

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

สภาพการณ์เศรษฐกิจประเทศไทยในปัจจุบันในการสร้างความได้เปรียบและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจ ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านบริการ เพื่อเป็นแนวทางที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพด้านการให้บริการที่สามารถยืนหยัดได้ภายใต้ยุคแห่งการแข่งขัน กลยุทธ์เกี่ยวกับการให้บริการที่ดีคุณภาพนั้น จะต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานเป็นเครื่องมือทางการบริหารและพัฒนาองค์กรที่มีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลก วิกฤตอาจจะช่วยส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดเป็นกลยุทธ์ด้านให้บริการเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายต่อไป

การที่จะสร้างภาพพจน์ของธุรกิจบริการ ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนนั้นจะต้องมีการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการทั้งด้านการดูแลลูกค้า และการรับรองลูกค้าเพื่อให้ธุรกิจบริการมีการบริหารงานทางด้านการให้บริการอันดับหนึ่งของธุรกิจซื้อขายไปและบริการน้ำมันในประเทศไทย จึงทำให้เล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการ การให้บริการที่ดีนั้นคือ คุณภาพของการให้บริการ หมายถึง การให้บริการลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกสบายที่ได้รับ ด้านความชัดเจนของข้อมูล ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านความเท่าเทียมกันในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของการบริการ ด้านความทันสมัยของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการให้บริการ (สุรศักดิ์ นานานุกูล, 2533 : 84 อ้างถึง สุเนตร พรรณเดงเนตร, 2540 : 28)

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับและเชื่อถือต่อการทำงานของธุรกิจ รวมถึงการบริหารงานของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติของการให้บริการธุรกิจขายสินค้าและบริการน้ำมันทั่วประเทศ เพื่อเป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับและความเชื่อถือของประชาชน สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือคุณภาพของการบริการ เพื่อทำให้เกิดศักยภาพของการดำเนินงาน การที่ธุรกิจให้ความสำคัญของการบริการ เรื่องความสะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการความพึงพอใจในสถานที่ให้บริการ

รวมถึงความทันสมัยของเทคโนโลยี และข้อมูลที่ทันสมัยสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้ธนาคารออมสินมีประสิทธิภาพในเรื่องของการบริการประชาชนและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจอีกด้วย

สถานการณ์ในปัจจุบันธุรกิจให้บริการน้ำมันและร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) นั้นมีเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก การที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอดได้นั้น สิ่งสำคัญก็คือลูกค้าหรือผู้บริโภค ธุรกิจปั้มน้ำมันและร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) หลายแห่ง จึงมีการตื่นตัวหากลยุทธ์และวิธีการต่างๆ ในการบริการลูกค้าเพื่อให้คุณภาพ และเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีการให้บริการปั้มน้ำมันและร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเอง โดยมีปั้มน้ำมัน 1 ปั้ม และร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) ภายในปั้มน้ำมัน 1 ร้าน เพื่อบริการบุคลากร นิสิต นักศึกษา ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และประชาชนทั่วไป จากการให้บริการปั้มน้ำมันและร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ผ่านมา มีทั้งส่วนที่น่าพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ และส่วนที่ยังสร้างความไม่พึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมการให้บริการปั้มน้ำมันและร้านสะดวกซื้อ(7 – Eleven) ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven
2. เพื่อศึกษาการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้
5. เพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ผู้ศึกษาได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 63-83) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ราคา (Price)
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5) พนักงาน (People)
- 6) กระบวนการให้บริการ (Process)
- 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. การให้บริการ โดยประยุกต์จากคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 8 ด้าน (สุรศักดิ์ นานานุกูล. 2533 : 84 อ้างถึง สุเนตร พรรณเดวเนตร. 2540 : 28) ดังนี้

- 1) การต้อนรับ
- 2) สถานที่ประกอบการ
- 3) ความสะอาดสบายที่ได้รับ
- 4) ความชัดเจนของข้อมูล
- 5) ระยะเวลาในการให้บริการ
- 6) ด้านความเท่าเทียมกันในการให้บริการ
- 7) ด้านความรวดเร็วของการบริการ
- 8) ด้านความทันสมัยของการให้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 620 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 250 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ

2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 1 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2553

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของความพึงพอใจกับการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความพึงพอใจของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

ตัวแปรตาม ได้แก่ การให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

กลุ่มที่ 2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจ และการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ และการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

2. ความพึงพอใจที่มีผลกระทบต่อการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven

3. บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความพึงพอใจของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven แตกต่างกัน

4. บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นความพึงพอใจ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven รวมทั้ง 7 ด้าน ได้แก่

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) หมายถึง สินค้าที่ลูกค้าได้รับบริการ และตัวสินค้าที่ลูกค้าซื้อ

1.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาของผลิตภัณฑ์ ที่มีความเหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของสหกรณ์ สถานที่ จอดรถและขนาดพื้นที่การให้บริการ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การเผยแพร่หนังสือเอกสาร ความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร หรือมีรางวัล ชิงโชค เพื่อเกิดความจงรักภักดีของลูกค้า

1.5 ด้านพนักงาน (People) หมายถึง การช่วยเหลือให้บริการของเจ้าหน้าที่ กิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ความรอบรู้ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และความสุภาพเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ความต่อเนื่องของการ ให้บริการความชัดเจน ทัศนคติ และเป็นกันเองกับลูกค้า

1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การจัดตกแต่ง สถานที่บริการ และความสะอาดสบายในการซื้อสินค้าและการให้บริการ

2. การให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจของการรับ บริการของพนักงานของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 – Eleven ทั้ง 8 ด้าน ดังนี้

2.1 การต้อนรับ หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งได้แก่พนักงานในการ ต้อนรับ หรือบริการลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารด้านความรวดเร็วของการบริการ

2.2 สถานที่ประกอบการ หมายถึง ที่ทำการอาคารสถานที่ของปั้มน้ำมัน และร้าน สะดวกซื้อ 7-Eleven

2.3 ความสะอาดสบายที่ได้รับ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

2.4 ความชัดเจนของข้อมูล หมายถึง รายละเอียดในการให้บริการของพนักงาน ต่อลูกค้าปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ถูกต้อง แม่นยำ

2.5 ระยะเวลาในการให้บริการ หมายถึง ระยะเวลาการมาใช้บริการของลูกค้ากับ ปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในแต่ละครั้ง

2.6 ด้านความเท่าเทียมกันในการให้บริการ หมายถึง การให้บริการของพนักงาน ต่อลูกค้าปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในอัตราที่เท่าเทียมกันทุกคน ไม่แบ่งแยกว่า ลูกค้าจะประกอบอาชีพการงานอะไร

2.7 ด้านความรวดเร็วของการบริการ หมายถึง ระยะเวลาที่พนักงานให้บริการกับลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ

2.8 ด้านความทันสมัยของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในการให้บริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยี หรือเครื่องอำนวยความสะดวกอื่นๆ

3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานของของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

4. ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการของของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 - Eleven บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่มาใช้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 - Eleven
2. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการพิจารณาการกำหนดนโยบายการให้บริการต่อลูกค้ามีความพึงพอใจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 - Eleven ให้สอดคล้องความต้องการของลูกค้า
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านปั้มน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 7 - Eleven ในการปรับปรุงด้านการบริหารงาน
5. เพื่อเป็นแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการให้บริการต่อลูกค้า