

การพัฒนาร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย สู่เมืองอัจฉริยะ*

THE DEVELOPMENT OF RESTAURANTS IN MUEANG DISTRICT

NONG KHAI PROVINCE FOR SMART CITY

ธนอมศิลป์ จันคณาภิตกุล

Thanomslp Jankanakitikul

รักษนก แสงภักดีจิต

Rakchanok Saengpakdeejit

กิตติมาพร ชูโชติ

Kitimaporn Choochote

มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

Khon Kaen University, Nong Khai Campus, Thailand.

E-mail: Thanomjan@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาด้านความคาดหวังและด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อประเมินคุณภาพของร้านอาหาร และเพื่อพัฒนาร้านอาหารสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงด้านความคาดหวังคุณภาพการบริการ และด้านความพึงพอใจคุณภาพการบริการเท่ากับ 0.87 วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ Paired Samples t-test เพื่อเปรียบเทียบระหว่างด้านความคาดหวัง และด้านความพึงพอใจคุณภาพการบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความคาดหวังในคุณภาพการบริการในร้านอาหาร อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่แก่ลูกค้า และด้านเป็นรูปธรรมในการบริการ สำหรับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในร้านอาหาร อยู่ในระดับค่อนข้างสูงทุกด้าน และผลการประเมินคุณภาพร้านอาหารโดย

*Received: 09 December 2020; Revised: 26 April 2021; Accepted: 02 May 2021



เปรียบเทียบระหว่างด้านความคาดหวังและด้านความพึงพอใจ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน และยังพบว่า ด้านความคาดหวังจะสูงกว่าด้านความพึงพอใจทุกด้าน ซึ่งหมายถึงร้านอาหารมีคุณภาพต่ำ ดังนั้น เจ้าของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ต้องมีการปรับปรุงเพื่อสร้างความพึงพอใจคุณภาพการบริการให้สูงขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการนำระบบเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการร้านอาหาร เพื่อความต้องการลูกค้าตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิมและก้าวสู่เมืองอัจฉริยะต่อไป

คำสำคัญ : ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, คุณภาพการบริการ, เมืองอัจฉริยะ

ABSTRACT

The purposes of the study are to investigate the consumers' expectation and satisfaction towards the service quality of the restaurants in Mueang district, Nong khai province, to evaluate the quality of the restaurants, and to develop the restaurant into a smart city. In this study, both quantitative and qualitative methods were conducted to analyze the service quality of the restaurants. The reliability the questionnaire was at 0.87. The descriptive statistics were analyzed using percentage mean and standard deviation. Paired Samples t-test was also used to compare the expectation and satisfaction of service quality.

The results showed that the expectation of the service quality at the restaurants were at a high level in all aspects including assurance, responsiveness, reliability, empathy and tangibles. The result about the factors of satisfaction of the service quality at the restaurants showed a high level in all aspects as well. The study also evaluated the quality of the restaurants. From the comparison between the expectation and satisfaction of the service quality, the result revealed that expectation is higher than the satisfaction of all aspects, significantly different at 0.05. From the result, the quality of the restaurants is in the low level. So the restaurant owner needs to improve the satisfaction of the service quality. In addition, technology systems should be applied to help manage the restaurant in order to meet the changing consumer behavior and for the next step to a smart city

Keywords: Expectation, Satisfaction, Service Quality, Smart City



บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารนั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีรายได้แล้ว ยังเป็นการสร้างความเจริญเติบโตให้ประเทศไทย ซึ่งกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560–2579) ได้วางกรอบเกี่ยวกับการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่สอดคล้องกับของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยวางแนวทางในการส่งเสริมขีดความสามารถของธุรกิจบริการ ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นรายได้รวม 148,432.54 ล้านบาท แยกเป็นค่าที่พัก 28.7% ค่าสินค้าและของที่ระลึก 24.4% และค่าอาหารและเครื่องดื่ม 20.6% (ศูนย์วิจัยการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว, 2562) ร้านอาหารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กับการท่องเที่ยว เพราะร้านอาหารถือเป็นสถานที่หนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวต้องมีการแวะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้ออาหารรับประทาน คิดเป็นค่าใช้จ่ายประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับการเดินทางแต่ละครั้ง

จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นมีพรมแดนที่ติดกับประเทศลาว เป็นอีกจังหวัดที่เป็นประตูสู่ประเทศลาว เวียดนาม และจีน ซึ่งในแต่ละวันจะมีประชาชนทั้งชาวไทยและชาวลาว รวมถึงชนชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาเยือน และเดินทางผ่านจังหวัดหนองคายเป็นจำนวนมาก ข้อมูลเดือนกรกฎาคม 2560–พฤษภาคม 2561 มีผู้มาเยือนจังหวัดหนองคาย ประมาณ 2,492,426 คน ซึ่งในจำนวนนี้ มีจำนวนผู้ที่ได้เข้ามาพักแรม 1,063,942 คน เป็นคนไทยประมาณ 1.9 ล้านคน ส่วนต่างชาติจำนวนประมาณ 5.5 แสนคน เปรียบเทียบกับปี 2559 กับ ปี 2560 พบว่า คนไทยเข้าจังหวัดหนองคายเพิ่มขึ้น 4% และต่างชาติเพิ่มขึ้น 2% (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จะเห็นได้ว่า โอกาสในการเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคายก็คือ การพัฒนาธุรกิจร้านอาหารนั่นเอง เพราะผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ตามด้วยอาหารไทย สปา นวด ที่พัก ภูมิอากาศ และความมีอัธยาศัย (สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2562) จะเห็นได้ว่า ร้านอาหารนั้นมีความสำคัญอันดับต้น ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมพัฒนา นอกจากนี้ ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา แนวคิดของเมืองอัจฉริยะได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนพัฒนาเมืองต่าง ๆ เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีกำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีการพัฒนาและใช้เทคโนโลยี ที่มุ่งปรับปรุงคุณภาพและลดต้นทุนการดำเนินงาน เพื่อเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Ahvenniemi, H., Houvila, A., Pinto-Seppä, I., &



Airaksinen, M., 2017) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย แนวทางการพัฒนาร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหารและนำไปสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อทำการประเมินคุณภาพร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
3. เพื่อพัฒนาร้านอาหารสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ลูกค้าในร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีกลุ่มประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างจะใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิด Cochran, W.G. (Cochran, W.G., 1953) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) ใช้ขนาดตัวอย่างต่ำสุดเท่ากับ 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และเนื่องจากประชากรในการศึกษาไม่สามารถทราบขนาดและจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น การเลือกตัวอย่างจะกำหนดคุณลักษณะของประชากรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ ลูกค้าร้านอาหารซึ่งวิธีการนี้มีข้อดี ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับความต้องการหรือสอดคล้องกับประเด็นวิจัย และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) ซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อเจาะลึกถึงคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักจำนวน 2 คน จาก 2 ร้าน มีลูกค้าทั่วไปจำนวน 2 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 6 คน มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้ (1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (2) สร้างแบบสอบถามโดยใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ ด้วยเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพบริการ คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) (3) นำแบบสอบถามไปทดลองกับ



ตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (4) ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์อีกครั้ง ก่อนแจกแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามไปยังตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายตัวแปร ของการศึกษาครั้งนี้ไว้ ดังนี้ คือ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ ในการอธิบาย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยนำมาแจกแจงความถี่ และนำเสนอเป็นร้อยละ (2) การวิเคราะห์สถิติ เชิงอนุมาน การประเมินคุณภาพการบริการระดับความคาดหวังและการรับรู้ โดยการคำนวณค่าคะแนน โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติในการวิเคราะห์ แบบ Paired Samples t-test เพื่อทดสอบระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่จะได้รับ และการ รับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ที่ได้รับจริงมีความแตกต่างกันหรือไม่

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวคิด Parasuraman และคณะ (1991) เป็นแนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการด้วย เครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนด คุณภาพบริการ คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) เป็นต้น





ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.60 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.40 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.45 รองลงมาคือมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ส่วนอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 สำหรับด้านอาชีพส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาคือทำงานหน่วยงานเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามทำงานหน่วยงานของรัฐ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 รวมถึงนักศึกษาจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และด้านภูมิลำเนา มีประชากรที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาคือประชากรที่อาศัยในจังหวัดหนองคายจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และประชากรที่เป็นชาวต่างชาติจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหาร โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังแสดงในตารางที่ 1

