



ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Service Quality of Black Canyon Café at the Gas Station in Chaiya District, Surat Thani Province

วรรณเพ็ญ มะลิงาม^{1*}, สวรินทร์ เอียลลอด² และ นรารัตน์ เกื้อทอง³
Wanpen malingam^{1*}, Savarin Earlod² and Nararat Kuetong³

^{1,2} นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยตาปี

^{1,2} Undergraduate, Program in General Management, Tapee University

³ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยตาปี

³ Faculty member, Program in General Management, Tapee University

*Corresponding author, E-mail: nararat@tapee.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการ ร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi square ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท

2. ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ ร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ, คุณภาพการให้บริการ, แบล็คแคนยอน



Abstract

This research aims to: 1) study the personal factors of service users, 2) study the quality of service, and 3) study the relationship between personal factors of service users and service quality at the Black Canyon restaurant located at the PTT Chaiya Oil Gas Station, Surat Thani Province. The sample group consists of individuals who have used the services at the Black Canyon restaurant at the PTT Chaiya Oil Gas Station, Surat Thani Province, although the exact number is unknown. Therefore, resulting in a sample size of 385 individuals. The research instrument used was a questionnaire that was self-developed by the researcher, consisting of both closed-ended and open-ended questions. Data analysis was performed using the SPSS/PC+ program. Descriptive statistics were used to calculate frequencies and percentages. For the second part of the analysis, which involves opinions on service quality, descriptive statistics were used, including calculating means and standard deviations. Inferential statistics were used to analyze the relationship between variables using Pearson's Chi-square test.

The research findings are as follows:

1. Personal factors of the respondents: The majority of the sample were female, aged between 20 - 29 years, with a bachelor's degree. Most were married, worked in self-employed businesses, and had an average monthly income of 30,001 - 40,000 Baht.
2. Opinions on service quality at the Black Canyon restaurant, PTT Chaiya Oil Gas Station, Surat Thani: Overall, the service quality was rated as high.
3. Personal factors related to gender, age, education level, and marital status: There was no significant relationship between these personal factors and the quality of service at the Black Canyon restaurant, PTT Chaiya Oil Gas Station, Surat Thani. However, personal factors related to occupation and average monthly income showed a significant relationship with the service quality at the restaurant, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Personal Factors of Service Users, Service Quality, Black Canyon

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย โดยมีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและรักษารฐานลูกค้าให้มั่นคง การให้บริการที่มีคุณภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม เพราะนอกจากจะสามารถสร้างความประทับใจและความภักดีในแบรนด์แล้วยังช่วยในการดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ให้เข้ามาใช้บริการอีกด้วย



ทั้งนี้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี พ.ศ. 2568 คาดว่ามูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 657,000 ล้านบาทเติบโต 4.6% จากปี พ.ศ. 2567 จากภาคการท่องเที่ยวในประเทศที่ยังเติบโต การขยายสาขาของผู้ประกอบการไปยังภูมิภาค รวมถึงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคและความต้องการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ที่เพิ่มขึ้นช่วยหนุนการเติบโตของตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายเล็ก (บุคคล) ยังให้ความสนใจเข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการในตลาดมีแผนที่จะขยายสาขาในกลุ่มแบรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการเปิดแบรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่มใหม่ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า (Segments) ของตลาด และส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มร้านอาหารเอเชีย นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มยังมาจากแนวโน้มการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ อาทิ ห้างสรรพสินค้า และอาคารสำนักงานเปิดใหม่เป็นปัจจัยสนับสนุนจำนวนร้านอาหารเพิ่มขึ้นเช่นกัน (ไทยโพสต์, 2567) นอกจากนี้การแข่งขันในธุรกิจยังมาจากการเข้ามาลงทุนของชาวต่างชาติ โดยในช่วง 1 - 2 ปี ที่ผ่านมาร ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มยังได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจมากขึ้น สะท้อนได้จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า มูลค่าทุนจดทะเบียนร้านอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามสัญชาติเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2567 กลุ่มร้านอาหารและเครื่องดื่มจากจีนมีมูลค่าการลงทุนที่เร่งตัวขึ้น และแนวโน้มการเข้ามาลงทุนน่าจะเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้การแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงก็ทำให้เกิดการหมุนเวียนเปิด-ปิดกิจการของผู้ประกอบการใหม่และเก่าเป็นจำนวนไม่น้อยเช่นกัน ซึ่งพบว่า ร้านอาหารปิดตัวเร่งขึ้น โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2567 ร้านอาหารมีการจดทะเบียนยกเลิกธุรกิจสูงถึง 89% (YoY) ขณะที่การเปิดตัวใหม่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

ปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้หลากหลายประเภท และหนึ่งในธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันคือ ธุรกิจร้านกาแฟ เนื่องจากพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภคชาวไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแต่เดิมชาวไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันหันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านหรูหราทันสมัยสะดวกสบาย และมีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการนั่งดื่มกาแฟมากขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มนักธุรกิจ นักศึกษา หรือวัยทำงาน ในยุคใหม่มักจะใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ พูดคุย หรือบางครั้งอาจจะใช้เป็นสถานที่ทำงานอีกด้วย เช่น ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ ร้านกาแฟพีวีแอล ร้านกาแฟแพมเมซอน ร้านอินทนิล เป็นต้น

โดย ในปัจจุบันนี้ “ร้านแบล็คแคนยอน” มีทั้งหมดประมาณ 370 สาขาในประเทศไทย และ 50 กว่าสาขาในต่างประเทศ ด้วยความมีมาตรฐานของรสชาติและการบริการ ทำให้ “ร้านแบล็คแคนยอน” สามารถครองใจคนรักกาแฟได้จนถึงทุกวันนี้ ซึ่งเป็นหนึ่งในแบรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นธุรกิจคนไทยรายแรกที่บุกเบิกธุรกิจร้านกาแฟ และได้ทำร้านกาแฟให้ต่างไปจากเดิมด้วยการเปิดร้านกาแฟควบคู่กับการขายอาหาร (Thailand Restaurant News, 2559) และเล็งเห็นถึงโอกาสในการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของสถานบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงได้วางแผนคิดให้เป็นธุรกิจหนึ่งในสถานบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สร้างรายได้ให้กับสถานบริการน้ำมัน และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคและคนเดินทางได้มากขึ้น ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ร้านแบล็คแคนยอนถูกพัฒนาให้เป็นจุดนัดพบ สำหรับคนเดินทางแหล่งพักผ่อน ตัวร้านถูกออกแบบการวางพื้นที่การทำงานให้เหมาะสม กับขนาดพื้นที่ของสถานบริการน้ำมัน



จากการแข่งขันของธุรกิจที่มีความรุนแรง ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัว อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจบริการ โดยต้องการทั้งความแปลกใหม่ ประสบการณ์สุขภาพ ราคาสมเหตุสมผล ได้กลายมาเป็นมาตรฐานใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน และเทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบตายตัว ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ต่ำ และเปลี่ยนแปลงตามกระแสอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ร้านแบล็คแคนยอนได้ให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานคุณภาพในการให้บริการที่สม่ำเสมอซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดที่สูง และความคาดหวังของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ทำให้การรักษาคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องท้าทาย การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของร้านแบล็คแคนยอนจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพราะข้อมูลที่ได้จะช่วยให้การพัฒนากลยุทธ์การบริหารงานและการปรับปรุงการให้บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็ค แคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะโฮร์ งาม จังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจของแบรนด์แบล็คแคนยอน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการรักษาภาพลักษณ์และการแข่งขันในตลาด ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ ที่มีลักษณะการดำเนินงานคล้ายคลึงกันได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะโฮร์ งาม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะโฮร์ งาม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะโฮร์ งาม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานการทดสอบ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะโฮร์ งาม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

จากผลงานที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยคุณภาพการบริการของ พาราสุมาน, ซีเทมัล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithamal, & Berry, 1985) มีดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์ หรือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมรับรู้ได้

