

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนา
ศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
CUSTOMERS ATTITUDE TOWARDS RECEIVING IMPRESSIVE
SERVICE INFLUENCE THE DEVELOPMENT OF THE POTENTIAL
OF THE ISSAN RESTAURANT BUSINESS
IN SATHORN DISTRICT, BANGKOK



¹มาลัย เพ็ญพิมพ์ และ ²มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์

¹Malai Penpim and ²Mallika Thammachariyawat

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ประเทศไทย

Ramkhamhang University, Thailand.

¹Malai2541penpim@gmail.com

Received: May 25, 2024; **Revised:** June 25, 2024; **Accepted:** August 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร และศึกษาข้อเสนอแนะทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มี

¹ นักศึกษา, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 15,000-30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีสถานะภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ ด้านทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผลทดสอบสมมุติฐาน พบว่าทัศนคติของลูกค้า ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม มีผลในทางบวกต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยทั้งสามตัวแปร ซึ่งสามารถอธิบายการได้รับบริการที่ประทับใจได้ร้อยละ 21.1 ($R^2 = 0.211$) และพบว่า การได้รับบริการที่ประทับใจด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า และด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลในทางบวกต่อการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยทั้งสามตัวแปร ซึ่งสามารถอธิบายการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสานได้ร้อยละ 66.7 ($R^2 = 0.667$) ผลการวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ทัศนคติลูกค้า; ความประทับใจ; ศักยภาพของธุรกิจ

Abstract

This research has the following objectives; 1) To study the attitude of customers towards receiving impressive service that influences the development of the potential of the Isaan restaurant business in Sathorn District, Bangkok. 2) Study of personal factors including gender, age, status, education level, occupation, and average income of customers that affect receiving impressive service, influencing the development of the potential of the Isaan restaurant business in Sathorn District, Bangkok. And 3) study suggestions on customer attitudes toward receiving impressive service that influence the development of the potential of the Isaan restaurant business in Sathorn District, Bangkok. The results of this research found that most of the sample respondents were more female than male. Are between 31-40 years old and have a bachelor's degree. Average income 15,000-30,000 baht, working as a private company employee and have mostly single status. In terms of customer attitudes towards receiving services, most respondents found that Overall, it is at a high level. By the results of the hypothesis test It was found that customer attitudes, knowledge, feelings, and behavior It has a positive effect on

receiving impressive service, influencing the development of the potential of the Isaan restaurant business in Sathorn District, Bangkok. All three variables this can explain the impressive service received by 21.1 percent ($R^2 = 0.211$) and found that receiving services that were impressive in terms of reliability Customer care and customer response It positively affects the development of the potential of the Isaan restaurant business in Sathorn District, Bangkok. by all three variables This can explain the development of the potential of the Isaan restaurant business 66.7 percent ($R^2 = 0.667$). The results of this research were prepared for use in improving the quality of service even further.

Keywords: Customer attitude; Impression; Business potential

บทนำ

การสร้างทัศนคติที่ดีนั้นมีผลกับองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากทัศนคติภาพลักษณ์ที่ลูกค้าจดจำไปตลอด หากองค์กรสามารถปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารงานให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าได้ ก็จะสามารถทำให้ลูกค้านั้นเกิดการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรมากขึ้น ปัจจุบันร้านอาหารส่วนใหญ่ได้มีการนำเอาระบบโปรแกรมคิดเงินสำเร็จรูป (Ocha manager) เข้ามาช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2023 ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก รวมไปถึงปัญหาที่พบในอุตสาหกรรมธุรกิจด้านบริการซึ่งนอกจากการบริหารจัดการที่รวดเร็วและการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการแล้ว ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนทำให้องค์กรในทุกๆ ระดับนั้นเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถอยู่รอด ส่งผลให้ภาคธุรกิจด้านการบริการต่างๆ ต้องมีการปรับตัวเองอยู่ตลอดเวลา มีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความท้าทายในอนาคต มีการแข่งขันสูง ความสามารถที่องค์กรต้องการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากสำหรับความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

การให้ความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารบุคลากรด้วยการใช้แนวปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุก ประกอบด้วยการบริหารการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมานั้นเกิดจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี

