



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

การศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการและการรักษาลูกค้าสัมพันธ์ แผนกอาหารและเครื่องดื่มของรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต

สุกัญญา โคนตะสิงห์¹ และอริสรา เสยานนท์²

¹บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Email: S.kontasing@gmail.com

²สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

Email: arisara_sey@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการและการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มของรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต วัตถุประสงค์ในการศึกษารั้งนี้¹ เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการแผนกอาหารและเครื่องดื่มที่รีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต ²เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจการรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการเปรียบเทียบการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหาร และ ³เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความพึงพอใจการรักษาลูกค้าสัมพันธ์ งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้การเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก และจากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายนอกและภายใน งานวิจัยนี้ได้ข้อมูลด้านสถิติเชิงพรรณนาการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรักษาลูกค้าสัมพันธ์ และวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรักษาลูกค้า ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ ทำให้สามารถทราบได้ถึงปัจจัยและสาเหตุต่างๆที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการลูกค้า แต่ในการสร้างแนวทางการแก้ไขจะต้องคำนึงถึงสาเหตุที่สามารถสร้างแนวทางได้อย่างเป็นรูปธรรม การกำหนดคุณภาพของอาหาร อาหารเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าการบริการ เราจึงควรพัฒนาเมนูอาหาร การปรุงใหม่ วัตถุดิบอาหารที่สดใหม่อยู่เสมอ รวมถึงตัวของเชฟเอง ที่จะต้องมีความรู้ในเรื่องของอาหารในแต่ละงานที่ให้ลูกค้ารับประทาน เชฟต้องมีความรู้ในการบริหารและจัดการ ตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบ ไปจนถึงมือลูกค้า เมื่อเชฟมีความสามารถในการจัดการสิ่งต่างๆเหล่านี้ คุณภาพของอาหาร ราคา จะสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และนำผลลัพธ์ที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการบริการและการรักษาลูกค้าสัมพันธ์ให้ดีขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการและเป็นที่พึงพอใจของผู้มาใช้บริการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

คำสำคัญ: การรักษาลูกค้าสัมพันธ์ ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ จังหวัดภูเก็ต

Abstract

A study of satisfaction in service quality and customer relations in the food and beverage of resort at Phuket province. The Objectives of this study to study the resort. ¹satisfaction factors of service quality of customers who use the services of the food and beverage department of the resort at Phuket province ²to study the customer relationship satisfaction factors that come to use the service to compare the customer relationship maintenance in the food department, ³and to study the customer satisfaction factor towards the satisfaction of customer relationship retention This research studied a sample of 400 people by collecting questionnaires and in-depth interviews, And from researching information from relevant documents of various agencies both outside and inside this research used descriptive analysis frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. The research analyzed and compared customer relationship management and customer satisfaction factors towards customer retention. The result is that various factors and causes that affect the quality of customer service can be known, but in creating a whole line of solutions, one must consider why concrete guidelines can be created. Determination of the quality of food, Food is no less important than service. Therefore, we should always develop new menus, fresh ingredients, including the chef himself, who must have knowledge of the food in each dish that customers eat. Chefs must have knowledge of managing and managing everything from ordering ingredients to customers. When a chef could manage these things. The quality of food and price will be able to make customers more satisfied and use the results to improve service quality and customer relationship retention in accordance with the needs and satisfaction of customers.

Keyword: Maintaining customer relations, satisfaction, quality of service, Phuket province



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

1. บทนำ

คุณภาพการบริการเป็นแนวคิดใหม่ด้านการจัดการผลิตภัณฑ์บริการ ที่เปลี่ยนจากการเน้นความเป็นเลิศด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์มาเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการรับรู้คุณภาพของลูกค้า เป็นแนวคิดที่สร้างความสามารถในการแข่งขันได้ในตลาด โดยให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากขึ้นธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารถือเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย จึงทำให้การแข่งขันในตลาดสูง เพราะมีร้านอาหารใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลาการควบคุมทั้งคุณภาพการบริการและคุณภาพของอาหารให้มีความสม่ำเสมอคงที่ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าไว้วางใจและกลับมาใช้บริการ มีคำพูดว่า “ความยั่งยืนของธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารจะเกิดขึ้นได้ก็จากการกลับมาใช้บริการก็จากการกลับมาใช้บริการของลูกค้ามากกว่าจะเกิดจากลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ”

