

การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อร้านอาหารรถเข็น  
ริมทางเท้าย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร

Perception of Service Quality Influencing Customer Satisfaction and  
Loyalty of Food Stalls' Buyers along the Footpath of China Town in Bangkok

สมิทธิ์ สีสามร<sup>1</sup>

นักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีต่อร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มารับประทานร้านอาหาร กับริดเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช จำนวน 435 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าเป็น รายบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็น ด้านการรับประกัน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความ รวดเร็วในการตอบสนอง ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช ตามลำดับ ในขณะที่ ด้านความไว้วางใจ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อีกทั้ง คุณภาพการบริการ ด้านการรับประกันมีอิทธิพลต่อ ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความไว้วางใจ ในขณะที่ ด้านความ รวดเร็วในการตอบสนอง ไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

*คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดี*

**Abstract**

The objectives of this research were to study perception of service quality influencing customer satisfaction and loyalty of food stalls' buyers along the footpath of China Town in Bangkok. The 435 samples used in the study were tourists buying food stalls along the footpath of China Town in Bangkok. The questionnaire and interviews were used as tools of the research. Service quality on empathy had the most influence and that on assurance, tangible things, and responsiveness had influence respectively, while that on reliability had no influence on toward satisfaction of the food stalls' buyers. Furthermore, service quality on assurance had the most influence and that on empathy, tangible, reliability had influence respectively while that on responsiveness had no influence toward loyalty of the food stalls' buyers..

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## 1. บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกด้าน เป็นศูนย์กลางการปกครอง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ระบบขนส่ง รวมทั้งการติดต่อกับนานาชาติ เหตุผลหลักที่เหล่านักท่องเที่ยวพากันเลือกกรุงเทพมหานครเป็นสถานที่แรก คือ กรุงเทพฯ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ น่าสนใจมากมายและหลากหลายประเภท เป็นเมืองแห่งสีสันทั้งในยามค่ำคืนและยามกลางวัน เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความรู้รอบตัว แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ วัดต่างๆ หอศิลป์ และโบราณสถานต่างๆ แม้อุณหภูมิในกรุงเทพฯ จะเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยตึกคอนกรีตและ ตึกสูงแต่กรุงเทพฯ ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวแหล่ง จั๊บบายชื้อของ และแหล่งอาหารต่าง ๆ โดยเฉพาะ ย่านเยาวราช

นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักคุ้นชื่อ “เยาวราช” หรือ “ไชน่าทาวน์” เป็นชุมชนคนจีนที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกกลางเกาะรัตนโกสินทร์ในประเทศไทย จากสถิติ ติ เยาวราชติดอันดับที่ 1 ในการจัดอันดับ 10 สถานที่ที่มีการเช็คอินมากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งมียอดเช็คอินสูงถึง 49,214 ครั้ง โดยทิ้งห่างอันดับสองกว่าเท่าตัว (www.painaidii.com, 2556) และยังได้รับการจัดอันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจลำดับที่ 54 จากเว็บไซต์ tripadvisor (www.tripadvisor.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยความเคยชินของผู้คน นักท่องเที่ยว พ่อค้า เจ้าเก่าที่ เก่าและใหม่ ถือได้ว่าถนนสายนี้เป็นแหล่งจุดประกายความสมหวัง การสร้างตระกูลและสร้างนักธุรกิจระดับประเทศมาหลายรุ่น และยังเป็นถนนที่เป็นจุดสร้างความสุขหลายรูปแบบให้ผู้คนทั้งในเรื่องของประวัติศาสตร์ และเป็นย่านที่มีร้านทองมากกว่า 130 ร้านค้าทำให้ถนนเยาวราชเป็นแหล่งสายทอง รวมถึงเป็นศูนย์รวมอาหารคุณภาพดีทั้งอาหารสด อาหารแห้ง และร้านอาหารต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ซึ่งดึงดูดนักชิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (นายยั้งคิด, 2555)

