

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าระบบตู้แช่อาหารและห้องเย็น กรณีศึกษา ร้านค้าสะดวกซื้อ

A STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION REFRIGERATION SYSTEM (SHOWCASE&COLD STORAGE) A CASE STUDY OF CONVINIENCE STORE

พงษ์ศักดิ์ ขำครุฑ¹

¹บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น E-mail: pongsak_khamkrut@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในเรื่องนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการติดตั้งตู้แช่อาหารและห้องเย็น และเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของบริษัท กรณีศึกษาเครื่องมือการศึกษาใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของบริษัทกรณีศึกษาที่ดำเนินการสั่งซื้อและติดตั้งตู้แช่อาหารและห้องเย็นมาเป็นเวลามากกว่า 2 ปี ภายในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 208 สาขา ได้มาจากกลุ่มประชากร 430 สาขา การศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์สูงที่สุดได้แก่ ความทนทานภายนอก ของตู้แช่เย็นแข็งแบบมีประตูกระจก (Freezer) (2.26) เนื่องจากความทนทานของตู้แช่ภายนอกนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สภาพอายุการใช้งานตู้แช่นั้นยาวนานมากขึ้น 2. การให้บริการพนักงานรับเรื่อง Call Center สูงที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการโทรศัพท์ติดต่อแจ้งซ่อมเครื่อง (2.15) เนื่องจากการเพิ่มคู่มือโทรศัพท์และการให้บริการ 24 ชั่วโมง 3. การให้บริการหลังการขายของพนักงานซ่อมบำรุง สูงที่สุดได้แก่ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบสำหรับงานบริการของพนักงานซ่อมบำรุงตามนโยบายของบริษัท มีความสุภาพเรียบร้อย พุดจาสุภาพ อธิบายดี วางตัวเหมาะสม (2.23)

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ปัจจัยการให้บริการ, ตู้แช่อาหารและห้องเย็น

Abstract

The research objectives were to study the factors that influence the customers' satisfaction and evaluate their satisfaction levels from the showcase and cold storage installation. The improvement guidelines were also studied and proposed in order to improve the quality of products and services. The questionnaires were used as the research instrument to collect data. The 208 samples from the total population 430 firms were selected from the company's Bangkok customers who purchased and installed the showcase and cold storage for more than two years. The study found that the influencing satisfaction factors were as follows. 1. The highest product factor was the exterior durability of the glass door (Freezer) (2.26) due to the importance of the exterior showcase in order to extend their

more lasting life. 2. The highest Call Center services factor was the requesting convenience of calling to repair (2.15) due to the increasing of the telephone lines and their 24-hours availability. 3. The highest factor of the after-sales services was the maintenance staffs' uniform (2.23) due to the company's policy to maintain the ordered image.

Keywords : Satisfaction, Services factor, Showcase and cold storage.

1. บทนำ

การเติบโตในภาคธุรกิจร้านสะดวกซื้อนั้น ปัจจุบันมีการแข่งขันและขยายตัวเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้จำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น การสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับคู่แข่ง โดยอาศัยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์สินค้านั้น นับเป็นส่วนสำคัญที่คู่แข่งแต่ละรายนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า หากสามารถมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้วก็จะทำให้สามารถสร้างผลกำไรกลับคืนสู่บริษัทได้ และยังเป็นการแข่งขันทางการตลาดจากคู่แข่งอีกด้วย

บริษัท กรณีศึกษา ซึ่งเป็นบริษัทมหาชน ไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งก่อตั้งในประเทศไทยในปี พ.ศ.2539 โดยเริ่มจากการนำเข้าตู้แช่สินค้าจากต่างประเทศ มาจำหน่ายให้กับ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ชั้นนำของประเทศไทย มากกว่า 18 ปี และมีชื่อเสียงในการให้บริการหลังการขายเป็นอย่างมากในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทมีความเติบโตของกิจการเป็นอย่างมากขึ้น หลังจากการเข้าควบรวมกิจการของบริษัท พานาโซนิค ทำให้มีความหลากหลายทั้งในผลิตภัณฑ์ และการนำเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงานเข้ามาเป็นจุดเด่นในด้านการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ดังนั้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ได้รับการติดตั้งระบบตู้แช่อาหารและห้องเย็น ว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลใดบ้างที่เข้ามามีส่วนช่วยให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ระบบตู้แช่อาหารและห้องเย็น ซึ่งความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจนั้นหากสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดโอกาสในการขายซ้ำ นำมาซึ่งผลประโยชน์กับบริษัท เช่น การสร้างความประทับใจในผลิตภัณฑ์ การให้บริการของพนักงานบริษัทต่อลูกค้า [1-3]

