

## ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยิมริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

### CUSTOMER EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS IN THE SERVICES OF MOD YIM RIM KLONG RESTAURANT BANPHAI DISTRICT KHON KAEN PROVINCE

จุฑาธิปต์ย์ เทศแก้ว<sup>1</sup>  
นวลฉวี แสงชัย<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยิมริมคลอง อำเภอ บ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น และเสนอแนะการปรับปรุงการบริการของร้านมดยิมริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามด้านส่วนประสมทางการตลาด 7PS ด้วยการนำวิธีการวัดความคาดหวังและการรับรู้มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 34 ข้อ 7 มิติโดยใช้สถิติอ้างอิง t-test ซึ่งผลการศึกษา พบว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ที่การรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง จำนวน 22 ข้อ ดังนั้นผู้จัดทำการศึกษาอิสระจึงได้นำเสนอแนวทางการปรับปรุงการบริการทั้งหมด 5 โครงการ ดังนี้ โครงการ “เอร็ดอร่อย คุ้มค่าคุ้มราคา” โครงการ “โปรโมชันถูกใจ ติดตามข่าวสารง่ายดาย” โครงการ “Be Ready for Service” โครงการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ และโครงการ “ชาบู ชาบู”

**คำสำคัญ:** ความคาดหวัง การรับรู้ ส่วนประสมการตลาด 7PS

#### Abstract

The main purposes of this research were to study expectations and perceptions of the customers in the services of Mod Yim Rim Klong Restaurant, Banphai district, Khonkaen province and to recommend how to improve the services of Mod Yim Rim Klong Restaurant, Banphai District, Khonkaen Province. The questionnaire based on the marketing mix 7Ps along with measurement of expectation and perception consisting of 34 items in 7 aspects were distributed to collect the data from 400 samples. T-test statistics was employed to compute how customers expected and perceived on the services. The results showed that the customers possessed the high expectations in every item as well as the perceptions except the practicing of social media such as Facebook in marketing and promotion, discount, or campaign. Regarding with the differences between expectations and perceptions, the perceptions are lower than the expectations for 22 items. Therefore, the findings contributed to 5 quality improvement projects: 1) “Aretaroi khumkha” project, or delicious and reasonable price, 2) “Promotiontookjai Tidtamkhaosarn-ngaidai” project, or right promotion and informative, 3) “Be ready for service” project, 4) Physical development project and 5) “Shabu Shabu” project.

**Keywords:** Expectations, Perceptions, Marketing Mix 7PS, Service Quality.

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการร้านอาหารประเภท ย่าง ต้ม บนกะทะเตากล้านรูปแบบหมุกะทะ และชาบู รายใหม่ทยอยเข้าตลาดมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งของตลาดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นร้านอาหารในแบบที่ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารที่หลากหลายได้ไม่อั้นในราคาที่ถูกลง ไม่ว่าจะเป็นแบบจำกัดเวลา หรือไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน สามารถไปกันได้หลายคน หรือจะสั่งเป็นชุดเพื่อนำกลับไปรับประทานที่บ้านก็ได้ ซึ่งผู้ประกอบการรายอื่นๆ ต่างก็มีจุดเด่นของตนเองในการให้บริการ ทำให้ร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ที่ยังคงค่อนข้างไม่ให้ความสำคัญในการบริการมากนัก และยังไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้าเท่าที่ควรว่าแท้จริงแล้วเป็นเช่นไร นอกจากนี้ยังได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าอยู่บ่อยครั้ง จึงต้องมีการปรับตัว ปรับปรุง และพัฒนาการบริการของร้านเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้ถูกจุด

การศึกษานี้ใช้แนวคิดและทฤษฎีทฤษฎีสี่ส่วนประสมการตลาด 7PS โดยพื้นฐานแล้วส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มีอยู่ 4 อย่าง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความแตกต่างจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าทั่วไป คือ จะมีการเน้นถึงตัวบุคคลหรือพนักงาน กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้นมา ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้ เป็นปัจจัยหลักในการให้บริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดบริการจึงมีทั้งหมด 7 อย่าง ดังต่อไปนี้ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) [1] โดยวิธีการวัดความคาดหวังและการรับรู้มาหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า กับประสบการณ์การรับรู้ที่ได้รับจริงของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการ เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการส่งมอบบริการคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภค โดยช่องว่างของคุณภาพ (Quality Gap) ก็จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นการนำเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการให้บริการ โดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการ คือ ตัวแบบที่เรียกว่า SERQUAL [2] มาเป็นแนวทางในการหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ ซึ่งลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในการบริการจากประสบการณ์ในอดีตโดยเปรียบเทียบกับการรับรู้จริง ถ้าหากการบริการที่การรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกผิดหวัง และลูกค้าพร้อมจะใช้บริการที่ระดับการรับรู้ตรงกับหรือเกินกว่าระดับที่คาดหวังไว้ ซึ่งลูกค้าพร้อมที่จะมาใช้บริการซ้ำ [3]

ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ให้ดี มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด เพื่อที่จะสามารถรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ให้แก่ร้านมดยี่มริมคลองได้

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อเสนอแนะการปรับปรุงการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

## วิธีดำเนินการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา  
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนคือ
  - ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
  - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
  - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น  
ซึ่งข้อมูลในส่วนที่ 3 ผู้ศึกษาทำการสร้างขึ้นโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7PS และมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อสามารถบอกถึงระดับความคิดเห็นได้ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในส่วนของความคาดหวัง คือ 0.963 และในส่วนของการรับรู้ คือ 0.956
  - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามลักษณะปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
  1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลผลระดับความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
  2. นำผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้มาทำการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้สถิติอ้างอิง t-test โดยกำหนดเกณฑ์แปลผลรายข้อย่อย ดังนี้  
ความคาดหวัง น้อยกว่าหรือเท่ากับ การรับรู้ = ฟังพอใจ  
ความคาดหวัง มากกว่า การรับรู้ = ไม่ฟังพอใจ  
นำผลที่ได้มาเสนอแนะ และปรับปรุงร้านตามรายชื่อและรายด้านที่มีความแตกต่างจากความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ให้ดียิ่งขึ้น

## ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.50 ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.75 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.50 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการร้านมดยี่มริมคลอง 1-2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านมดยี่มริมคลอง ในช่วงวันศุกร์ –อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 50.50 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการร้านมดยี่มริมคลอง ช่วงเวลา 17.01-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.75 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการใช้บริการที่ร้านมดยี่มริมคลอง ประมาณ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 67.25 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านมดยี่มริมคลอง จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.25 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านมดยี่มริมคลอง เนื่องจากโอกาสพบปะญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.75 ส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.25 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านมดยี่มริมคลอง ครั้งละ 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่เมื่อมาที่ร้านมดยี่มริมคลอง ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนั่งรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 ส่วนใหญ่เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อแบบกลับบ้าน จะเลือกซื้อแบบตักชั่งกิโล คิดเป็นร้อยละ 58.00 ส่วนใหญ่เมื่อมาที่ร้านมดยี่มริมคลอง ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับประทานแบบบุฟเฟ่ต์ คิดเป็นร้อยละ 77.00 ส่วนใหญ่เมื่อมาที่ร้านมดยี่มริมคลอง ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับประทานโดยใช้กะทะเตาถ่าน คิดเป็นร้อยละ 82.75

ด้านความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41-4.20 ซึ่งหมายถึง ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ว่ามีคุณภาพในการบริการ 22 ข้อ ที่การรับรู้ในคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง และนำเสนอแนะของผู้มาใช้บริการ จำนวน 3 ข้อ ซึ่งควรนำมาทำการปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Produce) จำนวน 8 ข้อ และข้อเสนอแนะที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 ข้อ ด้านราคา (Price) จำนวน 2 ข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำนวน 3 ข้อ ด้านพนักงาน (People) จำนวน 2 ข้อ และข้อเสนอแนะที่มีต่อด้านพนักงาน จำนวน 1 ข้อ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จำนวน 3 ข้อ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จำนวน 4 ข้อ และข้อเสนอแนะที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 1 ข้อ จึงได้ทำการเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ทั้งหมด 5 โครงการ ดังนี้

