of 25,001 - 35,000 baht. 2) Overall, service quality factors have the highest average level. Other aspects from high to low were reliability, understanding of the service, service assurance, responding to customers' needs, and tangibility. 3) Overall, the average service efficiency of modern trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, was at the highest level. 4) Users of different sexes influence the efficiency of the service provided by modern trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, with a statistical significance at 0.05. 5) With a statistical significance of 0.05, four service quality factors, tangibility, reliability, responding to customer needs, and service assurance influenced the service efficiency of modern

trade employees in the Muang District of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. All five variables can explain the change in service efficiency variables for modern trade employees in the Muang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, at 34.00 percent.

Keywords: service efficiency, service quality, modern trade

## ภูมิหลัง

การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศนอกจากจะเป็นสาขาที่ทำ รายได้สูงเป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมและมีการจ้างงานมากเป็นอันดับสามรองจากภาค เกษตร และภาคบริหารการค้าปลีกยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรงธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของโดยรวม และเป็นตัวการพัฒนามาตรฐานการครองชีพ และคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยจะทำหน้าที่ เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภค ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าปลีกค้าส่งซึ่งมีมูลค่า ผลการสำรวจ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าปลีกค้าส่งซึ่งมีมูลค่า 2.8 ล้านล้านบาท จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกรุงศรี พบว่า กรุงศรีในปี 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 จากปี 2561 และสูงเป็นอันดับ 2 รองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีสัดส่วน 25.3% ปี และในปี 2564-2566 มีแนวโน้มเติบโตโดยเฉลี่ย 1.5-2.5% ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ รายใหญ่เป็นทุนไทย มีฐานะกิจการมั่นคง มีศักยภาพและความสามารถในการสร้างรายได้ในเกณฑ์ดี ซึ่งเป็นผลจากความได้เปรียบด้านขนาดเงินทุน จำนวนสาขา และการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องหลายรูปแบบ โดยรูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่ที่สำคัญคือ ห้างสรรพสินค้า เช่น The Mall ดิสเคาท์สโตร์ เช่น Big C, Tesco Lotus ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Food Land, Tops ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven และ FamilyMart และร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ที่เน้นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาค่อนข้างสูง เช่น Watson, Boots และ Supersports เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2564)

ปัจจุบันผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ในไทย เป็นทุนข้ามชาติ 2-3 รายและทุนไทย 3-5 ราย มีฐานะกิจการค่อนข้างมั่นคง มีศักยภาพและมีความสามารถในการสร้างรายได้ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลจากความได้เปรียบจากขนาดจำนวนสาขา ฐานะการเงินแข็งแกร่ง และมีการขยายธุรกิจหลากหลายรูปแบบ ทำให้ตอบสนองผู้บริโภคได้ดีมากขึ้น เช่น ร้านสะดวกซื้อที่เปิดจำหน่าย 24 ชั่วโมง ซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านค้าสมัยใหม่

เหล่านี้ ได้ส่งอิทธิพลไปถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการผลิต การจัดจำหน่าย และพฤติกรรมกา  
 บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาดของระบบทุนนิยม หรือลัทธิบริโภคนิยมนั่นเอง ซึ่งมุ่งที่จะแสวงหา  
 กำไรสูงสุดผ่านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยหลักแนวคิดนี้เอง  
 ทำให้แวดวงธุรกิจค้าปลีกในไทยมีการพัฒนาเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ดังนั้นทั้ง  
 ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกต่างนับว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจ้างแรงงาน และการพัฒนา  
 ประเทศตราบเท่าที่มนุษย์ยังคงต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อการดำเนินชีวิต (สิริภัทร พุดติ, 2562)

ในการดำเนิน ธุรกิจร้านค้าปลีกและค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและยังคงมีการ  
 พัฒนามาอย่างต่อเนื่องคู่กับสังคมไทย ตั้งแต่สมัยโบราณที่มีการเพาะปลูกพืชผักสวนครัวเลี้ยงสัตว์เพื่อ  
 ดำรงชีวิต และเมื่อมีผลผลิตมากขึ้นเหลือกินเหลือเก็บจึงได้นำเอาผลผลิตเหล่านั้นมาขายสู่ท้องตลาดหรือ  
 แลกเปลี่ยนเป็นสินค้าอื่น ๆ ที่ตนไม่สามารถผลิตหรือหาเองได้เกิดการแลกเปลี่ยนค้าขายดังเช่น ใน  
 สมัยก่อนที่ เริ่มมีพ่อค้าชาวจีนที่นำสินค้ามาขายในประเทศไทย ทั้งนี้ประเทศไทยได้มีการพัฒนาด้าน  
 เศรษฐกิจมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งกระจายออกสู่ภูมิภาคและชุมชนต่าง ๆ ในประเทศไทยทำให้ธุรกิจ  
 ร้านค้าปลีกและค้าส่งมี บทบาทในทางเศรษฐกิจตามการเติบโตของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่จะเลือกใช้  
 บริการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค (นรินทร์ตันไพบุลย์, 2563)