ส่งผลให้เกิดการเข้าถึงบริการในรูปแบบใหม่ๆ และรวมไปถึงการเกิดการหารายได้ในรูปแบบใหม่ๆ ด้วยจึงเกิดปัญหาในการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลในองค์กร องค์กรขาดแคลนบุคลากรทำงานที่มีศักยภาพ เพราะบุคลากรนั้นเลือกที่จะลาออกจากงานประจำเพื่อไปลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่ตนสนใจ เนื่องจากมีอิสระในการประกอบอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับผลของการสำรวจจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ที่พบว่า กลุ่มพนักงานเงินเดือนนั้นในร้อยละ 79 มีความคิดเห็นว่ายากทำงานที่เป็นอิสระ หรือการประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งถือเป็น 1 ใน 3 ของกลุ่มดังกล่าวนี้เป็นกลุ่มที่มีเงินเดือนอยู่ในระดับสูง ซึ่งเมื่อองค์กรนั้นขาดแคลนบุคลากรส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการ เนื่องด้วยการให้บริการที่ไม่ทั่วถึง เกิดข้อผิดพลาด หรือเกิดความล่าช้าในการให้บริการ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจด้านการให้บริการเกิดความเสียหาย กลุ่มผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในการเข้ารับบริการ ก่อให้เกิดทัศนคติด้านลบต่อธุรกิจด้านบริการ ดังนั้นขณะปัจจุบันมีการแข่งขัน ๆ กันในทุกๆ ด้านนั้น โดยถ้าการบริการเป็นการบริการที่เป็นเลิศนั้นก็จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างมาก รวมไปถึงการรับรู้ที่ดี ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีตามมา (อนุพงศ์ ชัยยะราษฎร์, 2562)

ดังนั้น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ นั้นนอกเหนือจากหลักของการบริหารภายใต้การเปลี่ยนแปลงแล้วนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ยังถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อธุรกิจ ถือว่าเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าธุรกิจจะมีชื่อเสียงหรือเป็นที่นิยมหากขาดการปรับปรุงและพัฒนา ก็อาจทำให้ธุรกิจนั้นล่มเหลวและส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจตามมา ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่ (ปัญญาธิ์ จุลกรอนิสสงส์ และคณะ, 2566) โดยมีหลักแนวความคิดของ Zimbardo and Ebbesen (1970) กล่าวว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบหลัก 3 ประการด้วยกัน ด้านความรู้สึกด้านความคิดเห็น และด้านพฤติกรรม เนื่องจากตัวชีวิตทั้งหมดนี้เป็นล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมองเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพด้านการให้บริการ เนื่องจากโลกในยุคปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การสร้างคุณภาพบริการให้มีศักยภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสามารถช่วยยกระดับของธุรกิจ ให้มีการเติบโตและเจริญก้าวหน้ามากขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ และสามารถดำรงธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาของลูกค้ำที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
2. การศึกษาทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
3. การศึกษาข้อเสนอแนะทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ กลุ่มพนักงานบริษัทในเขตสาทรที่มาใช้บริการร้านอาหารอีสาน รวมทั้งสิ้น 71,509 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริษัทในเขตสาทรจำนวน 382 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

วิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล เกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความรู้เกี่ยวกับอาหารอีสาน	5.51	0.94	มาก
2. ด้านความรู้สึกในการให้บริการ	5.39	1.04	มาก
3. ด้านพฤติกรรมพนักงานในการให้บริการ	5.36	0.96	มาก
รวม	5.42	0.93	มาก

จากตารางที่ 1 การแสดงระดับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.42$, $SD = 0.93$) เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้เกี่ยวกับอาหารอีสานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 5.51$, $SD = 0.94$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านความรู้สึกในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 5.39$, $SD = 1.04$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านพฤติกรรมพนักงานในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 5.36$, $SD = 0.96$) ระดับความคิดเห็นมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล เกี่ยวกับความประทับใจในคุณภาพการให้บริการร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

ความประทับใจในคุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.ด้านการตอบสนองการให้บริการต่อลูกค้า	8.14	1.30	ค่อนข้างมาก
2.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	8.26	1.36	ค่อนข้างมาก
3.ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	8.45	1.31	มาก
รวม	8.29	1.25	มาก