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก เนื่องจากการบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการ ในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการ ลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้อย่างแท้จริง คุณภาพของบริการโดยทั่วไปมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง

จากลักษณะการบริการที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะหาแนวทางการแก้ไขปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการลูกค้าให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด การศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการและการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มของรีสอร์ทจังหวัดภูเก็ต จึงเป็นสิ่งทีรีสอร์ทควรให้ความสำคัญ เพื่อจะช่วยให้คุณภาพการบริการเป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงพนักงานในองค์กรให้ปฏิบัติงานในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมืออาชีพ อีกทั้งเพื่อเพิ่มผลกำไรให้กับรีสอร์ทมากขึ้นอีกด้วยจากการบริการที่มีคุณภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการแผนกอาหารและเครื่องดื่มรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจการรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการแผนกอาหารและเครื่องดื่มรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต
- 3) เพื่อเปรียบเทียบการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา

3.1.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบปฐมภูมิ

ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ที่ให้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

3.1.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมภูมิ

ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลผ่าน Google form จากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มคนรักภูเก็ตใน Face book fan page ที่เคยใช้บริการแพนกออาหารและเครื่องดื่มที่รีสอร์ท จ.ภูเก็ต

3.1.3 การเก็บข้อมูลแบบหัตถิยภูมิ

ได้จากการวินิจฉัยค้นคว้าข้อมูลจากทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงบทความทางวิชาการ ต่างๆ เว็บไซต์ต่างๆจาก internet และแหล่งข้อมูลภายในองค์กร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ พนักงานในแพนกออาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการส่วนหน้าที่อัมรินทร์ รีสอร์ท จ.ภูเก็ต ตำแหน่งพนักงานเสิร์ฟ จำนวน 10 คน

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มคนรักภูเก็ต ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากผู้ติดตามใน Facebook Fanpage จำนวน 18,000 คน ซึ่งคำนวณจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความ น่าเชื่อถือไว้ 95% และใช้สูตรในการคำนวณคือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์ ทั้งหมด 10 คน คือ พนักงานเสิร์ฟ จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังต่อไปนี้



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้สรุปผลการวิจัยในเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยเป็นแบบสอบถามที่มีปลายปิด ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกแบบคำตอบที่มีไว้ให้มา 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการของลูกค้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ตรงกับตนมากที่สุด ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนการประมาณค่า Rating scale มี 5 ระดับ

การจัดระดับ โดยพิจารณาจากคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม โดยคิดจาก (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด) หารด้วยจำนวนขั้น สรุปผลเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจมาน้อย พึงพอใจมาน้อยที่สุด ตามเกณฑ์ของ Best & Kahn, (1981) ดังนี้

$$\text{ค่าความต่างระดับ} = \frac{\text{จำนวนคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับขั้น}} = (5-1)/5 = 0.8$$

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความพึงพอใจการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องดื่ม โดยวัดระดับความพึงพอใจ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ตรงกับตนมากที่สุด ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนการประมาณค่า Rating scale มี 5

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้ ทฤษฎีความพึงพอใจ ทฤษฎีคุณภาพการบริการ และ ทฤษฎีการรักษาลูกค้าสัมพันธ์

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) กรณีข้อมูลแจกแจง ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ส่วนข้อมูลต่อเนื่องในกรณีข้อมูลแจกแจงแบบปกติ ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

วิเคราะห์ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

วิเคราะห์ การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

วิเคราะห์เปรียบเทียบการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ ใช้สถิติ Independent t – test กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วน อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้สถิติ One way ANOVA กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

วิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้สถิติ Multiple regression analysis กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

วิธีการค้นหาแนวทางการแก้ปัญหา

นำข้อมูลแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ได้ มาสรุปประเด็นสำคัญของสาเหตุของปัญหา โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์มาช่วยค้นหาแนวทางการแก้ไข เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

ผลการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการและการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม Google form จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 400 คน ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
- 4.2 ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ
- 4.3 การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม
- 4.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม
- 4.5 ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม
- 4.6 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 26-35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีสถานภาพสมรส จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 มีอาชีพลูกจ้าง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้ 25,000-50,000 จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พึงพอใจการมีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) รองลงมาคือ พึงพอใจการมีลำดับชั้นตอน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

