



ชื่อเรื่องวิจัย

ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ

ชื่อผู้วิจัย

อาจารย์ยุพิน เกิดป้อม

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ กรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย	ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ
ชื่อผู้วิจัย	อาจารย์ยุพิน เกศป้อม
สาขาวิชา	สำนักการคลัง วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ
ปีการศึกษา	2564

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ จำนวน 513 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปว่า

ผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด คือข้อที่ 1 การให้บริการโรงอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจน้อยที่สุด คือข้อที่ 5 ความหลากหลายของประเภทอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน คือ อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล ที่เสียสละเวลาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจนมีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ได้

ขอขอบคุณนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษาร ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ยุพิน เกิดป้อม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญ.....	(3)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ลักษณะและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
เอกสารที่เกี่ยวกับทัศนคติ.....	4
เอกสารที่เกี่ยวกับพฤติกรรม.....	9
เอกสารที่เกี่ยวกับบริการ.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	15
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	15
เครื่องมือในการวิจัย.....	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	16
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	16
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปลผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	21
สรุปลผล.....	21
อภิปรายผล.....	22
ข้อเสนอแนะ.....	22
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	22
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	22
บรรณานุกรม.....	23
ประวัติผู้วิจัย.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ลักษณะและความสำคัญของปัญหา

การดำรงชีวิตของคนเราต้องอาศัยส่วนที่จำเป็นมากในการดำรงชีวิตในแต่ละวันและแต่ละวันสิ่งที่เราต้องการคือการกินอาหารเพื่อความอยู่รอด ถ้าเราขาดอาหารก็จะไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในแต่ละวันแม้ว่าโลกเราทุกวันนี้จะเจริญรุดหน้าด้วยวิทยาการและเทคโนโลยีอันก้าวหน้ากว้างไกลเพียงใดก็ตามแต่อาหารก็ยังเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอยู่สำหรับชีวิตของคนเราโดยไม่มีสิ่งหนึ่งสิ่งใดมาทดแทนได้เพราะชีวิตทุกชีวิตจะต้องบริโภคอาหารเพื่อบรรเทาความหิวและเสริมสร้างบำรุงร่างกายให้เติบโตแข็งแรง ดังนั้นธุรกิจอาหารจึงเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบันเนื่องจากหลายคนมองเห็นโอกาสทางการตลาดแต่การเป็นเจ้าของธุรกิจอาจไม่ง่ายเหมือนที่หลายคนคิดไม่ใช่เพียงแค่มีเงินทุนก็ทำได้เนื่องจากปัจจุบันโลกที่ไร้พรมแดนสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมแลปัจจัยเกื้อหนุนต่างๆที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาภาวะการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้นทุกขณะเฉกเช่นทุกวันนี้

ดังนั้นการทำธุรกิจอาหารในปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเพื่อจะทำให้ผู้ประกอบการทราบทิศทางในการดำเนินธุรกิจในอนาคตโดยการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างในตัวสินค้าให้โดดเด่นและแตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น โดยการทำการตลาดจะต้องเริ่มต้นที่การศึกษาความต้องการของลูกค้าแล้วนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดต่างๆเพื่อทำการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าโดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อการใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณเสรีรัตน์.2538:3) จึงกล่าวได้ว่าการตลาดเริ่มต้นที่ลูกค้าและสิ้นสุดลงที่ความพึงพอใจของลูกค้าฉะนั้นลูกค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในยุคปัจจุบันด้วยเหตุผลที่ว่าบริการที่ดีนั้นคือหัวใจหลักในการดึงดูดลูกค้าให้ติดอกติดใจเข้ามาใช้บริการผลที่จะตามมาหลังจากการบริการที่ดีแล้วนั้นก็คือภาพลักษณ์ที่ดีและยอดขายที่เพิ่มขึ้นจึงเป็นสาเหตุหลักๆที่นักการตลาดหรือผู้ประกอบการธุรกิจต้องทบทวนว่าปัจจัยที่จะดึงดูดค่านั้นดีเพียงพอรึหรือยังเด่นและด้อยกว่าคู่แข่งตรงไหนอะไรที่ต้องลงมือปรับปรุงเร่งด่วน “การบริการ” คือ อีกเหตุผลหนึ่งที่สามารถนำไปใช้ได้กับธุรกิจขนาดเล็กๆไปจนถึงการให้บริการระดับประเทศไม่ว่าลูกค้าของคุณจะซื้อสินค้าที่มีมูลค่า

