

การพัฒนาคุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 จังหวัดเชียงใหม่ SERVICE QUALITY DEVELOPMENT OF FARM 9 SHOPS, CHIANG MAI PROVINCE

จรรยา เจริญแท้* และเชมกร ไชยประสิทธิ์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงาน (Importance Performance Analysis) ประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านฟาร์ม 9 ณ จุดจำหน่ายหน้าร้านจำหน่ายชิ้นส่วนไก่สดใน 8 สาขาที่มีจำนวนบิลขายเฉลี่ยต่อวันเกินกว่า 150 บิล ได้แก่ สาขาน้ำทิพย์ สันทราย ไชยปราการ หางดง ฮอด พร้าว สันป่าตอง และสาขาจอมทอง จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน จากการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ IPA

ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมระดับความสำคัญต่อคุณภาพบริการและการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ยกเว้นสาขาฮอดที่การให้ความสำคัญและการรับรู้คุณภาพบริการอยู่เกือบทุกด้านในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้คุณภาพบริการต่อการมีตัวตนจับต้องได้เท่านั้นที่อยู่ในระดับมาก และสาขาจอมทองที่มีค่าเฉลี่ยรวมการให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ IPA พบว่า สาขาที่ตกใน Quadrant I เฟื่องความสนใจ (Concentrate here) ในด้านการมีตัวตนจับต้องได้ และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว คือ สาขาหางดง ดังนั้น จึงควรเร่งปรับปรุงสาขาหางดงโดยยกระดับการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้คุณภาพบริการมากกว่าการให้ความสำคัญ

ABSTRACT

This study aims to investigate the service quality development of Farm 9 stores in Chiang Mai through the Importance-Performance Analysis (IPA). The study focuses on customers who patronize Farm 9 stores located in eight branches with an average daily sales bill exceeding 150 bills. These branches include Namtong, Santai, Chaiprakarn, Hangdong, Hod, Prao, Sanpatong, and Chomthong, with a total sample size of 400 customers selected for convenience. Data was collected through a questionnaire, and statistical analysis, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and IPA, was employed to assess the importance and performance of service quality aspects. The findings offer insights into areas requiring improvement to enhance customer satisfaction.

The results revealed that. Overall, perceived importance and performance of service quality were rated high or very high, except for the Hod branch, which had moderate ratings in both importance and performance. The analysis revealed that the perception of service quality in terms of tangibility is high overall, with the Jomthong branch showing the need for improvement, particularly in service importance. The IPA analysis identified the Hod branch as a focal point for improvement, emphasizing aspects of tangibility and

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

responsiveness. Therefore, enhancing service levels at the Hod branch is recommended to align with customer expectations and priorities.

บทนำ

บริษัท ฟาร์ม 9 ไร่ จำกัด เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนไก่สดขนาดกลาง ธุรกิจประกอบไปด้วยฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ โรงเชือดและชำแหละไก่เนื้อ รวมไปถึงการจัดจำหน่ายทั้งแบบส่งและปลีก ในปี 2563 ร้านได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เกิดการปิดตลาดและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถรับสินค้าได้ทำให้สินค้าล้นคลังจนส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก บริษัท ฟาร์ม 9 ไร่ จำกัด จึงได้ปรับเปลี่ยนวิธีรับมือทำวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยการจัดตั้งร้านฟาร์ม 9 หรือ ฟาร์ม 9 Shop ที่เป็นร้านค้าเพื่อจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่สดเป็นหลักเพิ่มโอกาสในการเพิ่มมูลค่าและการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่เพิ่มมากขึ้น โดยในปัจจุบันมีร้านค้าปลีกที่เป็นคู่แข่ง ได้แก่ หมูอินเตอร์ รุ่งเจริญฟาร์ม บัตตี้เฟฟ ดีฟาร์ม ส.ไก่สด หมูไก่ไข่ ที่มีการจำหน่ายชิ้นส่วนไก่สดเช่นเดียวกัน ทำให้ไม่มีความแตกต่างกันมากนักในเรื่องรายการสินค้าจึงหันมาแข่งขันกันในเรื่องราคาเพื่อให้นักค้าสนใจ เป็นการแข่งขันที่ต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนแบบรวดเร็วติดตามสถานการณ์สม่ำเสมอ (บึงอร สุวรรณมงคล, 2564)