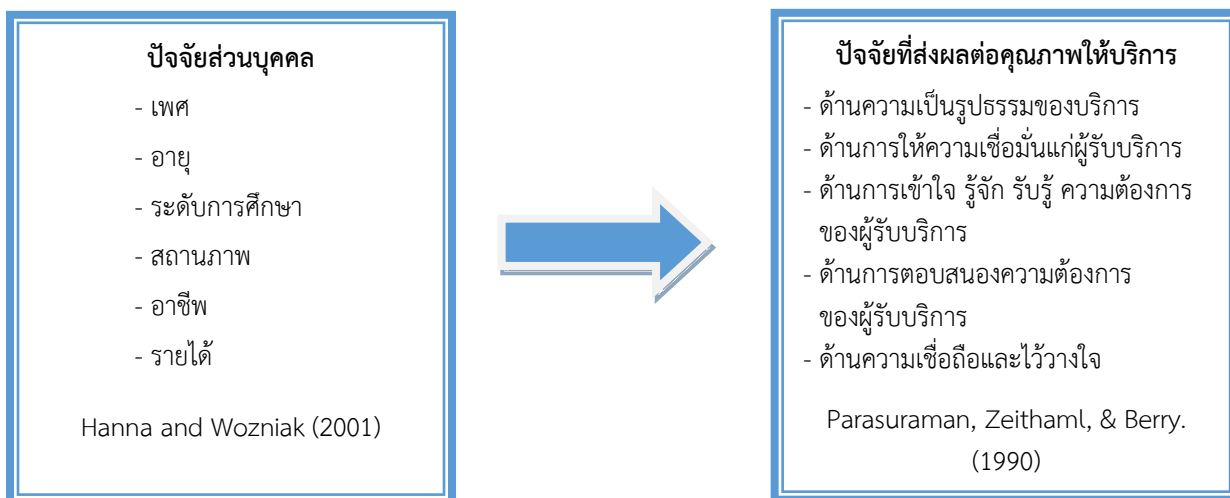
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการ ผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของบริการ ที่จะทำให้ ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการ สามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการนี้

4. การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

5. การเข้าใจรู้จักรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการในแต่ละคน ต่อมาได้มีการพัฒนาให้เกิดความคล่องตัวโดยเน้นการพัฒนาการติดต่อสื่อสารและ การควบคุมระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กรให้มีการติดต่อรวดเร็ว

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็ค แคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{p(1-p)(z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
e แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

ในที่นี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % Z มีค่าเท่ากับ 1.96

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรโดยต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.05)(1-0.05)(1.96)^2}{0.05} \\ &= 384.16 \text{ หรือประมาณ } 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

การศึกษานี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้มีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บให้ครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นด้วยตนเองประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับแบบลิเคิร์ท ซึ่งมีความหมายดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์ประเมินผลดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 466)

คะแนนเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด



คะแนนเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม ของผู้ที่ใช้บริการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ เป็นการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูล และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากห้องสมุด รวมไปถึงการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในเนื้อหาของงานวิจัยและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท

2. แสดงความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและในรายด้าน

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.66	0.45	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	3.77	0.47	มาก
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.86	0.36	มาก
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ	3.78	0.35	มาก
5. ด้านความเอาใจใส่	3.75	0.42	มาก
โดยภาพรวม	3.76	0.27	มาก

จากการศึกษา คุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ด้านการตอบสนองลูกค้า รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ

3. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน
สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม			
	ค่าสถิติ	Df	Asymp.sig (2-Sided)	ผลลัพธ์
เพศ	521.062	3	0.153	ยอมรับ HO
อายุ	28.553	4	0.635	ยอมรับ HO
ระดับการศึกษา	25.702	2	0.350	ยอมรับ HO
สถานภาพ	45.378	3	0.499	ยอมรับ HO
อาชีพ	78.867	4	0.000*	ปฏิเสธ HO
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89.180	4	0.000*	ปฏิเสธ HO

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์ กับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ กับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็ค แคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ด้านการตอบสนองลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัสสร ธนาสุวิชากร, ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา, และอิงอร ต้นพันธ์. (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่ อยู่ในระดับ ความสำคัญมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤตยพร สุขพัฒน์ และสินินาถ เริ่มลาวรรณ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของธุรกิจ ร้านกาแฟ อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การตอบสนองต่อผู้บริโภค การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค และความเป็นรูปธรรมของบริการ