เพียงไม่กี่บาทไปจนถึงสินค้าที่มีราคาหลักล้านการให้บริการที่ดีมีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า เนื่องจากความรู้สึกของลูกค้านั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อได้ตลอดเวลาหากวันนี้เราสามารถสร้างความรู้สึกดี ๆ กับลูกค้าได้เราก็ชนะใจลูกค้าได้เกินครึ่งแล้วส่วนอีกครึ่งหนึ่งก็ต้องดูว่าสินค้าของเรานั้นมีคุณภาพที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจได้มากน้อยเพียงใดนอกจากนี้แล้วการแข่งขันในการทำการตลาดคือเหตุผลหลักๆที่มีส่วนกระตุ้นให้ความต้องการของลูกค้ามีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคหลักๆที่เราต้องการขายสินค้านั้นมีความต้องการและความคาดหวังสูงกว่าที่ผ่านมาเพราะการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในยุคนี้ไม่ได้เกิดขึ้นและจบลงเพียงแค่การนำเงินมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าเท่านั้นแต่ลูกค้ามีความต้องการสิ่งอื่นๆตามมา

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจทำงานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา

จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ประจำปีการศึกษา 2564 (ณ วันที่ 14 มิถุนายน 2564 สำนักทะเบียนและวัดผล)

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษาพนิชยการ ประจำปีการศึกษา 2563 จำนวน 513 คน

ตัวแปรในการวิจัย คือ

1. ตัวแปรอิสระ คือ

1.1 เพศ

1.2 ระดับชั้น

1.3 สาขาวิชา

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษาพนิชยการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

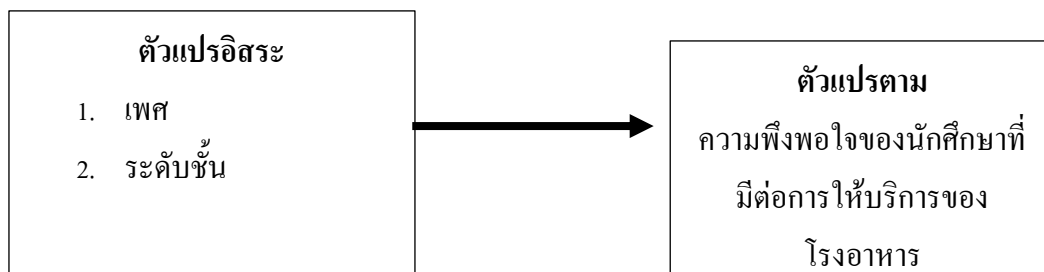
ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ซึ่งจะไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากเมื่อได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก

ร้านอาหาร หมายถึง สถานที่ขายอาหารภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการ
2. นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาร้านอาหารภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. เอกสารเกี่ยวกับบริการ
3. ประวัติร้านอาหารภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เมื่อได้สิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

มอส (Morse.1958:19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Vroom (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมใน สิ่งนั้น ทฤษฎีด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าที่ความคาดหวัง

Spector (1987) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการประเมินผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่แต่ละบุคคลคาดหวัง และผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง

Kotler & Armstrong (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสินค้า หรือการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Gronroos (1990) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ (1) องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า หรือการบริการคือ การที่ผู้รับบริการ จะรับรู้ได้ว่าสินค้า หรือการบริการที่ได้รับมีลักษณะตามคำมั่นสัญญาของกิจกรรม หรือการบริการแต่ ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในสิ่งที่ลูกค้า ต้องการ และ (2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการคือ ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่าง แท้จริง Rust &

Oliver (1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจสามารถสะท้อนให้เห็นได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เชื่อว่าประสบการณ์เป็นตัวทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นการตอบสนองของอารมณ์โดยรวม ที่เกิดจากการใช้สินค้า หรือบริการ