เพื่อรองรับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลง ร้านฟาร์ม 9 จึงต้องการพัฒนาคุณภาพบริการเป็นอันดับแรก เนื่องจากการบริการลูกค้าจัดเป็นปัจจัยภายในสามารถควบคุมเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด จากการค้นคว้าวรรณกรรมเพิ่มเติมพบว่า ลูกค้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้ความสำคัญกับการบริการมากที่สุด (ภูริต กองบุญสุข, 2561) อัยาศัยของพนักงานร้านค้าปลีกที่มีความคุ้นเคยและเป็นกันเองกับลูกค้า มีการบรรจุสินค้าให้ลูกค้าอย่างเรียบร้อย มีการลดราคา และการขายเชื่อให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ายังคงตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคจากร้านที่คุ้นเคยต่อไป (เชตต์ เลิศวิวัฒนพงษ์ และคณะ, 2565) การพัฒนาระดับร้านขายปลีกของร้านฟาร์ม 9 ให้สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนด้วยการยกระดับการบริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

ดังนั้น ผู้ศึกษาต้องการศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้สามารถนำผลที่ได้มาปรับปรุงและแก้ไขให้มีคุณภาพบริการที่ดีขึ้นเป็นแนวทางปฏิบัติได้ในทุกสาขาและให้ได้เปรียบในด้านการแข่งขันที่มากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงาน (Importance Performance Analysis)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ร้านฟาร์ม 9 สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพตรงตามที่ต้องการ
2. ผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการคล้ายกับร้านฟาร์ม 9 สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาคุณภาพได้

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านฟาร์ม 9 ณ จุดจำหน่าย หน้าร้านจำหน่ายชิ้นส่วนไก่สด ใน 8 สาขาที่มีจำนวนบิลขายเฉลี่ยต่อวันเกินกว่า 150 บิล ได้แก่ สาขาน้ำทิ้ง สันทราย ไชยปราการ หางดง ฮอด พ้าว สันป่าตอง และสาขาจอมทอง คำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดของ Cochran (1977) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้ 385 คน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้เก็บข้อมูลจำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยจัดส่งให้ผู้จัดการเขต ผู้จัดการสาขา ดูแลรับผิดชอบให้พนักงานจัดเก็บ จนครบจำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือการเก็บข้อมูลของการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถาม 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญต่อคุณภาพบริการและการรับรู้คุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เป็นแบบ Rating Scale กำหนดระดับคะแนน 1-5

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านฟาร์ม 9 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for the Science : SPSS) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายลักษณะทางข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แจงจำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (Best & Kahn, 1993, อ้างถึงใน ชวีชัย งามสันติวงศ์, 2540)

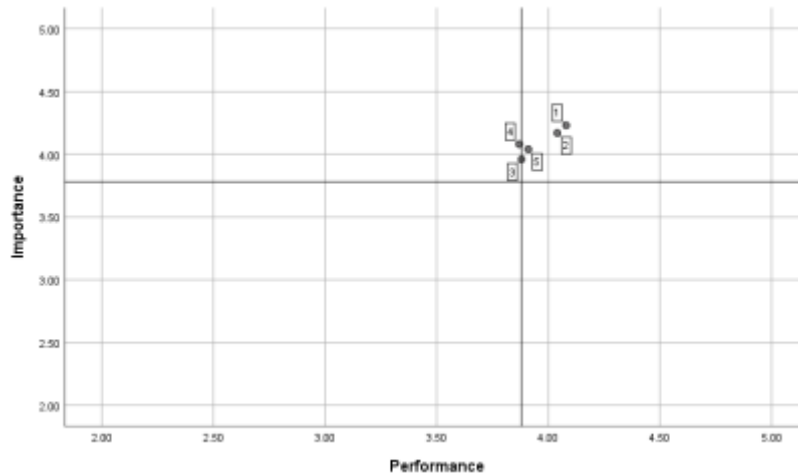
2. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงาน (Importance-Performance Analysis or IPA) จุดตัดแกน X และ จุดตัดแกน Y คือ ค่าเฉลี่ยรวมการรับรู้คุณภาพบริการของคุณภาพบริการแต่ละด้านจากแบบสอบถาม 400 ชุด

สรุปผลการศึกษา

นำเสนอสรุปผลการศึกษาด้วย IPA Grid ของแต่ละสาขา โดยใช้ค่าเฉลี่ยที่คำนวณจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นจุดตัด (จุดตัดแกนนอน (Horizontal Axis) หรือ แกน X; Performance = 3.78; จุดตัดแกนตั้ง (Vertical Axis) หรือ แกน Y; Importance = 3.88) โดยแต่ละจุดเป็นค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการแต่ละด้าน จุดที่ 1 คือ ด้านการมีตัวตนจับต้องได้ จุดที่ 2 คือ ด้านความน่าเชื่อถือ จุดที่ 3 คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จุดที่ 4 คือ ด้านการรับประกัน และจุดที่ 5 คือ ด้านความเห็นอกเห็นใจ แสดงการสรุปผลการศึกษาแต่ละสาขา ดังนี้