ในปัจจุบันการตัดสินใจซื้อสินค้าและการบริการของผู้บริโภคเป็นไปอย่างสลับซับซ้อนมากขึ้น  
 ความต้องการที่หลากหลายมาจากการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้นจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคยุคนี้เป็นนักชื้อมากกว่านัก  
 ออมแต่ก็เป็นนักชื้อที่ฉลาดในการแสวงหาข้อมูลความรู้ในการตัดสินใจชื้อเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ  
 ตนเอง และได้รับความพึงพอใจต่อสินค้า หรือ บริการต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันในวงการธุรกิจ  
 ปัจจุบันอย่างมากไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าใดๆ ก็ตาม  
 ผู้ประกอบการธุรกิจจึงหันมาให้ความสนใจแข่งขันกันในด้านบริการลูกค้าเพิ่มขึ้น ดังนั้นการบริการ  
 จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้น และพยายามที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับให้  
 มากที่สุดการให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือ ผู้รับบริการถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจทุกประเภท  
 คุณภาพการบริการจะส่งผลต่อการเกิดทัศนคติเกิดการเรียนรู้ และเกิดพฤติกรรมกาซื้อและการใช้บริการ  
 (อนุวัติ สงสม, 2557)

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันกันสูงและต้องเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าการจะมีห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าใดร้านค้าหนึ่งผูกขาดในธุรกิจนี้จึงแทบจะเป็นไปไม่ได้ เพราะสุดท้ายก็จะมีคนเข้าห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้ารูปแบบใหม่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดไป และถ้าผู้ประกอบการค้าปลีกไม่มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงการบริการของตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จะไม่สามารถอยู่ในธุรกิจนี้ได้ ในธุรกิจค้าปลีกจึงมักจะมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดอยู่ตลอดเวลาการละเลยความสนใจในเรื่องความสัมพันธ์ของผู้ขายกับลูกค้า และคุณภาพในการให้บริการจะส่งผลให้ความผูกพันของลูกค้ากับองค์กรลดน้อยลงลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับองค์กรอื่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องเกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าและขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับพนักงานขายรวมถึงคุณภาพในการให้บริการที่องค์กรส่งมอบให้กับลูกค้า (ฉวีวรรณ ชูสนุก และคณะ, 2560)

จากที่ความสำคัญของร้านค้าสมัยใหม่หรือธุรกิจค้าปลีกดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไรการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้มาใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้จากสูตรขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทางออนไลน์

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นถึง แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ ความรู้เกี่ยวกับโมเดิร์นเทรด

### 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ลักษณะของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจต่อผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985)

ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามแนวคิดประสิทธิภาพการให้บริการของ Miller (1954)

### 4. ขอบเขตด้านสถานที่

อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### 5. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน ในระหว่างเดือน สิงหาคม - ตุลาคม 2565

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถาม มี 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจต่อผู้ให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale ) จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale ) จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายระดับความสำคัญโดยเทียบค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.42-4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

## 2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษา

2. ทำการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยคุณภาพการบริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรด

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบ ข้อบกพร่อง และ นำข้อเสนอแนะมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

4. การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านทดสอบหาความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

0 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา ไม่แน่ใจว่าจะนำไปวัดได้

-1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

5. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ถ้าค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ สามารถนำไปใช้วัดได้ ถ้าข้อคำถามใดมีค่าน้อยกว่า 0.50 ข้อคำถามนั้นก็ถูกตัดออกไป หรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

7. หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม(Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์



สหสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cronbach's Alpha coefficient ของ Cronbach (1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.975 ถ้าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.71 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง) (Garett, 1965, p. 29) สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

## สรุปผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.26 อายุ 45 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 46.90 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 74.55 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 73.77 มีอาชีพ อิสระ/ค้าขาย ร้อยละ 51.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ร้อยละ 65.19

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.39$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ( $\bar{x} = 4.44$ ) ด้านความเข้าใจต่อการบริการ ( $\bar{x} = 4.42$ ) ด้านความมั่นใจในบริการ ( $\bar{x} = 4.39$ ) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ( $\bar{x} = 4.36$ ) และ ด้านความเป็นรูปธรรม ( $\bar{x} = 4.35$ ) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ ) และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับคืออันดับที่ 1 คือ สินค้าหรือบริการมีปริมาณ และคุณภาพที่ต้องการ ( $\bar{x} = 4.35$ ) อันดับที่สอง คือ การให้บริการรวดเร็ว และมีการปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ ( $\bar{x} = 4.33$ ) และอันดับที่ 3 คือ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{x} = 4.30$ ) ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับลักษณะของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ ปัจจัยคุณภาพการบริการ พบ ปัจจัยคุณภาพการบริการ จำนวน 4 ตัวคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ( $X_1$ ) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $X_2$ ) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) และด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_4$ ) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของ พนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสูงเรียงตามลำดับคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ( $X_1$ ) ( $\beta = 0.339$ ) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) ( $\beta = 0.256$ ) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $X_2$ ) ( $\beta = -0.178$ ) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_4$ ) ( $\beta = 0.161$ ) ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 34.00 และเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.264 + 0.321X_1 - 0.140X_2 + 0.241X_3 + 0.119X_4$$