Patrick (2002) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นตัวบ่งชี้ที่เชื่อมโยงของการตัดสินใจซื้อซ้ำ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำ

เมনারด์ ดับบริล เชลลี่ (Maynard W. Shelly. 1975:9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและ ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและ ความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

เชลลี่ (Shelly, 1975, p. 119) ได้ศึกษาความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขเป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่

สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของ ความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) ทั้งนี้การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือการศึกษา ทรัพยากร หรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ซึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

โวลแมน (Wolman) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือตามแรงจูงใจ

วรูม (Vroom) ได้กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะ ทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดง ให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจในสินค้าและ/หรือบริการให้แก่ลูกค้า โดยหากพิจารณาความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ตามในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 จะพบว่า “พึงพอใจ” หมายถึง รัก หรือชอบใจ และ “พึงใจ” หมายถึง พอใจ หรือชอบใจ (Gotoknow, 2555) นอกจากนี้ยังมีบุคคลอีกจำนวนมากที่ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ซึ่งสามารถสรุปมาได้ ดังนี้

วิทย์ เทียงบูรณธรรม (2541, น. 754) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ในพจนานุกรมแปลไทย-อังกฤษ ไว้ว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความพอใจ ความเห็นใจ ความจุใจ ความแน่ใจ การชดเชย การไถ่บาปการแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย ในส่วนของ

Gillmer (1965, pp. 254-255, อ้างถึงใน เพ็ญแข ช่อมณี, 2544) ก็ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ ผลของเจตคติ ความคิด และความรู้สึกต่างๆ ของบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบประกอบของแรงงาน การมีความสัมพันธ์ กับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งความพึงพอใจนั้น ได้แก่ ความรู้สึกว่าประสบความสำเร็จในผลงาน ความรู้สึกที่ได้รับการยกย่องนับถือ และ ความรู้สึกว่ามีอำนาจหน้าในการปฏิบัติงาน ซึ่งก็คือ ความรู้สึกที่เป็นไปในทางบวก

เทพพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ (2540, น. 48) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะทางจิตใจ หรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวก ซึ่งเกิดขึ้น เนื่องมาจาก การประเมินตามประสบการณ์ของบุคคลหนึ่งๆ ซึ่งข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ

นภารัตน์ เสือจงพรู (2544, น. 15) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นได้ทั้งความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ หรืออาจหมายความถึง ความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ และความพึงพอใจ ยังเป็นความรู้สึกภายในที่ แต่ละบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่าง เหตุการณ์จริงกับความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็น ที่ คาดหวังไว้ หรือที่รู้สึกว่าคุณเองสมควรจะได้รับ โดยผลที่ได้นั้น จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ก็ถือว่าเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ดังที่ Campbell (1976, น. 117-124, อ้างถึงใน วาณี ทองเสวต, 2548) ได้กล่าวไว้เช่นกัน

Shelly (อ้างถึงใน ประกายดาว (2536, น. 204) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ นั่นคือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ โดยความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ซึ่งความสุขเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อน ขณะที่ วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์

กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับ การตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน และความต้องการ นั้นจะเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับไปตามธรรมชาติของมนุษย์ ดังทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs) มีลำดับความต้องการอยู่ 5 ขั้น ได้แก่

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ซึ่งมีพลังมากที่สุด เพราะเป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ตัวอย่างเช่น ความต้องการอากาศ อาหาร ยารักษาโรค หากความต้องการขั้นแรกยังไม่ได้รับการตอบสนองก็ยากที่จะพัฒนาสู่ขั้นอื่นๆ ได้

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and security needs) ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดเมื่อขั้นแรกได้รับการตอบสนอง ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการที่จะรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง หากไม่ได้รับการตอบสนองหากไม่ได้รับการตอบสนอง จะเกิดความรู้สึกหวาดกลัว วิตกกังวล ไม่มั่นคง

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของ (Belonging and love needs) เมื่อ 2 ขั้นแรกได้รับการสนองความต้องการแล้ว มนุษย์จะสร้างความรักและความผูกพันกับผู้อื่น