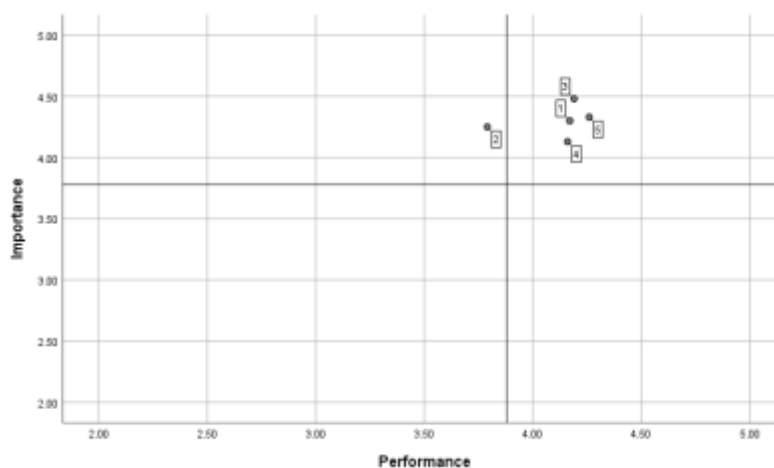
1. กลุ่มตัวอย่างสาขาน้ำทิ้ง จำนวน 64 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 70.31 อายุอยู่ในช่วง 46 - 55 ปี ร้อยละ 43.75 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 60.04 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 85.89 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ

79.69 มียอดซื้อต่อครั้ง 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 37.50 ใกล้เคียงกับยอดซื้อ 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 31.25 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาน้ำโห่ง ส่วนใหญ่ตกอยู่ใน Quadrant II ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up the good work) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จและการรับรู้คุณภาพบริการสูงทั้งคู่ ยกเว้นผลการวิเคราะห์ IPA ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เรื่องการให้บริการด้วยความยืดหยุ่น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า



แผนภาพที่ 1 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาน้ำโห่ง

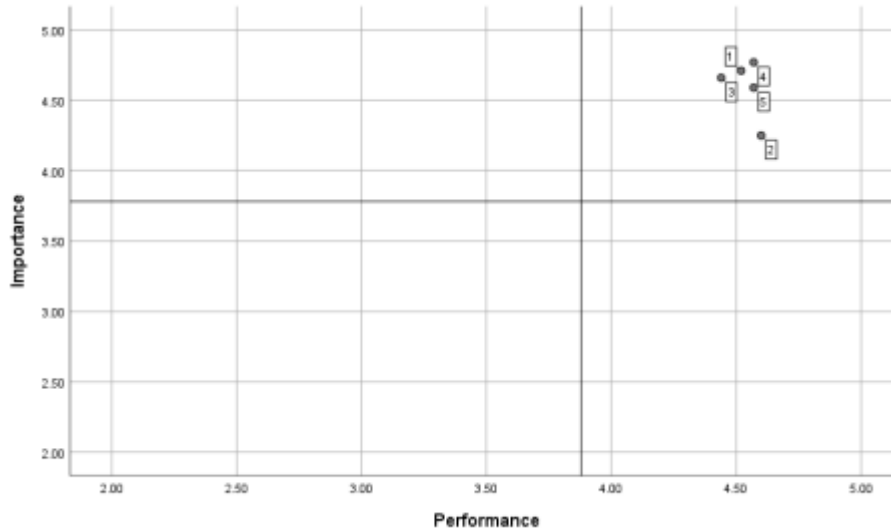
2. กลุ่มตัวอย่างสาขาสันททราย จำนวน 42 คน ส่วนใหญ่เป็นชาย ร้อยละ 73.81 อายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 45.24 ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 61.91 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 66.67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 42.86 มียอดซื้อต่อครั้ง 251 - 500 บาท ร้อยละ 50.00 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาสันททรายมีการดำเนินงานที่ดีและความสำคัญสูงใน Quadrant II โดยคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จและผลการดำเนินงานทั้งคู่มีผลงานดีอยู่แล้ว (Keep up the good work) อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ IPA ด้าน Tangibles พบว่ามีโอกาสปรับปรุงใน Quadrant I ที่มีความสนใจ (Concentrate here) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)



