

การวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (2) ศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และ (3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขอบเขตการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิง จำนวน 400 คน อายุระหว่าง 21-50 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งตราสินค้าที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น (1) ร้านดิสเคานท์สโตร์ (Discount Store) ได้แก่ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) และ บิ๊กซี (Big C) (2) ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ได้แก่ เซ็นทรัล (Central) และโรบินสัน (Robinson)

ผลวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการจากห้างสรรพสินค้าที่ดีเยี่ยม ทั้งโดยรวม และจำแนกในแต่ละมิติ (ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อมั่น ไร้ความกังวลใจ การตอบสนองต่อลูกค้าทันที ความน่าเชื่อถือ มั่นคง และความเข้าใจและความเอาใจใส่ผู้รับบริการ) สูงกว่าร้านดิสเคานท์สโตร์ที่ดีเยี่ยม (2) ผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับจริงจากร้านสรรพสินค้า ทั้งโดยรวม และจำแนกในแต่ละมิติสูงกว่าร้านดิสเคานท์สโตร์ (3) ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของทั้งร้านดิสเคานท์สโตร์ที่ดีเยี่ยม และห้างสรรพสินค้าที่ดีเยี่ยมทั้งโดยรวม และจำแนกในแต่ละมิติ สูงกว่าการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจากร้านดิสเคานท์สโตร์ และห้างสรรพสินค้า

The purpose of this research was to study (1) consumers' expectations (2) consumers' perceptions and (3) consumers' satisfactions of service quality level offered in modern retail store including Discount Store (Tesco Lotus and Big C) and Department Store (Central and Robinson). The samples were 400 males and females living in Bangkok, age from 21 to 50. Multi-stage sampling was employed, using questionnaires for data collection.

Results showed that (1) the expected service quality scores of Excellent Department Store for overall and each aspect of service quality (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) were higher than those of Excellent Discount Store, (2) the perceived service quality scores of Department Store for overall and each aspect of service quality were higher than those of Discount Store. (3) Both modern retail stores, the expected service quality scores were significantly higher than perceived service quality scores at 0.05. It can be concluded that consumers were unsatisfied with the perceived service quality of Discount Store and Department Store.