2. วิธีการศึกษา

ขั้นตอนการศึกษา มีดังนี้

2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของบริษัท
กรณีศึกษาที่ดำเนินการสั่งซื้อและติดตั้งตู้แช่อาหารและห้องเย็น มาเป็นเวลา
มากกว่า 2 ปี ภายในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งมีจำนวนรวม 430 สาขา

กลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากกลุ่มประชากร 208 สาขา เฉพาะเขต
กรุงเทพฯ โดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Yamane. 1967)

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บจากแบบสอบถามจากพนักงานในสาขาของลูกค้านั้นสะดวกซื้อ
ของบริษัทกรณีศึกษาที่ดำเนินการสั่งซื้อและติดตั้งตู้แช่อาหารและห้องเย็น
มาเป็นเวลามากกว่า 2 ปี ภายในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งมีจำนวนรวม 430 สาขา
โดยทำการเก็บตัวอย่างลูกค้านั้น 208 สาขา

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

3. ผลการศึกษา

ผลข้อมูลความพึงพอใจระบบตู้แช่อาหารและห้องเย็น

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความพอใจของแต่ละรุ่นผลิตภัณฑ์แสดงเป็นร้อยละ
ค่าเฉลี่ย

ประเภทผลิตภัณฑ์	ตู้แช่เย็น อาหารแบบ หน้าเปิด (Open Type)	ตู้แช่เย็น แบบมีประตู กระจก (Beverage)	ตู้แช่เย็น แช่แบบมี ประตู กระจก (Freezer)	ห้องเย็นเก็บ สินค้า แบบสต็อก (Cold Storage)
การรักษาอุณหภูมิเป็นไป ตามมาตรฐานของการเก็บ รักษาอุณหภูมิสินค้า	1.97	2.08	2.04	2.01
ขนาดความสูง	2.04	2.08	2.06	2.02
ขนาดและปริมาณการ จัดเก็บภายในมีความ เหมาะสม	1.95	2.07	2.02	2.02
ความทนทานของชั้นวาง สินค้า	2.08	2.12	2.13	2.08
ความทนทานภายนอก	2.14	2.11	2.26	2.10
การเปิดปิด ประตูทำได้ง่าย	N/A	2.07	2.11	2.13
ภาพรวมความพึงพอใจ	2.02	2.09	2.04	2.03

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพอใจของแต่ละ
รุ่นผลิตภัณฑ์ในสาขาของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวแทนร้านค้า
สะดวกซื้อจำนวน 208 สาขา สามารถจำแนกได้ดังนี้

ในส่วนของผลิตภัณฑ์พบว่าตู้แช่เย็นอาหารแบบหน้าเปิด (Open
Type) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดเรื่องความทนทานภายนอก สูงสุดคิดเป็นร้อยละ