แผนภาพที่ 2 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาสันททราย

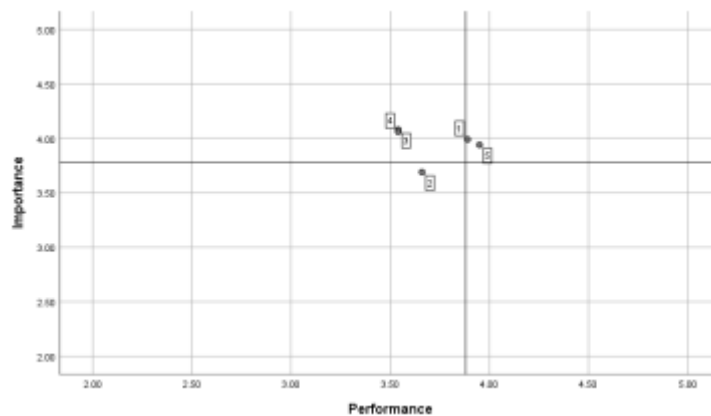
3. กลุ่มตัวอย่างสาขาไชยปราการ จำนวน 61 คนส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 65.57 อายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 44.26 ส่วนใหญ่กว่าครึ่งหนึ่งประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 54.10 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 78.69 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 40.98 มียอดซื้อต่อครั้ง 501- 1,000 บาท ร้อยละ 34.43 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาไชยปราการ ส่วนใหญ่ตกอยู่ใน Quadrant II ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up the good work) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จและการรับรู้คุณภาพบริการสูงทั้งคู่ผลการวิเคราะห์ IPA อย่างไรก็ดี ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) เรื่องการรับรองจากหน่วยงานรัฐ อย. และ GMP อย. อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้มาตรฐานGMP พบว่า ตกอยู่ใน Quadrant III ซึ่งมีความสำคัญและผลการดำเนินงานต่ำทั้งคู่



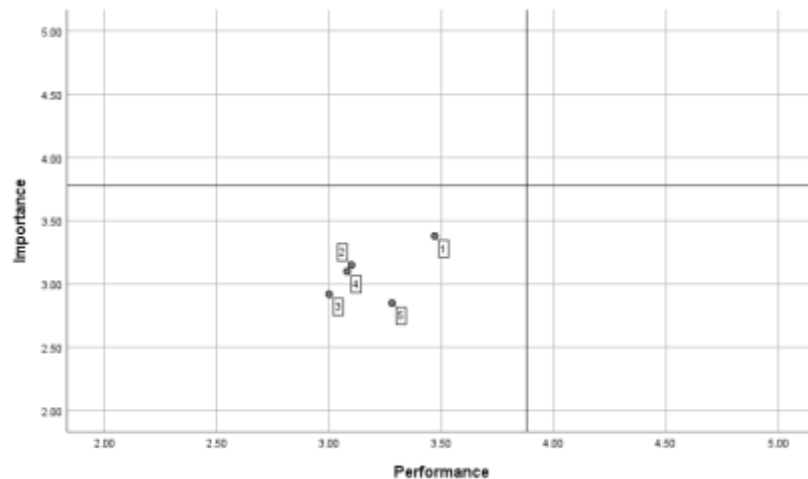
แผนภาพที่ 3 IPA Grid ของคุณภาพบริการสาขาไชยปราการ

4. กลุ่มตัวอย่างสาขาหาดง จำนวน 46 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 76.09 อายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 34.78 ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ ร้อยละ 36.96 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 80.43 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 84.78 ส่วนใหญ่มียอดซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 250 บาท ร้อยละ 56.52 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาหาดง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant I เฟ่งความสนใจ (Concentrate here) ได้แก่ ด้านการมีตัวตนจับต้องได้ (Tangibles) ในเรื่องสถานที่ตั้งของร้าน ภายในร้านมีการระบุรายการและราคาสินค้าอย่างชัดเจน ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) เรื่องสินค้ามีมาตรฐาน อย. และ GMP ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เรื่องการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างรวดเร็วของพนักงาน จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า มีจิตใจบริการ พร้อมในการให้บริการตลอดเวลา และอุปกรณ์และสินค้าของร้าน มีพร้อมต่อการให้บริการตลอดเวลาทำการ