ขั้นที่ 4 ความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem needs) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถและความสำเร็จ มีความเคารพนับถือตนเอง

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem from others) คือ ความต้องการชื่อเสียง เกียรติยศ การยอมรับยกย่องจากผู้อื่น

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจประจักษ์ตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs) เป็น ความต้องการเพื่อตระหนักรู้ความสามารถของตนกับประพฤติปฏิบัติตนตามความสามารถ และสุด ความสามารถ โดยมุ่งเล็งประโยชน์ของคนอื่นและของสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญ

สรุปได้ว่า ทฤษฎีความต้องการของ Maslow นี้ผู้บังคับบัญชาจะต้องพยายามศึกษาความต้องการของผู้ร่วมงาน อยู่เสมอว่า แต่ละคนมีความต้องการสิ่งใด เพื่อว่า จะสามารถสนองความต้องการของ เขาได้ในระดับที่พึงพอใจ

จากความหมายที่ได้กล่าวในข้างต้น สามารถสรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่า เป็น ความรู้สึกทางบวกซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นๆ ในระดับที่ คาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวังนั่นเอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความพึงพอใจของมนุษย์ในด้านความรู้สึก ความคิดเห็นต่อ อารมณ์ตอบสนองต่อสภาพการณ์ต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานมี 3 ทฤษฎีดังนี้

1. Existence-growth Theory ได้แบ่งระดับความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ชั้น คือ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2530, หน้า 89-96)

1.1 ความต้องการดำรงอยู่ (Existence Needs) เป็นความต้องการจะดำรงชีวิตได้แก่ ความ ต้องการทางด้านร่างกายและด้านความปลอดภัย

1.2 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) เป็นความต้องการจะมีสัมพันธ์ กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม

1.3 ความต้องการด้านความก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดเป็นความต้องการที่จะได้รับความยกย่อง ในสังคม และได้รับความสำเร็จในชีวิต

2. ทฤษฎี 2 ปัจจัยของเฮริทซ์เบิร์ก ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานโดยใช้ทฤษฎีสององค์ประกอบของ (Herzberg's Two Factor Theory) หรือมีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น Motivation Maintenance Theory, Dual Factor Theory หรือ Motivation Hygiene Theory เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในการทำงาน เฮริทซ์เบิร์กและคณะได้ทำการทดลองโดยการสัมภาษณ์วิศวกรและนักบัญชีประมาณ 200 คน จากอุตสาหกรรม 11 แห่งในบริเวณเมืองพิตสเบิร์ก (Pittsburg) รัฐเพนซิลวาเนีย (Pennsylvania) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสอบถามจากคนงานแต่ละคนเพื่อหาคำตอบว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้เขาารู้สึกชอบหรือไม่ชอบตลอดจนหาสาเหตุจากการวิเคราะห์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เฮริทซ์เบิร์กและคณะได้สรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ที่สัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบงานของแต่ละบุคคล ปัจจัยดังกล่าวเรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator) และปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยสุขภาพอนามัย (Hygiene Factor)

3. ทฤษฎีลำดับความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs) มีแนวความคิดว่า

3.1 มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด

3.2 ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นความต้องการพื้นฐาน

3.3 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมนั้นๆ ต่อไป พัฒนาการทางบุคลิกภาพ

การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกศักดิ์ในการให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ ผู้ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical) ซึ่ง Millet เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามี จำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ ผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากความหมายของความพึงพอใจในการบริการที่กล่าวมาแล้วพอจะสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการใด ๆ เพื่อเป็นการให้ความสะดวกแก่บุคคลอื่นซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้ และสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งหลักการให้บริการประกอบไปด้วยการให้บริการ อย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า

เครื่องมือการวัดคุณภาพการบริการ

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้า แล้วต้องรีบต้อนรับต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละราย ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึงการบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของพนักงานผู้รับบริการจนทำให้เกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547 :106 อ้างอิงจาก Johnston, 1995 : Lloyd-walker & Cheung, 1998) คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหมายถึง สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองส่วนบริการที่เกินความต้องการของผู้รับบริการหมายถึง สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ หรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจ

2. แนวคิดคุณภาพการบริการ

1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ)
2. Assurance (ความมั่นใจ)
3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้)

4. Empathy (ความใส่ใจ)
5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า)

จรัญชัย กรเทศมหาชัย 2555 ในการวิจัยครั้งต่อมามีคณะผู้วิจัยทั้ง 3 คนดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมด รวม 5 ประการดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ (Accurate Performance) การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และบริการที่ให้ทุกครั้ง มีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (Dependable) หรือความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Dependable) (ผดุงศักดิ์ สายสระสง 2555) หรือเป็นความน่าเชื่อถือไว้วางใจในความสามารถที่จะให้บริการได้อย่างไว้วางใจ และมีความแม่นยำ และเชื่อถือได้ว่าจะส่งมอบบริการตามที่ได้สัญญาไว้ ความน่าเชื่อถือ มีความหมายว่าการปฏิบัติการให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่เริ่มดำเนินการและถูกต้องอยู่ตลอดเวลา จากการวิจัยความน่าเชื่อถือ จะเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญในประเด็นด้านงานบริการ(จรัญชัย กรเทศมหาชัย 2555)

2. Assurance (ความมั่นใจ) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) (ผดุงศักดิ์ สายสระสง 2555) หรือทำให้เกิดความมั่นใจ ความรู้หรือมารยาทของพนักงานและความสามารถที่จะส่งผ่านความน่าเชื่อถือ และการสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าขึ้น ในคุณภาพการบริการที่มี บ่อยครั้งผู้ให้บริการจะมอบซึ่งความมั่นใจในเบื้องต้นจากความสามารถในตัวตนที่เขามีอยู่(จรัญชัย กรเทศมหาชัย 2555)

3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ หรือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกๆ ประกอบด้วยสภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ผดุงศักดิ์ สายสระสง 2555) หรือสิ่งที่จับต้องได้เป็นหลักฐานทางกายภาพของการบริการ หรือสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้เพื่อช่วยทำให้ลูกค้าทราบรูปแบบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการได้ล่วงหน้า(จรัญชัย กรเทศมหาชัย 2555)

4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ (Good Communication) ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) (ผดุงศักดิ์ สายสระสง 2555) หรือเป็นการดูแล

เอาใจใส่ เป็นการสนใจดูแลลูกค้าและความตั้งใจของแต่ละบุคคลที่มีต่องานด้านบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า ความเอาใจใส่เป็นสิ่งต่างๆ ที่ได้รับการพิจารณาจากมุมมองของลูกค้า (จรัญชัย กรเกษมหาชัย 2555)

5. **Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า)** ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)(ผดุงศักดิ์ สายสระสง 2555)หรือการเป็นการตอบสนอง คือความยินดีและการมีความสามารถที่จะจัดให้มีบริการโดยฉับพลัน และเพื่อที่จะตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้า บ่อยครั้งที่ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับการขาดซึ่งการตอบสนองในส่วนต่างๆ ของการบริการที่มอบให้ที่ผู้จัดให้มีการบริการแสดงให้เห็นถึงการขาดการตอบสนอง เมื่อเขายากต่อการที่จะติดต่อ แสดงให้เห็นถึงการขาดการติดตาม การให้บริการที่ไม่ดี และกระทำเหมือนกบว่าได้ทำตามสิ่งที่ลูกค้าชอบแล้ว(จรัญชัย กรเกษมหาชัย 2555)

3. ประวัติร้านอาหารภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการ

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการเป็นโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2524 โดยบริษัท อรรณพวิทยัพณิชยการ จำกัด เป็นผู้รับใบอนุญาต และมีดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง เป็นผู้ลงนามถือกำเนิดขึ้นมาด้วยปณิธานอันแน่วแน่ในการสร้างเยาวชนของชาติให้มีศักยภาพการศึกษาในระดับสากล ปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ 280 ถ.สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 มีเนื้อที่ 3 ไร่ 74 ตารางวา ประกอบด้วย อาคารเรียนและอาคารปฏิบัติการจำนวน 4 หลัง

ในปัจจุบันวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการมีนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสาขาวิชาเรียนที่เปิดทำการเรียนการสอนประกอบไปด้วย สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ จากสาขาวิชาที่เปิดทำการเรียนการสอนทั้งหมดนี้มีจำนวนนักศึกษา(รอบวันอาทิตย์) รวมทั้งสิ้นประมาณ 625 คนวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการได้จัดตั้งโรงอาหารสำหรับรับประทานอาหารให้แก่นักศึกษาโดยมีจำนวนร้านค้าทั้งหมดจำนวน 5 ร้านค้า เพื่อให้บริการทางด้านโภชนาการและการบริโภค เพื่อให้นักศึกษานั้นไม่ต้องเดินทางออกไปรับประทานอาหารภายนอกวิทยาลัยเนื่องด้วยอาหารนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก และจะต้องเป็นอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการและถูกสุขอนามัยรวมไปถึงการบริการจากร้านค้าผู้ให้บริการ

ร้านอาหารภายในวิทยาลัยอรรณพวิทยัพณิชยการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มในวิทยาลัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำการตลาดโดยการบริหารธุรกิจบริการแบบประสมมาใช้บริการในการดำเนินงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทิ์ เฟ็งฟุ่ม (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารของบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า บุคลากรกระทรวงศึกษาธิการมีปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านว่า ด้านสุขอนามัยอยู่ระดับมาก และด้านอื่นๆระดับปานกลางและบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการที่มีเพศ อายุ สถานภาพการทำงาน และความถี่ในการใช้บริการในศูนย์อาหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นิรมล จ่านงศรี (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารของหน่วยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นประจำ เพราะมีความสะดวกในการเดินทาง และเป็นสถานที่พบกับเพื่อน และในส่วนผู้มาใช้บริการครั้งเดียวเนื่องจากว่าเข้ามารับประทานอาหารเช้าพบว่าอาหารไม่อร่อยไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีคุณภาพและผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบอาหาร ด้านการบริการด้านเจ้าหน้าที่ และด้านการต้อนรับ ส่วนในช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการโฆษณา มีความพึงพอใจระดับน้อย และผู้ใช้บริการเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

พริษฐ์ อนุคุณธนาการ (2546) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารจีฟี่ฟิทธิเช่น (บายทีอ็อปส์) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท พบว่า ผู้ใช้บริการในร้านอาหารมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และในส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่มีอาชีพการศึกษารายได้ต่างกัน ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนต่าง ๆ คือ กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง จัดสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล จัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ประจำปีการศึกษา 2564 (ณ วันที่ 14 มิถุนายน 2564 สำนักทะเบียนและวัดผล)

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการพัฒนวิชาการ ประจำปีการศึกษา 2563 จำนวน 513 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา คือ เพศ อายุ ระดับชั้น สาขาวิชา และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) เป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร
2. สร้างข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรปัจจัย และข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารกับนิยามศัพท์เฉพาะ
3. นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ประจำวิชาการวิจัยตลาดเพื่อปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วในข้อที่ 3 จัดทำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งเขียนคำชี้แจงในการตอบและวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงจุดประสงค์ของการวิจัยชี้แจงวิธีการตอบแบบสอบถามแก่นักศึกษา
2. ขณะที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสอบถามถึงปัญหาในข้อคำถามได้ตลอดเวลา
3. ตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีข้อมูลครบถ้วนหรือสมบูรณ์หรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์คำนวณค่าสถิติ หากค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป หาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ที่เป็นข้อมูลจากข้อคำถามที่เป็น rating scale จะหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรต่าง ๆ ใช้เกณฑ์ต่อไปนี้

คะแนน	4.50-5.00	คือ	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน	3.50-4.49	คือ	เห็นด้วยมาก
คะแนน	2.50-3.49	คือ	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน	1.50-2.49	คือ	เห็นด้วยน้อย
คะแนน	1.00-1.49	คือ	เห็นด้วยน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งได้ แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 727 คน ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัย ได้กำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
N	แทน	จำนวนประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