และระยะเวลาการให้บริการอย่าง ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) พึงพอใจการแต่งกายของพนักงานสุภาพ เรียบร้อย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) พึงพอใจระบบในการให้บริการ รวดเร็ว ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.41$) และพึงพอใจสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$) ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พึงพอใจการบริการและอาหารเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) พึงพอใจอาหารเหมาะสมกับราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) รองลงมาคือพึงพอใจการมีความสามารถในการมอบการบริการ ตามมาตรฐานร้านอาหารในรีสอร์ทที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) และพึงพอใจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พึงพอใจการได้รับประทานอาหาร รวดเร็วในเวลาที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) รองลงมาคือพึงพอใจพนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) พึงพอใจการพนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบสนอง ต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) และพึงพอใจพนักงานให้ความช่วยเหลือได้ทันเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) ตามลำดับ

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พึงพอใจรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$) รองลงมาคือพึงพอใจพนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ เรียบร้อย มีมารยาทอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) พึงพอใจเซฟที่ทำอาหารมีความรู้ความสามารถในการทำอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) พึงพอใจพนักงานให้คำแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) พึงพอใจการสร้างความปลอดภัยละเชื่อนั่นในการรับบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) และพึงพอใจพนักงานสามารถแก้ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นได้ อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) ตามลำดับ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พึงพอใจสามารถให้คำปรึกษาคำแนะนำหรือข้อมูลต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) รองลงมาคือ พึงพอใจสามารถจดจำรายละเอียดที่สำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) พึงพอใจเวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ ลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) พึงพอใจดูแลเอาใจใส่ลูกค้า พร้อมทั้งให้บริการอย่างตั้งอก ตั้งใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) และพึงพอใจจดจำชื่อลูกค้าได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

ความพึงพอใจคุณภาพการบริการภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล อยู่ในระดับมาก



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

(\bar{X} =4.12) รองลงมาคือ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.05) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.02) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.96) และด้านสิ่งที่สัมผัสได้อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.54) ตามลำดับ

การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านการติดตามลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การทำการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆของ ลูกค้า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.15) รองลงมาคือ การเสาะแสวงหาศึกษาความต้องการ ความจำเป็น ของลูกค้าใหม่อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.04) มีผลิตภัณฑ์ใหม่และสิ่งดึงดูดใจสำหรับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.98) และส่ง SMS หรือ E-mail เกี่ยวกับโปรโมชั่น หรือ กิจกรรมต่างๆ ของรีสอร์ทที่อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.72) ตามลำดับ

ด้านสัมพันธภาพกับลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.21) รองลงมาคือ การสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อรองรับลูกค้า ให้รู้สึกดียิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.20) และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.09) ตามลำดับ

ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีการติดต่อโต้ตอบ เชื่อมโยง แลกเปลี่ยน ข้อเสนอแนะ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.26) รองลงมาคือ การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับองค์กรอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.09) ตามลำดับ

ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาหารและบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า โดยที่ ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.06) รองลงมาคือ กระบวนการทางธุรกิจที่สร้างมวลความรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังความจำเป็นของลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.03) และพนักงานสนใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เข้าใจในความคาดหวังของลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.97) ตามลำดับ

ด้านการให้อำนาจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.17) รองลงมาคือ คุณสามารถเลือกและตัดสินใจในการสั่งอาหารและเครื่องดื่มได้ด้วยตัวคุณเองอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.01) ตามลำดับ

ด้านการเป็นหุ้นส่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีส่วนลดหรือราคาพิเศษให้กับลูกค้าประจำ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.19) รองลงมาคือ การส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการต่างๆ ที่สร้างสรรค์กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.05) ตามลำดับ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ด้านการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$) รองลงมาคือ ลูกค้าได้รับการบริการที่พิเศษอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) และเมื่อลูกค้าต้องการสิ่งใด ทางห้องอาหารหรือทางรีเสอร์ชสามารถจัดหาให้ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) ตามลำดับ

การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านด้านการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) รองลงมาคือ ด้านสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) ด้านการเป็นหุ้นส่วนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) ด้านการให้อำนาจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) และด้านการติดตามลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

เปรียบเทียบลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ที่แตกต่างกันมีลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันมีลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 48.6 ส่วนที่เหลืออีกนั้นเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาและความคลาดเคลื่อน (S.E.) มีค่าเท่ากับ 0.354

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (X_2) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3) ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ (X_4) ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (X_5) มีผลต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพการบริการภาพรวมในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจอยู่ในระดับมาก ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