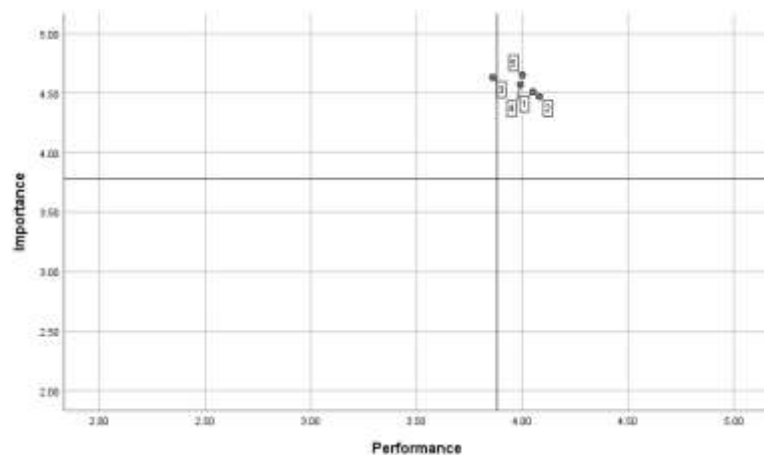
แผนภาพที่ 4 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาหาดง

5. กลุ่มตัวอย่างสาขาฮอต จำนวน 49 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 67.35 อายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 46.94 ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 61.22 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.02 ใกล้เคียงกับระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.98 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 77.55 มียอดซื้อต่อครั้งอยู่ที่ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 42.86 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาฮอต พบว่า ทุกด้านตกอยู่ใน Quadrant III ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของ ความสำคัญ และการรับรู้คุณภาพบริการต่ำทั้งคู่



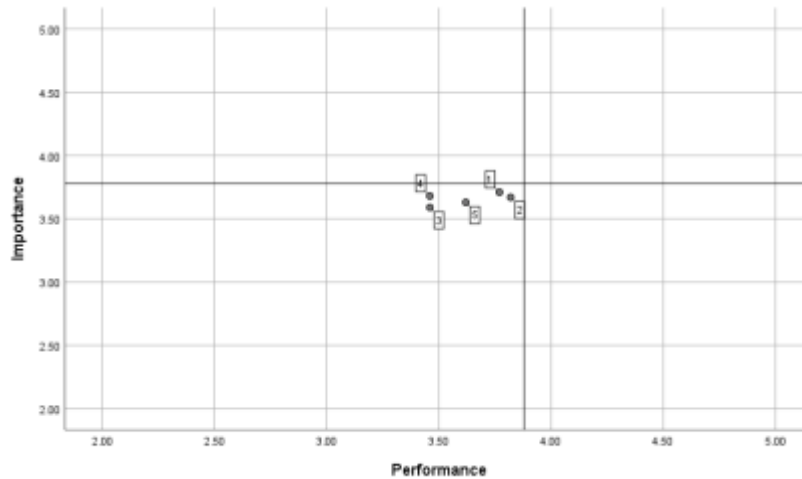
แผนภาพที่ 5 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาฮอต

6. กลุ่มตัวอย่างสาขาพาร์ว จำนวน 46 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 63.04 อายุ 46 - 55 ปี ร้อยละ 41.30 ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 47.83 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 67.39 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 60.87 มียอดซื้อต่อครั้ง 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 26.09 ใกล้เคียงกับยอดซื้อ 251 - 500 บาท ร้อยละ 23.91 และยอดซื้อต่ำกว่า 250 บาท ร้อยละ 21.74 ผลการวิเคราะห์ IPA สาขาพาร์ว ส่วนใหญ่ตกอยู่ใน Quadrant II ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up the good work) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและการรับรู้คุณภาพบริการสูงทั้งคู่ ยกเว้นผลการวิเคราะห์ IPA ด้านการมีตัวตนจับต้องได้ (Tangibles) อยู่ใน Quadrant I เฟ่งความสนใจ (Concentrate here) ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้านมีความโดดเด่น ชัดเจน ง่ายต่อการมองเห็น และการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่และสินค้าอื่น ๆ ที่สะอาดและถูกหลักอนามัย