ด้านความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	5.41	0.895	สูง
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	5.59	0.957	สูง
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	5.65	1.012	สูง
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	5.70	0.968	สูง
5. การใส่ใจลูกค้า (Empathy)	5.52	0.952	สูง
รวม	5.57	0.826	สูง

วิเคราะห์จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหาร ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x}=5.57$) ถ้าวิเคราะห์เป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังด้านการสร้างความเชื่อมั่น ($\bar{x}=5.70$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x}=5.65$) ตามด้วยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($\bar{x}=5.59$) ด้านการดูแลเอาใจใส่แก่ลูกค้า ($\bar{x}=5.52$) และด้านเป็นรูปธรรมในการบริการ ($\bar{x}=5.41$) ตามลำดับ



การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการที่ได้รับที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังแสดงในตารางที่ 2

ด้านคุณภาพการบริการที่ได้รับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้การบริการ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.79	0.886	ค่อนข้างสูง
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	5.00	0.921	ค่อนข้างสูง
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.94	0.998	ค่อนข้างสูง
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	5.22	0.889	ค่อนข้างสูง
5. การใส่ใจลูกค้า (Empathy)	4.85	1.000	ค่อนข้างสูง
รวม	4.96	0.774	ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x}=4.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจการบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ($\bar{x}=5.22$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($\bar{x}=5.00$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x}=4.94$) ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{x}=4.85$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{x}=4.79$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการ

ทำการทดสอบค่าสถิติ Paired Samples t-test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจ	การรับรู้ (P)	ความคาดหวัง (E)	P-S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.79	5.41	-0.61	ไม่เป็นที่พอใจ
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	5.00	5.59	-0.53	ไม่เป็นที่พอใจ
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.94	5.65	-0.63	ไม่เป็นที่พอใจ
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	5.22	5.70	-0.61	ไม่เป็นที่พอใจ
5. การใส่ใจลูกค้า (Empathy)	4.85	5.52	-0.57	ไม่เป็นที่พอใจ
รวม	4.96	5.57	-0.59	ไม่เป็นที่พอใจ



จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ระดับเป็นลบ (-) ทุกด้าน ที่แสดงให้เห็นว่าลูกค้าไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทุกด้านนั้นเอง ในภาพรวมความพึงพอใจเท่ากับ -0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้า เท่ากับ -0.63 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เท่ากับ -0.61 การใส่ใจลูกค้า เท่ากับ -0.57 และความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เท่ากับ -0.53 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ Paired Samples t-test เพื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้า โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังแสดงในตารางที่ 4

เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้	การรับรู้ (P)		ความคาดหวัง (E)		t-test	Sig.(2-tailed)
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.79	0.886	5.41	0.895	11.393	0.000
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	5	0.921	5.59	0.957	11.479	0.000
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.94	0.998	5.65	1.012	14.212	0.000
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	5.22	0.889	5.7	0.968	9.263	0.000
5. การใส่ใจลูกค้า (Empathy)	4.85	1	5.52	0.952	10.705	0.000
รวม	4.96	0.774	5.57	0.826	14.279	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ และการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกันทั้งในภาพรวม และรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ผลการสัมภาษณ์แนวทางพัฒนาร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

1. ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า (Assurance) มีการบริการที่ลูกค้ามีความรู้สึกประทับใจ มีการแต่งกายที่เหมาะสม มีรอยยิ้มออกทั้งใบหน้า สายตา ผู้ประกอบการมีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อ การบริการที่ดี ให้พนักงานมีความรู้และข้อมูลในการให้บริการ สามารถในการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่าง ถูกต้อง หลายร้านยังมีปัญหาด้านการชำระเงินช้า รวมถึงมีการจัดลำดับการให้บริการก่อนหลังยังไม่ดีพอ ส่วนมาตรฐานมีการบริการนั้นควรมีการปรับปรุง