จากตารางที่ 2 การแสดงระดับความประทับใจในคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 8.29$, $SD = 1.25$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 1.31$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 8.26$, $SD = 1.36$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และด้านการตอบสนองการให้บริการต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 8.14$, $SD = 1.30$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

พัฒนาศักยภาพธุรกิจอาหารอีสาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.ด้านการวางแผนในการให้บริการ	4.35	0.65	ดีมาก
2.ด้านการแก้ไขปัญหาการให้บริการ	4.42	0.55	ดีมาก
3.ด้านการจัดการในการให้บริการ	4.28	0.62	ดีมาก
รวม	8.29	0.54	ดีมาก

จากตารางที่ 3 การแสดงระดับการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน โดยรวมอยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.54$) เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการแก้ไขปัญหาการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.55$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก รองลงมา ด้านการวางแผนในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.65$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก และด้านการจัดการในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.62$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ทัศนคติเกี่ยวกับการได้รับบริการที่ประทับใจของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่เป็นตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความรู้ อาจเนื่องมาจาก

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรอบรู้เกี่ยวกับอาหารอีสานและมีความชื่นชอบในรสชาติของอาหาร แสดงให้เห็นถึงความมีอิทธิพลต่อกันของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับอาหารอีสาน ปัจจัยด้านความรู้สึกในการให้บริการ และปัจจัยด้านพฤติกรรมพนักงานในการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อกันกันในเชิงบวกนั้นหมายถึงการมีแนวโน้มการได้รับบริการที่ประทับใจธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ในทิศทางบวกเช่นกัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตภณ หลอดโสภา (2561) ศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านความมั่นใจในการบริการ เป็นเหตุให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รวมไปถึงเรื่องของความสามารถในการทำงาน ความชำนาญการและให้ความสำคัญกับลูกค้าบริการที่เท่าเทียมกัน และในส่วนของเรื่องทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือ ด้านความรวดเร็วถูกต้อง ด้านลักษณะภายนอกของพนักงาน ตามลำดับ

2. การได้รับบริการที่ประทับใจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (X2) ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า (X3) และปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า (X1) ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นถึงความมีอิทธิพลต่อกันของกลุ่มตัวอย่างกับ ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ลูกค้า และปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ซึ่งมีอิทธิพลต่อกันกันในเชิงบวกนั้นหมายถึงการมีแนวโน้มต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารอีสาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ในทิศทางบวกเช่นกัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริบุญ สอดสี (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการบริการคุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำร้านอาหารระดับหรูของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ย 6.11 โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมองว่าคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก หากพนักงานมีความสุภาพ สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

การพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสาน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ ด้านการแก้ไขปัญหา ร่องลงมา คือ ด้านการวางแผนในการให้บริการ และด้านการจัดการการให้บริการ ตามลำดับ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญจริยกุล ไกรอนิสส์ (2566) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการวางแผนเพื่อพัฒนามากสุด

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

ทัศนคติของลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านอาหารอีสาน และการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าทำให้เกิดความประทับใจตามมา ผู้ประกอบการควรเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด และส่งผลให้องค์กรธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กันตณ ปลอด โสภ. (2018). *ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดอุบลราชธานี*.วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 15(2), 521-528.
- ปัญจจริย์ จุลไกรอนิสงส์ และคณะ. (2566). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ* *อสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร*. Journal of Dhamma for Life 2023, 29, 11-22.
- สริญญู สอดสี. (2565). *ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการคุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำร้านอาหารระดับหรูของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยศิลปกร. สืบค้นจาก <http://ithesisir.su.ac.th/dspace/bitstream>
- อนุพงศ์ ชัยยะราษฎร์. (2562). *มนุษย์เงินเดือน vs ธุรกิจส่วนตัวอันไหนรายได้ดีกว่ากัน*, สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2566. จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/salaryman-still-interesting>
- Zimbardo, P., & Ebbesen, E. B. (1970). *Influencing attitudes and changing behavior: A basic introduction to relevant methodology, theory, and applications*.