2.14 เนื่องจากความทนทานของตู้แช่ภายนอกนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้
สภาพอายุการใช้งานตู้แช่นั้นยาวนานมากขึ้น ส่วนตู้แช่เย็นแบบมีประตู
กระจก (Beverage) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดเรื่องความทนทานของชั้นวางสินค้า
สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 2.12 เนื่องจากความทนทานของแผ่นชั้นสินค้าซึ่ง
ส่วนใหญ่เป็นประเภทเครื่องดื่มทำให้มีน้ำหนักสินค้ามากก็ออกแบบแผ่นชั้น
สำหรับรองรับน้ำหนักปริมาณมากก็จะช่วยให้สร้างความพึงพอใจได้ ส่วนตู้
แช่เย็นแช่แบบมีประตูกระจก (Freezer) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดเรื่องความ
ทนทานภายนอก สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 2.26 เนื่องจากความทนทานของตู้
แช่ภายนอกนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สภาพอายุการใช้งานตู้แช่นั้นยาวนาน
มากขึ้น การผลิตที่ได้มาตรฐานการผลิต การทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนนำส่ง
ลูกค้า ล้วนเป็นปัจจัยในการทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ ส่วนห้องเย็นเก็บ
สินค้าแบบสต็อก (Cold Storage) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดเรื่องการเปิดปิด
ประตูทำได้ง่าย สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 2.13 เนื่องมาจากการใช้งานในการเก็บ
สินค้าเพื่อสำรองก่อนจะนำออกมาจัดจำหน่ายในพื้นที่ขายนั้น ห้องเย็นเก็บ
สินค้าแบบสต็อกต้องถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่ายเพื่อเพิ่มความ
รวดเร็วในการทำงานให้กับผู้ใช้งาน ประตูเปิดปิดได้ง่ายมีน้ำหนักเบาที่จะ
สร้างความพึงพอใจได้

ตารางที่ 2 ผลความพึงพอใจเรียงลำดับจากมากที่สุด 5 ลำดับแรก

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย
1. ความทนทานภายนอก ของตู้แช่เย็นแช่แบบมีประตูกระจก (Freezer)	2.26
2. ความทนทานของภายนอก ของตู้แช่เย็นอาหารแบบหน้าเปิด (Open Type)	2.14
3. การเปิดปิดประตูห้องเย็นทำได้ง่าย ของห้องเย็นเก็บสินค้าแบบสต็อก (Cold Storage)	2.13
4. ความทนทานของชั้นวางสินค้าของตู้แช่เย็นแช่แบบมีประตูกระจก (Freezer)	2.13
5. ความทนทานของชั้นวางสินค้า ของ ตู้แช่เย็นแบบมีประตูกระจก (Beverage)	2.12

จากตารางที่ 2 พบว่าภาพรวมความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ตู้แช่
อาหารและห้องเย็นแต่ละประเภทนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลได้แก่ ความทนทาน
ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง ทนทาน ตลอด
อายุการใช้งาน เนื่องจากการใช้งานตู้แช่อาหารและห้องเย็นนั้น มี แผ่นชั้น
จำเป็นต้องแข็งแรงเพื่อรองรับกับน้ำหนักของสินค้าที่จะนำมาจัดเรียง
ภายในตู้แช่อาหารและห้องเย็น การเลือกวัสดุที่ดีที่สุดที่เหมาะสมจะช่วยยืดอายุ
การใช้งานที่ยาวนานมากขึ้น อีกทั้งวัสดุภายนอกตู้แช่อาหารและห้องเย็น
ต้องรับแรงกระแทกที่เกิดจากใช้งานได้ทั้งจากพนักงานจัดเรียงสินค้าเองหรือ
จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ

ตารางที่ 3 ผลข้อมูลค่าเฉลี่ยการให้บริการหลังการขายของพนักงานรับเรื่อง
Call Center

การให้บริการหลังการขายของพนักงาน รับเรื่อง Call Center	พอใจ มาก	พอใจ	ควร ปรับปรุง	ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกในการโทรศัพท์ติดต่อแจ้งซ่อม เครื่องหรือสอบถามปัญหา	40	156	9	2.15
ความรวดเร็วในการตอบข้อซักถามต่างๆ	31	165	9	2.11
มารยาทในการติดต่อสื่อสารของพนักงาน	30	166	9	2.10
รับฟังปัญหาและความต้องการของลูกค้า	25	174	6	2.09

ที่ 3 ผลข้อมูลค่าเฉลี่ยการให้บริการหลังการขายของพนักงานรับเรื่อง Call Center (ต่อ)

การให้บริการหลังการขายของพนักงานรับเรื่อง Call Center	พอใจมาก	พอใจ	ควรปรับปรุง	ค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจต่อการอธิบายละเอียดหลังซ่อม	24	172	9	2.07
พนักงานให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตู้แช่อาหารและห้องเย็น	22	174	9	2.06
ภาพรวมความพึงพอใจพนักงานรับเรื่อง Call Center	20	176	2	2.09