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) มีพนักงานที่มีทักษะในการประกอบ อาหาร มีความสามารถในการปรุงอาหารที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ และสำหรับร้านเล็ก ๆ พบว่า มีปัญหาเมื่อ พ่อบริหารงานหรือลา ร้านจะไม่มีพนักงานทำงานแทน ที่ผ่านมามีหลายร้านจะแก้ปัญหาโดยเจ้าของร้าน จะทำหน้าที่เอง แต่ร้านใหญ่ ๆ จะไม่มีปัญหา เพราะมีการจัดการที่ดี เช่น ฝึกพนักงานให้สามารถทำแทน กันได้ ส่วนด้านการพนักงานผู้เสิร์ฟอาหารนั้น พบว่า มีความเชี่ยวชาญและคล่องแคล่วในการให้บริการ แต่ลูกค้ายังได้รับการบริการที่ไม่ตรงกับความต้องการ แต่อย่างไรก็ตาม พนักงานส่วนใหญ่จะมีความ ซื่อสัตย์ในการให้บริการ รวมถึงมีความเป็นมิตรในการให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พนักงานยังมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการน้อย แต่ในเรื่องการมีความสุขและมีอัธยาศัยในการให้บริการนั้น อยู่ในระดับดี ส่วนเรื่อง เท่าเทียมกันในการให้บริการลูกค้านั้น ยังต้องมีการปรับปรุง มีการบริการอาหารที่รวดเร็ว สะดวก ไม่ต้องรอนาน พนักงานไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของท่าน เพื่อให้การตอบสนองต่อลูกค้าได้สูงสุด ควรสร้างการรับรู้ความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการ แล้วนำข้อมูลมาแก้ไขปรับจาก ข้อร้องเรียน

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) ส่วนใหญ่ร้านอาหารจะมีพนักงานคอยกล่าวคำ ต้อนรับเมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน และมีการกล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยถ้อยคำที่สุภาพเมื่อลูกค้าชำระ ค่าอาหาร แต่ไม่ค่อยมีพนักงานมีการเข้ามาชี้แจงที่โต๊ะ ในช่วงที่ต้องรออาหารเป็นเวลานาน และก็ยังมื ช่องทางให้ร้องเรียนหรือเสนอแนะเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการน้อย บางร้านไม่มีเลย พนักงานมีการ แนะนำรายการอาหารใหม่ ๆ แก่ลูกค้า พนักงานมีการอำนวยความสะดวกให้ทั่วถึงสำหรับลูกค้าทุกคน

5. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ส่วนใหญ่ทางร้านอาหารมีจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ภายในร้านอย่างเพียงพอต่อการบริการลูกค้า ภายในร้านอาหารมีความสะอาดเรียบร้อย ส่วนอุณหภูมิ ในร้านอาหารมีความเหมาะสม ส่วนใหญ่ร้านอาหารมีที่จอดรถรองรับบริการลูกค้าน้อย

6. อื่น ๆ แนวทางในการพัฒนาร้านอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายสู่เมืองอัจฉริยะ ควรจะนำระบบเทคโนโลยีมาช่วยจัดการเรื่องรับออเดอร์ ระบบจัดการร้านอาหารในเรื่องของการ



จัดการสต็อกวัตถุดิบ เพื่อให้มีการบันทึกข้อมูลการตัดสต็อกได้อย่างแม่นยำ รวมถึงการบันทึกเรื่องการชำระเงินในแต่ละออเดอร์และบันทึกชั่วโมงการทำงานของพนักงานได้เช่นกัน นอกจากนี้ ควรมีการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line รวมถึงการเชื่อมโยงธุรกิจกับแอปพลิเคชัน เดลิเวอรี่ เช่น Food panda อีมอัมและอีกหลายแอปพลิเคชันที่กำลังมาขยายธุรกิจมาในจังหวัดหนองคาย

อภิปรายผล

คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น แต่ละคุณลักษณะของการบริการจะถูกพัฒนามาจากความคาดหวังของลูกค้านั่นเอง ทำให้ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังรวมกันจะมีค่าอยู่ในระดับสูง ซึ่งถ้าดูในรายด้านของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มารับบริการ พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการใส่ใจลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมตามลำดับ

ดังนั้น ควรมีพนักงานเพียงพอ และมีความพร้อมในการให้บริการ อีกทั้งพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nopparat Boonpienpon ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ลำดับแรกด้านการตอบสนอง รองลงมาคือด้านการสร้างความเชื่อมั่น ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ (Nopparat Boonpienpon, 2017)

สำหรับความพึงพอใจหรือระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มากที่สุด ตามด้วยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ร้านอาหารมีมาตรฐานในการให้บริการ การคำนึงถึงคุณภาพถูกสุขอนามัย มีความปลอดภัยต่อลูกค้า พนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยน และมีความรู้ความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Veysel Yilmaz et al (2017) ที่พบว่า ความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือของบริการ และลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Veysel Yilmaz et al., 2017) รวมถึงด้านรูปธรรมการบริการ การรับประกัน การเอาใจใส่ (Bedman Narteh, 2018) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ด้านรูปธรรมการบริการเป็นกุญแจสำคัญสู่ความพึงพอใจของลูกค้า (Quang Nguyen et al., 2017)



สรุป/ข้อเสนอแนะ

ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมและรายด้าน ทั้ง 5 ด้านของคุณภาพบริการ มีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับน้อยกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ลูกค้ารับรู้ในการให้บริการร้านอาหารไม่ เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า หรือต่ำกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการนั่นเอง จึงนำไปสู่ความไม่ พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการนั่นเอง ผลการประเมินนี้ เป็นการแสดงให้เห็นว่าร้านอาหาร ยังต้องมีการ พัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีกว่าเป็นอยู่ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำผลความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มาเป็นหลักในการพิจารณาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ตามลำดับ มีรายละเอียดที่ผู้ประกอบการร้านอาหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรคำนึงและพัฒนาคุณภาพการบริการ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านการสร้างเชื่อมั่นแก่ลูกค้า จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้มีขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างจริงใจ ซึ่งผู้ประกอบการต้อง กล้าที่จะรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาดการบริการ หรือมีสินค้าไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า การปิดความ รับผิดชอบจะทำให้ภาพลักษณ์ไม่ดี เมื่อเกิดปัญหาให้รีบแก้ไข ชดเชยหรือเยียวยาทันที เพื่อให้ความตั้งใจ ที่มุ่งมั่น ไม่เอาเปรียบลูกค้า ควรมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการเพื่อสร้างเชื่อมั่นแก่ลูกค้า เช่น ระบบการสั่งอาหาร การชำระเงิน การบริการลูกค้าได้ตามลำดับ มีระบบสินค้าคงคลังหรือระบบสต็อก เพื่อสะดวกในการตรวจสอบจำนวนและคุณภาพของวัตถุดิบอยู่เสมอ หากมีวัตถุดิบใดใกล้หมดสต็อก ต้องรีบสั่งซื้อเพิ่มเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาของขาดสต็อกในตอนที่เปิดร้านไปแล้ว

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ควรมีการฝึกทักษะในปรุงอาหารให้มีคุณภาพ สม่ำเสมอ รวมถึงมีพ่อครัวมือหนึ่ง มือสอง หรือมือสามไว้ด้วย เพราะกรณีมือหนึ่งไม่อยู่ พ่อครัวมือลำดับ ถัดไปจะได้สามารถทดแทนได้ ส่วนในเรื่องการพัฒนาความเสมอภาคในการบริการนั้น ควรนำระบบ บันทึกลงและแสดงผลรายการที่ลูกค้าแต่ละโต๊ะสั่ง และเวลาที่พนักงานต้องส่งอาหารให้ลูกค้า นอกจากนี้ ควรมีระบบการให้คะแนนหลังรับบริการว่าไม่พอใจด้านใด ทำให้ร้านอาหารนำข้อมูลไปปรับปรุงต่อไปในอนาคต



3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ควรมีการอบรมพนักงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด อีกทั้งในช่วงโมงเร่งด่วนที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ร้านอาหารควรจัดพนักงานให้มีความพร้อมและมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า และสามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วงทีความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ควรมีเทคโนโลยีแสดงข้อมูล โต๊ะลูกค้าหมายเลขใดจะได้รับบริการรายการอาหารอะไร ในเวลาใด เพราะระบบนี้จะช่วยให้ลูกค้าได้ทราบเวลารับอาหาร ขณะเดียวกันพนักงานเองก็จะได้ทราบเวลาส่งมอบรายการอาหารให้แก่ลูกค้าแต่ละโต๊ะที่เวลาใด และที่สำคัญระบบนี้ทำให้รู้ว่ามีลูกค้าใดไม่ได้รับอาหารตามเวลาที่กำหนด ทำให้เราสามารถแก้ปัญหาและชดเชยการเสียเวลารอแก่ลูกค้าที่รอนาน สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นการสนองความต้องการลูกค้าในยุคปัจจุบัน