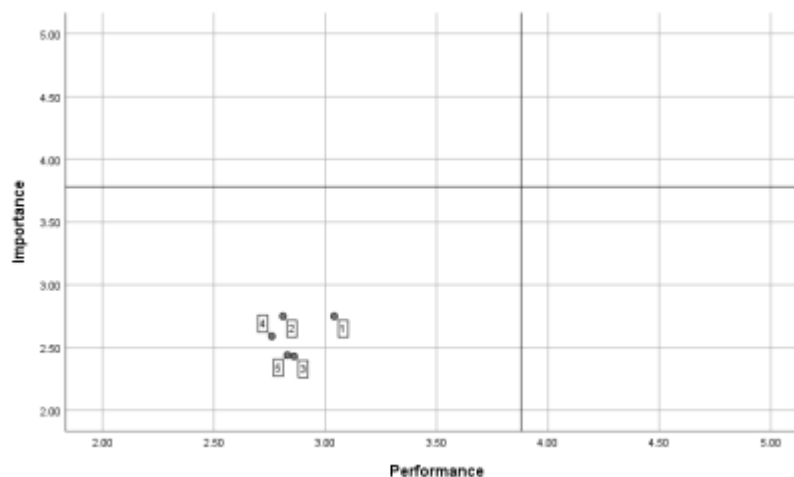
แผนภาพที่ 6 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาพาร์ว

7. กลุ่มตัวอย่างสาขาสนป่าตอง จำนวน 46 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 63.04 อายุ 46 - 55 ปี ร้อยละ 30.43 ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ ร้อยละ 39.13 เกือบทั้งหมดมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 95.65 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 71.74 มียอดซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 250 บาท ร้อยละ 34.78 โกล้เคียงกับยอดซื้อ 251 - 500 บาท ร้อยละ 32.61 ผลการวิเคราะห์ IPA ของสาขาสนป่าตอง พบว่า ตกอยู่ใน Quadrant III ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการดำเนินงานต่ำทั้งคู่ และ Quadrant III มีโอกาสล้มเลิก (Possible overkill) พื้นที่นี้เป็นพื้นที่ของคุณลักษณะที่มีคะแนนเฉลี่ยความสำคัญต่ำแต่มีคะแนนเฉลี่ยผลการดำเนินงานสูง



แผนภาพที่ 7 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาสนป่าตอง

8. กลุ่มตัวอย่างสาขาจอมทอง จำนวน 46 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 76.09 อายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 43.48 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 36.96 โกล้เคียงกับรับจ้างอิสระ ร้อยละ 34.78 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 78.26 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 73.91 มียอดซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 250 บาท ร้อยละ 43.48 โกล้เคียงกับยอดซื้อ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 41.30 ผลการวิเคราะห์ IPA ของสาขาจอมทอง พบว่า ทุกด้านและทุกรายการตกอยู่ใน Quadrant III ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการดำเนินงานต่ำทั้งคู่



แผนภาพที่ 8 IPA Grid ของคุณภาพบริการ สาขาจอมทอง

อภิปรายผล

จากข้อสรุปของการวิเคราะห์ IPA พบว่า มีบางพื้นที่ที่ต้องปรับปรุงเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมและประสบการณ์ของลูกค้าที่สาขาของร้านฟาร์ม 9 สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมและเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการมีตัวตนจับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรมของสาขาทางดง สันทราย และพร้าว ถูกระบุว่าเป็นพื้นที่ที่ต้องให้ความสนใจอย่างเร่งด่วน เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงรูปภาพและหน้าร้านโดยใช้มาตรการบางอย่าง ประการแรก การเพิ่มป้ายร้านที่โดดเด่นและอ่านง่ายจะช่วยเพิ่มการมองเห็นของร้านได้อย่างมาก โดยใช้ขนาดตัวอักษรที่ชัดเจนและเป็นตัวหนาที่สามารถอ่านได้ง่ายจากระยะไกล นอกจากนี้ การจัดแสงให้เพียงพอเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นสำหรับลูกค้า แสงสว่างที่เพียงพอไม่เพียงแต่จะทำให้หน้าร้านน่าดึงดูดยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยสำหรับผู้มาเยือนอีกด้วย ตลอดจนการดูแลหน้าร้านให้สะอาดและเป็นระเบียบเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความประทับใจในเชิงบวก การทำความสะอาดและการจัดระเบียบพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะช่วยดึงดูดลูกค้าและแสดงถึงเอกลักษณ์ของร้านฟาร์ม 9 ซึ่งจำหน่ายชิ้นส่วนไก่สด การดูแลหน้าร้านให้สะอาดและเป็นระเบียบเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความประทับใจ และสามารถปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะท้อนถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของร้านฟาร์ม 9