1. โครงการ “เอร็ดอร่อย คุ่มค่าคุ้มราคา” จากด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อความหลากหลายของน้ำจิ้ม รสชาติของน้ำจิ้ม อาหารประเภทอาหารสด เช่น เนื้อหมู ตับ กุ้ง ปลาหมึก ลูกชิ้น วุ้นเส้น ผัก และอื่นๆ มีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ รสชาติของอาหาร ของหวานมีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ ผลไม้มีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีอาหารให้เลือกหลากหลาย และจากข้อเสนอแนะของลูกค้าในข้อความนี้ว่าอัดลมให้เลือกหลายรสชาติ ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในการให้บริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จากด้านราคา ในข้อความคุ้มค่าของอาหารมีความเหมาะสมกับราคา และคุณภาพอาหารมีความเหมาะสมกับราคา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในเรื่องความหลากหลาย คุณภาพ ความสะอาด และรสชาติของน้ำจิ้มและอาหาร ดำเนินโครงการโดยจัดวางน้ำจิ้มทุกชนิดไว้ในบริเวณเดียวกันเพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นน้ำจิ้มทุกชนิดได้โดยง่าย ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีน้ำให้เลือกละเอียดทุกชนิด และยังทำให้ลูกค้าเลือกหยิบและตักน้ำจิ้มได้สะดวกมากขึ้น ปรับปรุงด้านรสชาติของน้ำจิ้มและอาหารให้มีรสชาติดียิ่งขึ้น และให้มีรสชาติที่คงที่ ฝ่ายครัวทำการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบต่างๆ ในการประกอบอาหารโดยละเอียดก่อนนำอาหารออกมารับบริการแก่ลูกค้าทุกครั้ง

เพิ่ม และปรับเปลี่ยนรายการอาหารและน้ำอัดลมให้มีความแปลกใหม่ และหลากหลายมากขึ้น ไม่จำเจ

2. โครงการ “โปรโมชันถูกใจ ติดตามข่าวสารง่ายตาย” จากด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อมีการจัด ส่วนลด หรือโปรโมชัน ที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุด การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย อัน ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในการส่งเสริมการตลาด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โฆษณา ไลน์ ไลน์ ไลน์ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจเนื่องจากการจัดส่วนลดหรือ โปรโมชัน และสามารถติดตามรับรู้ความเคลื่อนไหวของร้านได้โดยสะดวกและทันเหตุการณ์ ดำเนินโครงการโดย ทำการจัดโปรโมชัน โดยการให้ส่วนลดในการซื้อน้ำอัดลมขวดใหญ่ ขวดที่สอง ในราคา 40 บาท เมื่อมารับประทาน หมูกระทะหรือข้าวที่ร้านพร้อมกัน 4 คนขึ้นไป/โต๊ะ ทำการดีโอบลิ้วและแจกใบปลิวประชาสัมพันธ์ร้านตามสถานที่ต่างๆ ในอำเภอบ้านไผ่ และอำเภอใกล้เคียง และทำการอัปเดตเพจเฟซบุ๊กให้บ่อยครั้ง มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ในเฟซบุ๊กให้มากขึ้น ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเพจ (Page) หรือกลุ่มเฟซบุ๊กอื่นๆ และทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางโซเชียลมีเดียอื่นที่เป็นที่นิยม เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือ อินสตาแกรม (Instagram)

3. โครงการ “Be Ready for Service” จากด้านกระบวนการให้บริการและด้านพนักงาน ในข้อพนักงาน ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ว่องไว มีการเติมอาหารลงถาดที่พร้อมไปแล้วอย่างรวดเร็ว พนักงาน มีอัธยาศัยที่ดี มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และกระบวนการรับชำระเงินมีความรวดเร็ว และถูกต้อง และ จากข้อเสนอแนะของลูกค้าในข้อพนักงานไม่ควรนั่งดูทีวี เวลาลูกค้าเรียกไม่ได้ยิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความ พร้อมแก่พนักงานในการส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่าง รวดเร็วมากขึ้น ดำเนินโครงการโดยเจ้าของร้านเรียกพนักงานมาอบรมและกำชับพนักงานในเรื่องของการให้บริการ ที่ดีเดือนละ 1 ครั้ง โดยพนักงานจะต้องแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการให้บริการ ในเรื่องความกระตือรือร้นและ ความพร้อมในการให้บริการ และเรื่องการให้บริการด้วยความอัธยาศัยดี มีใบหน้าที่ยิ้มแย้ม พุดจาไพเราะ และสุภาพ อ่อนน้อม

4. โครงการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ จากด้านลักษณะทางกายภาพ ในข้อห้องน้ำมีความสะอาด มีพัดลมเพียงพอต่อการให้บริการ มีห้องน้ำเพียงพอต่อการให้บริการ ภายในร้านมีแสงสว่างที่เพียงพอ และจากข้อ เสนอแนะของลูกค้าในข้อโต๊ะเหนียว ไม่สะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะอาดสบายและพึงพอใจ เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและพร้อมใช้งาน ดำเนินโครงการโดยแบ่งหน้าที่พนักงานโดยผลัดเปลี่ยนเวร วันละ 1 คน ทำหน้าที่ทำความสะอาดห้องน้ำทุก 1 ชั่วโมง เพิ่มพัดลมติดผนังและพัดลมตั้งพื้นตัวใหญ่ ซ่อมแซม ห้องน้ำที่ชำรุด เพิ่มโคมไฟทั้งภายในและภายนอกร้าน และเลือกหลอดไฟที่มีค่าความสว่างมากขึ้น และให้พนักงาน ทำความสะอาดโต๊ะโดยกำหนดให้หลังเช็ดโต๊ะด้วยผ้าเปียก ให้ฉีดสเปรย์ทำความสะอาดก่อนทำการเช็ดโต๊ะด้วยผ้า แห้งทุกครั้ง และทำการตรวจสอบด้วยสายตา ก่อนเพื่อให้มั่นใจว่าโต๊ะสะอาดแล้วจริงๆ

5. โครงการ “ซาบู ซาบู” จากด้านพฤติกรรม ในข้อส่วนใหญ่เมื่อมาที่ร้านมดยัมริมคลอง ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกรับประทานโดยใช้ภาชนะลักษณะใด ซึ่งลูกค้าที่เลือกใช้หม้อซาบูไฟฟ้ามีเพียงร้อยละ 17.25 จาก การสอบถามลูกค้าทำให้ทราบว่า ลูกค้าที่มารับประทานที่ร้านส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าทางร้านมีหม้อต้มซาบูไฟฟ้าไว้ให้ บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าทราบว่ามดยัมริมคลองมีตัวเลือกอื่น ได้แก่ หม้อต้มซาบูไฟฟ้าให้เลือก นอกเหนือจากการ ต้มและย่างบนกระทะเตาถ่านดำเนินโครงการโดยติดป้ายตามเสากายในร้านให้เห็นชัดเจนว่ามีหม้อต้มซาบูไฟฟ้าให้ บริการ และเมื่อลูกค้าเลือกโต๊ะได้แล้ว ก่อนรับออเดอร์ลูกค้า พนักงานต้องแนะนำให้ลูกค้าทราบก่อนทุกครั้งว่าทาง ร้านมีให้บริการทั้งแบบกระทะเตาถ่าน และแบบหม้อต้มซาบูไฟฟ้าให้ลูกค้าเลือก

## สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ว่ามีคุณภาพในการบริการทั้งหมด 22 ข้อ ที่การรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง และนำข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการ จำนวน 3 ข้อ ซึ่งควรนำมาทำการปรับปรุงแก้ไข โดยได้เสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1) โครงการ “เอร็ดอรร้อย คุ่มค่าคุ่มราคา” 2) โครงการ “โปรโมชันถูกใจ ติดตามข่าวสารง่ายตาย” 3) โครงการ “Be Ready for Service” 4) โครงการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ 5) โครงการ “ชาบู ชาบู”

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

ควรมีการวัดผลการดำเนินงานตามโครงการที่ทำการเสนอแนะ เพื่อที่จะได้ประเมินผลการดำเนินโครงการ และควรสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการบริการของร้านมดยี่มริมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ให้ครบถ้วน ตรงใจลูกค้า และดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [2] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- [3] Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management: Global Edition*. 14th ed. Harlow: Pearson Education.

**ตารางที่ 1** การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้าน  
มดอิมปริเมคลอง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ด้านผลิตภัณฑ์