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านความเข้าใจต่อการบริการ ด้านความมั่นใจในบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ และ ด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ น้ำลิน เทียมแก้ว (2560) เรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2559 ที่พบว่า คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนากร ชมโคกรวด (2561) ที่พบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคุณภาพบริการสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจรองลงมาคือ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการใส่ใจลูกค้า และด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับคืออันดับที่ 1 คือ สินค้าหรือบริการมีปริมาณ และคุณภาพที่ต้องการ อันดับที่สอง คือ การให้บริการรวดเร็ว และมีการปรับปรุงคุณภาพอยู่ และอันดับที่ 3 คือ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาของตระกูล อมรนาถ (2559) เรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนของส่วนโยธาองค์การบริหารส่วนตำบล หนองไม้ซุง อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนรวมอยู่ในระดับมาก เรียง ตามลำดับคือ ด้านความเสมอภาค และเป็นธรรม ด้านความทั่วถึง ด้านความคุ้มค่าและด้านสนองตอบความต้องการความรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีนทิพย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี (2564) เรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล บางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีที่พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนอยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับลักษณะของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของวสมน บุญรุ่ง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการสปา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรีที่พบว่า เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยากับ ปัจจัยคุณภาพการบริการ พบ ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสูงเรียงตามลำดับคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ สอดคล้อง

กับผลการศึกษาของโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) เรื่อง คุณภาพการบริการและการบริหาร และความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความภักดีของผู้ใช้บริการ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการและการบริหารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของรุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) เรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ ที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ รองลงมาคือคุณภาพการให้บริการด้านการความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโมเดิร์นเทรดในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยที่ให้ความสำคัญสูงสุดคือด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ โดย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่/พนักงานให้ความรู้เรื่องการให้บริการถูกต้องครบถ้วน และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ด้านการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพราะความรู้สึกมีความมั่นใจเกิดจากความรู้ ความสามารถ และมารยาทของบุคลากร และความสามารถในการสร้างความเชื่อถือ และไว้วางใจ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในบริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลการศึกษา ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจต่อการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้ความสนใจเอาใจใส่ดูแลและแก้ปัญหาต่าง ๆ แก่ผู้บริการเป็นอย่างดีและ เอาใจใส่และช่วยให้คำแนะนำแก้ปัญหาให้กับผู้บริการ ให้เกียรติและให้ความสำคัญต่อผู้บริการ ดังนั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ให้ความสำคัญกับความเข้าใจต่อการบริการ ควรมีการอบรมการบริการให้เจ้าหน้าที่และพนักงานการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงสถานบริการเอาใจใส่ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจและให้ความสนใจเป็นรายบุคคล มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้คำปรึกษา มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้บริการในลักษณะที่เป็นห่วงเป็นใย และมีความรับผิดชอบ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับการตอบสนองซึ่งเกิดจาก ความตั้งใจในการที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และให้บริการที่รวดเร็ว

ผลการศึกษา ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจในบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ให้ความรู้เรื่องการให้บริการถูกต้องครบถ้วน มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ควรให้ความสำคัญกับความมั่นใจในบริการ ควรมีการควบคุมการบริหารจัดการการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจในบริการจากลูกค้า ควรการฝึกอบรมผู้ให้บริการต่าง ๆ มีทักษะความรู้ และความสามารถในการให้บริการ มีจริยธรรมในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าการบริการมีความปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ผลการศึกษา ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการมีสินค้าให้มีเพียงพอกับการให้บริการที่ครบถ้วนเพื่อสนองความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ควรให้ความสำคัญกับความมั่นใจในบริการ ให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการผู้ให้บริการที่น่าประทับใจ

ผลการศึกษา ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อาคาร/สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและเป็นระเบียบ ดังนั้นผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ควรให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ความสะอาดของอาคารสถานที่ที่ให้บริการ มีที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการ

ผลการศึกษาประสิทธิภาพการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับประสิทธิภาพการบริการ ซึ่งวัดจากความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ ทั้งความสะดวก สบายในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ควรให้ความสำคัญกับความรู้สึกลูกพอใจ ชอบใจ สนใจ ความตั้งใจที่จะปฏิบัติงาน โดยมีสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ขององค์กร ควรให้การฝึกอบรมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และพนักงานให้มีการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