1.1 เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	224	43.7
หญิง	289	56.3

1.2 ระดับชั้น	ความถี่	ร้อยละ
ปวช.1	111	21.6
ปวช.2	150	29.2
ปวช.3	110	21.4
ปวส.1	56	10.9
ปวส.2	86	16.8

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร
(จัดลำดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย)

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น/ พึงพอใจ
1	การให้บริการ โรงอาหาร	พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.23$, SD=0.86)
2	การให้บริการของสหกรณ์ (ATC ซุปเปอร์มาร์ท)	พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.20$, SD=0.89)
3	ความสะอาดของบริเวณร้านค้า / ภาชนะที่ใส่อาหาร	พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.18$, SD=0.91)
4	รสชาติของอาหารที่จำหน่าย	พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.15$, SD=0.94)
5	ความหลากหลายของประเภทอาหาร	พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.12$, SD=0.98)
รวม		พึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.18$, SD=0.92)

จากตารางสรุปผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด คือข้อที่ 1 การให้บริการ โรงอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจน้อยที่สุด คือข้อที่ 5 ความหลากหลายของประเภทอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา จำนวน 513 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปว่า

สรุปผลการวิจัย

ความคิดเห็นที่มีต่อผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหาร โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด คือข้อที่ 1 การให้บริการโรงอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น/พึงพอใจน้อยที่สุด คือข้อที่ 5 ความหลากหลายของประเภทอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. วิทยาลัยฯ ควรเพิ่มความสะอาดต่อร้านอาหารในการใช้บริการ จะเป็นการสร้างมาตรฐานให้แก่วิทยาลัยฯ มากขึ้น
2. วิทยาลัยฯ ควรเพิ่มรสชาติให้อร่อยมากขึ้นเพราะเป็นการสร้างความพอใจกับนักศึกษา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารให้มากยิ่งขึ้นว่านักศึกษาส่วนมากนั้นชอบการรับประทานแบบไหน
2. ควรเพิ่มประชากรการตอบแบบสอบถามให้มากขึ้น หรือสอบถามทุกระดับชั้นเรียนในวิทยาลัยฯ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน

บรรณานุกรม

- MartinFishlein. (2548). แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ. สืบค้นจาก
http://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2554/mba20354ms_ch2.pdf
- โรเซนเบิร์กและฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960 : 1). (2536). ทฤษฎีความสอดคล้อง
 ระหว่างแนวคิดกับความรู้สึก
- นันทิ เพ็งพุ่ม (2547). ปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารของบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการ
- นิรมล จำนงศรี (2549). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารของหน่วย
 โภชนาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- พริษฐ์อนุชธนาการ (2546). ความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อการใช้บริการร้านอาหารฟิฟตีเพน
 (บายท้อปส์) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท
- โรเจอร์ (Roger, 1978 : 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติ
 ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง (สืบค้นจาก
<http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>)
- เคลเลอร์ (Howard H. Kendler, 1963 : 572) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของ
 บุคคล(สืบคำจากจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>)
- พงศ์สัมพันธ์ ศรีสมทรัพย์ และปิยะนุช เงินคล้าย, 2550, หน้า 75) ได้สรุปความหมาย และอธิบาย
 เกี่ยวกับ ทัศนคติว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกทางใจของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจาก
 การเรียนรู้ ประสบการณ์
- Daryl Bem (อ้างถึงใน การณี พานทอง พาลุสุข และสรุเสกย์พงษ์หาญยุทธ, 2548, หน้า 37)
 ทัศนคติเป็นความรู้สึกของคนเราทางที่พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่างๆ ในสังคม
 ประวัตินวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒนา(สืบค้นจาก
http://www.atc.ac.th/Thaiatc/atc_history.php)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวยุพิน เกิดป้อม
วัน เดือน ปีเกิด	9 กันยายน 2513
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนอรรธวิทย์ พนิชยการ สำเร็จการปริญญาตรี สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี วิทยาลงกรณ์
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้ช่วยหัวหน้าสำนักงานคลัง วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรธวิทย์พนิชยการ