ถึงแม้ว่าถนนเยาวราชจะได้รับการยกย่องว่าเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแล้วแต่เนื่อ อกจากปัจจุบันร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าถนนเยาวราชมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ การศึกษาคุณภาพการบริการเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการของร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้า ปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและเป็นการรักษาวิถีชุมชนชาวเยาวราช ทำให้เศรษฐกิจของประเทศถูกผลักดันไปสู่เศรษฐกิจภาคบริการเป็นพื้นฐานที่สำคัญควบคู่กับการแข่งขันที่มากขึ้นและยังเป็นการเตรียมรับมือกับ AEC ที่ภาครัฐพยายามผลักดันให้ “ชุมชนถนนเยาวราช” เป็นหนึ่งในต้นแบบด้านวัฒนธรรมอันหลากหลาย เพื่อ อดต่อยอดเตรียมพร้อมสู่ AEC อีกด้วย การวัดคุณภาพการบริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาคุณภาพและเป็นการ ยกระดับมาตรฐานร้านอาหาร เพื่อส่งมอบบริการให้กับลูกค้าให้สูงขึ้นตามความต้องการของลูกค้าที่สูงขึ้นโดยใช้แบบจำ ลองการส่งมอบบริการให้ลูกค้าใน 5 ด้านหลัก SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) และ วงศกร คำเพิ่ม ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการใช้บริการร้านอาหารเวียดนามของประชาชน อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะ ทางกายภาพหรือสิ่ง ที่สัมผัสได้ มองเห็นได้ มีความจำเป็นต่อร้านอาหาร ทำให้สร้างความพึงพอใจในการบริการที่ลูกค้าได้รับ (วงศกร คำเพิ่ม, 2553) และครรชิต ยศพรไพบูลย์ ศึกษาเรื่องการวัดคุณภาพบริการร้านอาหาร Fast Food ใน 5 ด้านหลักของ SERVQUAL พบว่า ความรวดเร็วในการตอบสนอง สามารถวัดคุณภาพการบริการของร้านอาหาร Fast Food ได้ (ครรชิต ยศพรไพบูลย์, 2551) พิเชฐ ลาภานุพัฒน์ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยว อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวในด้านความอร่อย ถูกสุขลักษณะ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ (พิเชฐ ลาภานุพัฒน์, 2545) นอกจากนี้ ยูวณิษฐ์ ทิศสกุล ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน

ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย พบว่า การเอาใจใส่ลูกค้า มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด และยังส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีต่อร้านอาหารตามไปด้วย (ยุวรัตน์ ทิศสกุล, 2545) กมลลักษณ์ อัสวตั้งเสถียร ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า พบว่า ขั้นตอนกระบวนการให้บริการของพนักงาน การให้บริการด้วยความสุภาพ ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้า พบว่า ขั้นตอนกระบวนการให้บริการของพนักงาน การให้บริการด้วยความสุภาพ ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างสูง (กมลลักษณ์ อัสวตั้งเสถียร, 2555) กฤษดา อ่อนสมบุญ ได้ศึกษาเรื่องความจงรักภักดีและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ของซูเปอร์สโตร์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า การรับประกันสินค้าก่อให้เกิดความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดความจงรักภักดีในร้านนั้น ๆ ด้วย (กฤษดา อ่อนสมบุญ, 2551) นอกจากนี้ Helgesen และ Nettet ยืนยันว่าความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวข้องกับการที่ลูกค้าพึงพอใจต่อร้านอาหาร ราคา ค่าอาหาร พนักงาน รสชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งความพึงพอใจนั้นส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความเต็มใจที่จะใช้บริการ ซึ่งมีการแสดงออกโดยการพูดในทางบวกเกี่ยวกับบริการให้คนอื่นฟัง แนะนำให้เพื่อนหรือญาติมาใช้บริการและตั้งใจ ที่จะใช้บริการ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับ รู้ถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มากขึ้นแล้ว ย่อมทำให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าที่มากขึ้นตามไปด้วย

จากเหตุผลที่กล่าวมาเป็นสาเหตุจึงให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำ การศึกษาการรับรู้คุณภาพ การบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อร้านอาหารริมทางเท้าย่าน เยาวราชในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อร้านอาหารริมทางเท้า เพื่อนำ มาเป็นข้อมูลหรือเป็นแบบอย่างในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ แหล่งร้านอาหารริมทางเท้าอื่นๆ ของประเทศต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของร้านอาหารริมทางเท้าย่านเยาวราช สมมติฐานงานวิจัย คือ 1) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางเท้าย่านเยาวราช 2) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลทางบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางเท้าย่านเยาวราช 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางเท้าย่านเยาวราชที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) การวิจัยเชิงปริมาณใช้การบรรยายโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

(Multiple Regression Analysis)

#### 4. อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 435 ชุด (Yamane, 1967) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชในเขตถนนเยาวราชที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัด คือ 0.727 - 0.863 ระยะเวลาทำการวิจัยตั้งแต่กรกฎาคม 2556 ถึงพฤศจิกายน 2556

#### 5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษา ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการ มิติด้านสิ่งที่สัมผัสได้อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.44 โดยร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชดูสะอาดตามีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีระดับการรับรู้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.62 มิติด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับสูง โดยร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.60 มิติด้านความรวดเร็วในการตอบสนองอยู่ในระดับสูง โดยลูกค้าสามารถเดินทางมายังร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชได้อย่างสะดวก มีระดับการรับรู้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.28 มิติด้านการรับประกันอยู่ในระดับสูง โดยร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชใช้วัตถุดิบอย่างมีมาตรฐาน มีระดับการรับรู้สูงสุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.57 มิติด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลอยู่ในระดับสูง โดย ร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราชใส่ใจในการให้บริการกับท่านเป็นรายบุคคล มีระดับการรับรู้สูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.17