4. ความพึงพอใจด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ควรมีการจัดกิจกรรมสำหรับลูกค้าเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานฉลอง งานวันเกิด งานวันครบรอบ งานแต่งงาน งานฉลองในเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งร้านอาหารต้องคำนึงถึงการอบรมพนักงานเกี่ยวกับเทคนิคการสร้างความประทับใจในการบริการ การเอาใจใส่ในรายละเอียดต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ สามารถตอบข้อสงสัยและให้คำแนะนำในเรื่องของเมนูประจำร้านด้วยความถูกต้องแม่นยำ รู้จักการทักทาย อีกทั้งสามารถจดจำลูกค้าได้ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความประทับใจและเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ

5. ความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แม้จะมีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ อาจเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะปรับปรุง แต่การเพิ่มความพึงพอใจด้านเพื่อชดเชย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีพื้นที่จอดรถอย่างไร แต่ก็มีความพยายามที่จะมาร้านก็เป็นทางเลือกได้ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญโซนครัว ออกแบบหรือปรับปรุงให้เหมาะสม เน้นความปลอดภัยเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะการตรวจสอบระบบน้ำ ระบบแก๊สไฟ ระบบไฟฟ้า และระบบระบายอากาศภายในครัว เพื่อลูกค้ามองเห็นว่ามีความสะอาด ความปลอดภัย ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อไป

ดังนั้น การประยุกต์เทคโนโลยีใช้ในร้านอาหาร จะทำให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของร้านได้ตรงจุดและสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยระบบจะบันทึกข้อมูลการสั่งอาหารของลูกค้า การแสดงความคิดเห็น และการให้คะแนนร้าน ซึ่งร้านสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงการบริการและจัดโปรโมชั่นให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น นวัตกรรมเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เพื่อพัฒนาเป็นร้านอาหารอัจฉริยะ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบาย มีความรวดเร็วในการบริการ ทำให้พนักงานมีเวลาดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้น



สร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ตอบสนองต่อลูกค้าได้ทั่วถึง ความเป็นรูปธรรมของการบริการ นำไปสู่ความพึงพอใจแก่ลูกค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และความพร้อมสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพที่วิเคราะห์และเก็บข้อมูลเชิงลึกถึงความต้องการจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยม แนวคิด ที่มีผลต่อความพึงพอใจร้านอาหารของลูกค้า เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาร้านอาหารที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

2. ควรเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าในพื้นที่อื่น ๆ ที่เป็นจุดหมายปลายทางของลูกค้า เพื่อแนวปฏิบัติที่ดีมาประยุกต์ใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิติผู้มาเยือน จังหวัด หนองคาย. เรียกใช้เมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.mots.go.th/>.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว. (2561). สถานการณ์นักท่องเที่ยว. เรียกใช้เมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.mots.go.th/>.
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (2561). ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. เรียกใช้เมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562 จาก www.thailandtourismcouncil.org.
- Ahvenniemi, H., Houvila, A., Pinto-Seppä, I., & Airaksinen, M. (2017). What are the differences between sustainable and smart cities? *Cities*. 60, 234–245.
- Bedman Narteh . (2018). Service quality and customer satisfaction in Ghanaian retail banks: the moderating role of price. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 68-88.
- Cochran, W.G.. (1953). *Sampling Techiques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Nopparat Boonpienpon. (2017). Approaches to restaurant service quality development for international touristsin Hua Hin, Prachubkirikhan. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University, 10 (1), 61-76.



- Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A. . (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67 (4), 420-450.
- Quang Nguyen et al. . (2017). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry. The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207-1222.
- Veysel Yilmaz et al. . (2017). Investigating the relationship between service quality dimensions, Customer satisfaction and loyalty in Turkish banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 36(3), 423-440.