จากการศึกษา พบว่า ร้านฟาร์ม 9 สาขาสันทรายและทางดงมีคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือที่โดดเด่นโดยเฉพาะในเรื่องพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี และผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน อย. และ GMP สิ่งนี้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงร้านฟาร์ม 9 อย่างมาก อย่างไรก็ตาม เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านฟาร์ม 9 ให้มากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้ในหมู่ลูกค้าเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสูงของผลิตภัณฑ์ วิธีหนึ่งที่ได้ผลคือการใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในร้าน เครื่องหมายเหล่านี้สามารถเน้นถึงมาตรฐานคุณภาพของร้านฟาร์ม 9 และทำให้ลูกค้ามั่นใจในความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สิ่งสำคัญการฝึกอบรมพนักงานให้ตอบสนองต่อคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีความคิดที่มุ่งเน้นการบริการ เพื่อช่วยให้การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ให้พร้อมเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับความน่าเชื่อถือที่โดดเด่นของร้านฟาร์ม 9 และยังคงนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ยอดเยี่ยมแก่ลูกค้าได้

จากผลการศึกษา พบว่า สาขาน้ำโห่ง สันทราย ไชยปราการ ทางดง และพร้าว มีผลการรับรู้คุณภาพบริการในระดับมาก และรักษามาตรฐานระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากความทุ่มเทและความมุ่งมั่นของพนักงานในการรับประกันคุณภาพและการบริการลูกค้าด้วยความเห็นอกเห็นใจ ดังนั้น เพื่อให้มั่นใจว่าจะประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง สาขาเหล่านี้ควรจัดลำดับความสำคัญของการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าต่อไป ซึ่งสามารถทำได้โดยการประเมินและปรับปรุงกระบวนการประกันคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีและมีทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ การรักษาแนวทางที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางเป็นสิ่งสำคัญ รับฟังข้อเสนอแนะและจัดการกับข้อกังวลใด ๆ ที่ทันที จะสามารถสร้างการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้า ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวต่อไป

และจากการศึกษา พบว่า สาขาฮอด สันป่าตอง และจอมทอง ได้คะแนนเฉลี่ยและแสดงผลงานด้านการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าได้ไม่ด้อย สิ่งนี้บ่งชี้ว่ายังมีช่องว่างสำหรับการปรับปรุงคุณภาพบริการ โดยผู้ประกอบการต้องจัดลำดับความสำคัญของการยกระดับคุณภาพการบริการในสาขาเหล่านี้ เพื่อให้ทำให้เกิดการให้ความสำคัญของลูกค้าและเพิ่มการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การจัดโปรแกรมการฝึกอบรมที่ครอบคลุมสำหรับพนักงาน การใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการรวบรวมคำติชมจากลูกค้าเป็นประจำเพื่อจัดการกับข้อกังวลและความชอบของลูกค้า

ผู้ประกอบการสามารถสร้างฐานลูกค้าที่ภักดีและดึงดูดลูกค้า ผ่านคำแนะนำเชิงบวกแบบปากต่อปากได้โดยการทำตามการให้ความสำคัญของลูกค้าและเกิดการให้ความสำคัญ โดยพยายามปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และติดตามความคืบหน้าอย่างใกล้ชิด จะสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการรับรู้ คุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในภาพรวม

ร้านฟาร์ม 9 ต้องระบุชัดให้ได้ว่า “ความต้องการของลูกค้าคืออะไร” และหมั่นปรับปรุงธุรกิจอยู่เสมอ โดยรักษามาตรฐานและสร้างการรับรู้ผลการดำเนินงานในด้านการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่และสินค้าอื่น ๆ ที่สะอาดและถูกหลักอนามัย ได้มาตรฐาน จัดหน้าร้านให้เด่นชัด มีป้ายแสดงชัดเจน และการวางแผนผังร้านให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนบริหารพื้นที่ภายในร้านให้มีประโยชน์สูงสุด เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายให้กับสินค้าทุกกลุ่มภายในร้าน และควรจัดการอบรมพนักงานให้มีความตระหนักรู้และความรู้ในการบริการด้วยสุภาพ ใส่ใจความต้องการ และสร้างประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อสร้างการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้า ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะรายสาขา

1. ข้อเสนอแนะสาขาน้ำโท้ง ควรอบรมพนักงานบริการ สาขาน้ำโท้ง ให้มีความเอาใจใส่ ให้บริการลูกค้าด้วยความยืดหยุ่น คอยสอบถามถึงความต้องการของลูกค้า และยินดีให้ความช่วยเหลือเสมอด้วยความเต็มใจ
2. ข้อเสนอแนะสาขาสันทราย ควรเพิ่มความโดดเด่นชัดเจนของสถานที่ตั้งและการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่และสินค้าอื่น ๆ ที่สะอาดและถูกหลักอนามัย และเพิ่มความน่าเชื่อถือของพนักงาน ด้วยการฝึกฝนและองค์ความรู้ที่ดี จะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการของร้านฟาร์ม 9 อย่างเต็มที่
3. ข้อเสนอแนะสาขาไชยปราการ แม้ว่าสาขาไชยปราการ ส่วนใหญ่ตกอยู่ใน Quadrant II ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up the good work) แต่ยังคงเพิ่มการรับรู้ให้ลูกค้ารับรู้ถึงมาตรฐานของร้าน ทั้งการได้รับมาตรฐาน GMP และการรับรองจากหน่วยงานรัฐ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ให้เกิดการรับรู้เพิ่มมากขึ้นในโอกาสต่อไป หลังจากดำเนินการเรื่องเร่งด่วนแล้วเสร็จ
4. ข้อเสนอแนะสาขาหางดง ควรเร่งสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าในเรื่องสินค้าของร้านฟาร์ม 9 มีมาตรฐาน อย. และ GMP โดยติดป้ายประชาสัมพันธ์ภายในร้าน ให้พนักงานประจำสาขาช่วยประชาสัมพันธ์ หรืออาจใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นช่วยประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ถึงคุณภาพมาตรฐานของสินค้าในวงกว้างในพื้นที่สาขาหางดง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพพจน์และชื่อเสียงของร้านฟาร์ม 9 ในทางที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการควรอบรมการให้บริการของพนักงานเพื่อสร้างคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือให้ยกระดับขึ้นอีกด้วย
5. ข้อเสนอแนะสาขาฮอด ผลการวิเคราะห์ IPA ของสาขาฮอด พบว่า ตกอยู่ใน Quadrant III ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญ และการรับรู้คุณภาพบริการต่ำทั้งคู่ ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนารองลงมา โดยไปพัฒนาสาขาที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาที่ตกอยู่ใน Quadrant I เฟ่งความสนใจ (Concentrate here) ก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อร้านฟาร์ม 9 ได้พัฒนาสาขาที่มีความจำเป็นเร่งด่วนแล้ว ควรกลับมาปรับปรุงการดำเนินงานของสาขาฮอดในทุกมิติให้ลูกค้าเกิดความรับรู้ถึงผลการดำเนินงานสูงขึ้น
6. ข้อเสนอแนะสาขาพร้าว ควรรักษาคุณภาพการบริการด้านการรับประกัน และด้านความเห็นอกเห็นใจให้เป็นมาตรฐานที่ตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีในมาซื้อสินค้าต่อไป และควรเร่งปรับปรุงคุณลักษณะเรื่องความโดดเด่นชัดเจน ง่ายต่อการมองเห็นของสถานที่ตั้ง และการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนไก่และสินค้าอื่น ๆ ที่สะอาดและถูกหลักอนามัย

7. ข้อเสนอแนะสาขาอื่นที่ต้อง อาจจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนารองลงมา โดยไปพัฒนาสาขาที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาที่ตกอยู่ใน Quadrant I เฟ่งความสนใจ (Concentrate here) ก่อน แล้วจึงดำเนินการเพิ่มอบรม ฝึกฝนให้พนักงานมีองค์ความรู้ในการปฏิบัติงาน และการให้บริการเพื่อสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดี และจัดหาอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านมีความปลอดภัยต่ออาหาร ต่อไป

8. ข้อเสนอแนะสาขาจอมทอง ผลการวิเคราะห์ IPA ของสาขาจอมทอง พบว่า ทุกด้านและทุกรายการตกอยู่ใน Quadrant III ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) โดยมีคะแนนเฉลี่ยของสำคัญและผลการดำเนินงานต่ำทั้งคู่ ซึ่งยังคงมีความจำเป็นในการเพิ่มการรับรู้ให้ลูกค้ารับรู้ถึงผลการดำเนินงานของร้านในทุกมิติให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

ธวัชชัย งามสันติวงศ์. (2540). *หลักการและวิธีใช้คอมพิวเตอร์ในงานสถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.

บ้งอร สุวรรณมงคล. (2564). *Red Ocean Strategy การต่อสู้ให้ชนะในตลาดที่แดงเดือด*. สืบค้นจาก

<https://www.adaddictth.com/exclusive/Red-Ocean-Strategy>

ภูริต กองบุญสุข. (2561). *ส่วนประสมค่าปลีกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)*

กรณีศึกษา ร้านค้าชุมชน ตำบลป่าไผ่ เชียงใหม่ (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.