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด (สัมประสิทธิ์บีตา = 0.242) รองลงมาเป็น ด้านการรับประกัน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช และสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ประมาณร้อยละ 56.90 ในขณะที่ ด้านความไว้วางใจ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คุณภาพการบริการ ด้านการรับประกัน (สัมประสิทธิ์บีตา = 0.242) มีอิทธิพลต่อ ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้า ย่านเยาวราชมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความไว้วางใจ สามารถอธิบายความแปรปรวนของความจงรักภักดีได้ประมาณร้อยละ 34.80 ในขณะที่ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า นักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหารร้านอาหารเข็นย่านเยาวราชเห็นด้วยในเรื่อง 1) คุณภาพของอาหาร 2) การบริการของร้านอาหารรถเข็น 3) การเอาใจใส่ลูกค้า

## 6. อภิปรายผล

ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล พบว่า ปัจจัยที่สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ มีอยู่ 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านความไว้วางใจ ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล และพบว่าปัจจัยที่สามารถนำไปสู่ความจงรักภักดีได้นั้น มีอยู่ 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเชนริมทางท้ายย่านเยาวราช เป็นลำดับที่ 1 มีอิทธิพลมากที่สุด เนื่องจากการบริการ มีขั้นตอนการทำงานอย่างชัดเจน ใจจริง และเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้า ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เข้าใจ ความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ยูนิตย์ ทิศสกุล (2545) พบว่า การเอาใจใส่ลูกค้า มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการรับประกันนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเชนริมทางท้ายย่านเยาวราช เป็นลำดับที่ 2 เนื่องจากว่าผู้ใช้บริการจะใช้บริการร้านไหนนั้นจะต้องมีการให้บริการที่ถูกสุขลักษณะ ใช้อัตมคติที่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ พิเชฐ ลาภานุพัฒน์ (2545) พบว่า การเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวในด้านความอร่อย ถูกสุขลักษณะ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนปัจจัยด้านสิ่งที่สัมผัสได้นั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเชนริมทางท้ายย่านเยาวราช เป็นลำดับที่ 3 เนื่องจากว่าผู้ใช้บริการจะใช้บริการร้านที่สร้างสิ่งที่สัมผัสได้ให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเรื่องของชื่อเสียงของร้าน ราคาที่เหมาะสม มีตัวเลือกหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วงศกร คำเพิ่ม (2553) พบว่า ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ มองเห็นได้ มีความจำ เป็นต่อร้านอาหาร ทำให้สร้างความพึงพอใจในการบริการที่ลูกค้าได้รับ ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการตอบสนองนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเชนริมทางท้ายย่านเยาวราช เป็นลำดับที่ 4 เนื่องจากว่าผู้ใช้บริการจะใช้บริการร้านไหนนั้นจะต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการรออาหารต้องอยู่ในเวลาที่กำหนด และต้องมีการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ครรชิต ยศพรไพบูลย์ (2551) พบว่า ความรวดเร็วในการตอบสนอง สามารถวัดคุณภาพการบริการของร้านอาหาร Fast Food ได้

## 7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ร้านอาหารย่านเยาวราช แต่ละร้านควรมีการนำ เสนอเกี่ยวกับสิ่งที่สัมผัสได้เพิ่มขึ้น เช่น รสชาติอาหาร วัสดุ อุปกรณ์ทำ อาหารที่จัดสรรเพื่อคอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้น ส่วนข้อเสนอแนะคุณภาพการบริการ ด้านความไว้วางใจ ร้านอาหารย่านเยาวราชแต่ละร้านควรรักษาคุณภาพของรสชาติ คุณภาพอาหาร ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ มั่นใจในคุณภาพอาหารของร้านอาหารให้ดียิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการด้านความรวดเร็วในการตอบสนองร้านอาหาร ย่านเยาวราชแต่ละร้านควร ควบคุมระยะเวลาในการรอที่นั่งหรือรออาหาร เพื่อเน้นย้ำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและจงรักภักดีต่อร้านค้าจากรุ่นสู่รุ่น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาวิจัย หลักของเครื่องมือ SERVQUAL กับธุรกิจอื่นๆ เช่น สายการบิน ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

## 8. เอกสารอ้างอิง

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. . (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- www.painaidii.com. (2556). 10 อันดับที่เกี่ยวข้อง Hot ที่มียอดเช็คอินสูงสุดใน Foursquare. Retrieved 20 เมษายน, 2556, from <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/000176/lang/th/>
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed.* New York: Harper and Row.
- กมลลักษณ์ อัสวตั้งเสถียร. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของบริษัท พรีเมียร์ โกลด์ อินเทอร์เน็ต จำกัด. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 2(2), 73-83.
- กฤษดา อ่อนสมบุญ. (2551). ความจงรักภักดีและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ของซูเปอร์สโตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 7(4), 111-112.
- ครรชิต ยศพรไพบูลย์. (2551). การวัดคุณภาพบริการร้านอาหาร Fast Food ใน 5 ด้านหลัก ของ SERVQUAL: ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ. วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 3(2), 37-49.
- นายยังคิด. (2555). เยาวราช ไข่นาทาวน์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย. Retrieved 20 เมษายน, 2556, from <http://www.oknation.net/blog/political79-2/2012/08/17/entry-1>
- พิเชฐ ลาภานุพัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุวณิตย์ ทิศสกุล. (2545). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วงศกร คำเพิ่ม. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารเวียดนามของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.