การบริการ	ความคาดหวัง (EXPECTATION, E)	การรับรู้ (PERCEPTION, P)	ความแตกต่าง (Gap score: E-P)	t - value	Sig. (2 - tailed)	แปลผล
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
มีอาหารให้เลือกหลากหลาย	4.05	3.93	0.12	3.22	0.00*	E > P
อาหารประเภทอาหารสด เช่น เนื้อหมู ตับ กุ้ง ปลาหมึก ลูก ชิ้น รุ้นเส้น ผัก และอื่นๆ มีความสดใหม่ สะอาด ถูก สุขลักษณะ	3.95	3.74	0.21	4.91	0.00*	E > P
อาหารประเภทอาหารปรุงสุก เช่น ไก่ทอด ส้มตำ ซาลาเปา ยำต่างๆ และอื่นๆ มีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.87	3.75	0.12	2.81	0.01*	E > P
ผลไม้มีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.95	3.81	0.14	3.64	0.00*	E > P
ของหวานมีความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.96	3.78	0.18	4.11	0.00*	E > P
รสชาติของอาหาร	4.03	3.86	0.17	4.18	0.00*	E > P
ความหลากหลายของน้ำจิ้ม	3.87	3.57	0.29	6.65	0.00*	E > P
รสชาติของน้ำจิ้ม	3.98	3.74	0.24	5.86	0.00*	E > P
<b>ด้านราคา</b>						
ความคุ้มค่าของอาหารมีความเหมาะสมกับราคา	3.99	3.86	0.13	3.31	0.00*	E > P
คุณภาพอาหารมีความเหมาะสมกับราคา	3.85	3.75	0.11	2.53	0.01*	E > P
กำหนดราคาสำหรับเด็กแยกต่างหากจากผู้ใหญ่	3.82	3.84	-0.03	-0.65	0.52	
ราคาสำหรับเด็กมีความเหมาะสม ด้วยการวัดตามเกณฑ์ส่วน สูง	3.79	3.81	-0.02	-0.42	0.68	
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>						
ทำเลที่ตั้งร้านมีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ทา ได้ง่าย	4.05	4.02	0.03	0.70	0.48	
ทำเลที่ตั้งร้านอยู่ใกล้ย่านชุมชน ไม่แออัด	4.07	4.09	-0.02	-0.61	0.54	
มีสถานที่เพียงพอต่อการจอดรถ	4.05	4.02	0.03	0.86	0.39	
สามารถโทรสำรองโต๊ะและสั่งอาหารล่วงหน้าได้	3.87	3.90	-0.02	-0.64	0.52	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						

การบริการ	ความคาดหวัง (EXPECTATION, E)	การรับรู้ (PERCEPTION, P)	ความแตกต่าง (Gap score: E-P)	t - value	Sig. (2 - tailed)	แปลผล
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา ไลน์ ไปรษณีย์ วิทยุ เป็นต้น	3.62	3.47	0.16	3.54	0.00*	E > P
มีการใช้โซเชียลมีเดีย อันได้แก่ Facebook ในการส่งเสริมการตลาด	3.56	3.29	0.27	6.36	0.00*	E > P
มีการจัดส่วนลด หรือโปรโมชั่น	3.48	3.13	0.36	6.52	0.00*	E > P
มีการฉายถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล	3.57	3.60	-0.03	-0.58	0.56	
ด้านพนักงาน						
พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบของร้าน	3.80	3.77	0.02	0.59	0.55	
พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย และเหมาะสม	3.80	3.82	-0.01	-0.34	0.74	
พนักงานมีรอยยิ้มที่ดี	3.83	3.70	0.13	3.46	0.00*	E > P
มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.89	3.75	0.15	3.39	0.00*	E > P
ด้านกระบวนการให้บริการ						
พนักงานให้บริการด้วยความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ว่องไว	3.77	3.53	0.24	5.57	0.00*	E > P
มีการเติมอาหารลงถาดที่พร้อมไปแล้วอย่างรวดเร็ว	3.71	3.45	0.26	5.35	0.00*	E > P
กระบวนการรับชำระเงินมีความรวดเร็ว และถูกต้อง	3.79	3.68	0.12	3.21	0.00*	E > P
ทำการวัดส่วนสูงเด็กด้วยความเที่ยงตรง และเป็นธรรม	3.75	3.79	-0.04	-1.07	0.28	
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
การจัดพื้นที่ภายในร้านมีความสะอาด เป็นระเบียบ และเป็นสัดส่วน	3.85	3.86	0.00	-0.07	0.95	
ภายในร้านมีแสงสว่างที่เพียงพอ	3.85	3.71	0.15	3.84	0.00*	E > P
มีพัดลมเพียงพอต่อการให้บริการ	3.73	3.55	0.18	4.36	0.00*	E > P
ห้องน้ำมีความสะอาด	3.83	3.63	0.20	4.54	0.00*	E > P
มีห้องน้ำเพียงพอต่อการให้บริการ	3.80	3.63	0.18	4.08	0.00*	E > P
มีอินเตอร์เน็ตฟรีให้บริการ	3.76	3.85	-0.09	-2.14	0.03*	E < P

\* หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05