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอน



สาขาสถาณานิบริการน้ำมันปตท. ไซยาออยล์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพคุณภาพการให้บริการ ร้านแบล็คแคนยอน สาขาสถาณานิ บริการน้ำมันปตท. ไซยาออยล์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ พงศกร อึ้งสุพ่วง (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านกาแฟ พิเศษของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านกาแฟพิเศษของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณิชกานต์ หารินพลสิทธิ์ และประภัสสร วิเศษประภา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจบริโภคกาแฟของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟ ด้านเพศ อายุสถานภาพ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อ การตัดสินใจบริโภคกาแฟของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้าน ระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปกรณ์ วิชชุเวทิน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค กาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดสระบุรี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการร้านแบล็คแคนยอน สภาณานิบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของร้านแบล็คแคนยอน สภาณานิบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางให้ ทันสมัย สะอาดอยู่เสมอ เพิ่มป้ายบอกทาง และ รายการสินค้าให้ชัดเจน
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ร้านแบล็คแคนยอน สภาณานิบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีระบบติดตามคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มอย่างเข้มงวด พัฒนาความสม่ำเสมอในการให้บริการทุกช่วงเวลา และจัดทำระบบรับฟังความคิดเห็น และแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า ร้านแบล็คแคนยอน สภาณานิบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรรักษามาตรฐานการให้บริการที่รวดเร็วไว้ เพิ่มการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดียิ่งขึ้น พัฒนาระบบการจัดการคิวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในช่วงเวลาเร่งด่วน
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ร้านแบล็คแคนยอน สภาณานิบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรจัดอบรมพนักงานเรื่องความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สร้างมาตรฐานการบริการที่เป็นระบบ และตรวจสอบได้ รวมถึงการแสดงใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ให้ลูกค้าเห็นชัดเจน
5. ด้านความเอาใจใส่ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานในการสังเกต และเข้าใจความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ การปรับปรุงในทุกด้านควรทำอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินผลเป็นระยะ เพื่อรักษาระดับคุณภาพการให้บริการที่ดีและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการร้านแบล็คแคนยอน สถานีบริการน้ำมัน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในเชิงคุณภาพ นอกเหนือจากการศึกษาเชิงสำรวจ ในครั้งต่อไป และควรจะทำการศึกษาที่เน้นเรื่องความพึงพอใจหรือความคาดหวังที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ อาจจะมีการมีความแตกต่างกัน และนำไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอื่น ๆ ได้อีก
2. การศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นของกิจการเพื่อนำไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรที่จะวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์กับกิจการหรือธุรกิจบริการอื่น ๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) การจัดการองค์กร (Organizing), การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนารถ เริ่มลาวรรณ. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7(3), 195-205.
- ณิกานต์ หะรินพลสิทธิ์ และประภัสสร วิเศษประภา. (2563). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ไทยโพสต์. (2567). ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในไทยเติบโตมูลค่าพุ่ง 6.5 แสนล้าน ในปี 68. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.thaipost.net/economy-news/708957/>
- ธานีรินทร์ ศิลปจารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี : เอส อาร์พรีนติ้งแมสโปรดักส์.
- ปกรณ วิชชุเวทิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี. (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พงศกร อังสุพ่วง (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านกาแฟพิเศษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ภัสสร ธนาสุวิชากร, ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา, และอิงอร ตันพันธ์. (2563). คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 12(1), 86-96.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567) แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2567 จาก <https://media.settrade.com/settrade/Documents/2024/Dec/161224-K-Research-Restaurant-Industry.pdf>
- Black Canyon. (2567). ประวัติแบล็คแคนยอน. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2567 จาก https://www.blackcanyonthai.com/about_us.aspx?lang=TH.
- Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques (3d ed.). New York: John Wiley & Sons Inc.



- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). Consumer behavior: An applied approach. Upper Saddle River. NJ, Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. USA: Collier Macmillan Publishers.
- Thailand Restaurant News. (2559). ร้านกาแฟไทยสู่ร้านอาหารอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.thailandrestaurantnew.com/food-business/black-canyon>