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีความพึงพอใจส่วนใหญ่พอใจในความสะดวกในการโทรศัพท์ติดต่อแจ้งซ่อมเครื่องหรือสอบถามปัญหาสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยความพอใจเท่ากับ 2.15 อันเนื่องมาจากการให้บริการ 24 ชั่วโมงของทางบริษัทกรณีศึกษา โดยมีเบอร์โทรศัพท์สำหรับการติดต่อติดต่อไว้ที่บริเวณตู้แช่ ช่วยให้ทางสาขาสามารถมีความสะดวกในการแจ้งซ่อมหากเกิดปัญหาหรือความผิดปกติเกี่ยวกับตู้แช่อาหารและห้องเย็นได้ตลอดเวลา

ตารางที่ 4 ผลข้อมูลค่าเฉลี่ยการให้บริการหลังการขายของพนักงานซ่อมบำรุง

การให้บริการหลังการขายของพนักงานซ่อมบำรุง	พอใจมาก	พอใจ	ควรปรับปรุง	ค่าเฉลี่ย
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พูดจาสุภาพ อธิบายดี วางตัวเหมาะสม	59	137	12	2.23
พนักงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการซ่อมแซมเพียงพอต่อการใช้งาน	40	154	14	2.13
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว/เอาใจใส่ และเต็มใจให้บริการ	35	161	12	2.11
ขณะซ่อมบำรุงพนักงานได้ดูแลและจัดวางสินค้าไม่ให้เสียหาย	28	166	14	2.07
พนักงานสามารถแนะนำวิธีการใช้งาน/การแก้ไขเบื้องต้น ได้เป็นอย่างดี	25	173	10	2.07
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ สามารถแนะนำ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	21	175	12	2.04
พนักงานสามารถวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างถูกต้อง	15	177	16	2.00
ภาพรวมความพึงพอใจการให้บริการหลังการขายของพนักงานซ่อมบำรุง	20	174	6	2.07

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีความพึงพอใจส่วนใหญ่พอใจในพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พูดจาสุภาพ อธิบายดี วางตัวเหมาะสม สูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยความพอใจเท่ากับ 2.23 อันเนื่องมาจากการที่นโยบายของทางบริษัทที่กำหนดรูปแบบชุดยูนิฟอร์มมาตรฐานสำหรับงานบริการของพนักงานซ่อมบำรุง การฝึกอบรมเรื่องมารยาทในการให้บริการก็เป็นอีกส่วนหนึ่งในการสร้างความประทับใจให้กับทางสาขา

4. สรุป

การศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดได้แก่ ความทนทานภายนอก ของตู้แช่เย็นแช่แบบมีประตูกระจก (Freezer) (2.26) เนื่องมาจากความทนทานของตู้แช่ภายนอกนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สภาพอายุการใช้งานตู้แช่นั้นยาวนานมาก

ขึ้น, การให้บริการพนักงานรับเรื่อง Call Center สูงที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการโทรศัพท์ติดต่อแจ้งซ่อมเครื่อง (2.15) เนื่องจากการเพิ่มคู่มือสายโทรศัพท์และการให้บริการ 24 ชั่วโมง, การให้บริการหลังการขายของพนักงานซ่อมบำรุง สูงที่สุดได้แก่ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบสำหรับงานบริการของพนักงานซ่อมบำรุงตามนโยบายของบริษัท มีความสุภาพเรียบร้อย พูดจาสุภาพ อธิบายดี วางตัวเหมาะสม (2.23)

เอกสารอ้างอิง

- [1] เฉลิมขวัญ ชูปั้น. พฤติกรรมการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). อยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, (2550).
- [2] ชัยวัฒน์ ดันตือภิบาลกุล. ความพึงพอใจของผู้รับบริการร้านสะดวกซื้อ : กรณีศึกษา เซเว่นอีเลฟเว่น สาขาชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (รัฐศาสตร์). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา, (2554).
- [3] ภควดี กิจจำเริญ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกประเภทสะดวกซื้อระบบแฟรนไชส์ (คอนวีเนียนสโตร์) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร, (2552).