มาก ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมาก และด้านสิ่งที่สัมผัสได้อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ สิ้นธุ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทตัวแทนออกของในท่าอากาศยานกรุงเทพ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยภาพรวมทุกด้านและรายประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อุไร ดวงระหว่า (2554) ที่ทำการศึกษาศักยภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์ บริการ One Stop Service: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐนิชา อ้นเกษม (2562) ที่ศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ คมคาย แสงทองคำ (2558) ที่ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดลำปาง พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

การรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านด้านการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน อยู่ในระดับมาก ด้านการเป็นหุ้นส่วนอยู่ในระดับมาก ด้านการให้อำนาจอยู่ในระดับมาก ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า อยู่ในระดับมาก และด้านการติดตามลูกค้าอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สิ้นธุ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทตัวแทนออกของในท่าอากาศยานกรุงเทพ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยภาพรวมทุกด้านและรายประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐนิชา อ้นเกษม (2562) ที่ศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจซื้อซ้ำ ของลูกค้าปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้าคุณภาพความตั้งใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับ มาก และ สอดคล้องกับการศึกษาของ คมคาย แสงทองคำ (2558) ที่ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดลำปาง พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

เปรียบเทียบลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ที่แตกต่างกันมีลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันมีลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ พิมานมาศ สิลเลิศวงศ์ภักดี (2552) ที่ได้ทำการศึกษความพึงพอใจ และ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

พฤติกรรม การบริโภคของลูกค้ำที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้นเพล ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ เพศ อาชีพ ต่างกันมีแนวโน้มการกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตที่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐนิชา อ้นเกษม (2562) ที่ศึกษาการบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจซื้อซ้ำ ของลูกค้ำปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทราลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษาอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อปลานิลมาประกอบอาหารที่แตกต่างกัน

ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการรักษาลูกค้ำสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ความพึงพอใจของลูกค้ำเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาลูกค้ำสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 48.6 โดยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ำ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ำเป็นรายบุคคล มีผลต่อการรักษาลูกค้ำสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ สิ้นธุ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำในการบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ของ บริษัทตัวแทนออกของในท่าอากาศยานกรุงเทพ พบว่าปัจจัยการบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ด้านวิสัยทัศน์องค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ำบริษัทตัวแทนออกของในท่าอากาศยานกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐนิชา อ้นเกษม (2562) ที่ศึกษาการบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจซื้อซ้ำ ของลูกค้ำปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำด้านความตั้งใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากผลการสัมภาษณ์จะเห็นว่าผู้สัมภาษณ์มีอายุระหว่าง 18-25 จำนวน 4 คน อายุระหว่าง 26-35 จำนวน 6 คน สถานภาพ โสด จำนวน 9 คน สมรส 1 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท/เดือน จำนวน 8 คน รายได้ 30,000-50,000 จำนวน 2 คน การบริการที่มีคุณภาพเกิดจากการมีใจรักบริการ การยิ้มแย้มแจ่มใส การเอาใจใส่ลูกค้ำ การเข้าใจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มของห้องอาหารรวมถึงเพื่อนร่วมงานก็ส่งผลให้การบริการมีคุณภาพเช่นเดียวกัน ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพคือ การบริการที่เกิดจากพนักงานที่ส่งผลโดยตรงต่อการทำให้เกิดคุณภาพที่ดี มีใจรักบริการ รวมถึงเพื่อนร่วมงานและสภาพแวดล้อมของการทำงานด้วย การบริการนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นจนถึงจำเป็นอย่างยิ่งเพราะลูกค้ำที่มาใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเป็นอันดับแรก ยิ่งการบริการดี อาหารอร่อย ก็จะทำให้ลูกค้ำมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ปณณวัชร พัชราวาลัย (2558) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการ บริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ ณาการเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครการรักษาไว้เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อเรารักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำ ลูกค้าย่อมประทับใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อเรารักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำ ลูกค้าย่อมประทับใจที่จะกลับมาใช้บริการอีก จำเป็น แต่ต้องอยู่ในสถานะที่ไม่มาก



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

เกินไป จะต้องคิดเสมอว่าเราเป็นพนักงาน สิ่งที่สำคัญที่สุดในการรักษาลูกค้าสัมพันธ์คือ ความเสมอต้นเสมอปลายไม่ว่าลูกค้าจะมาครั้งแรกหรือครั้งสุดท้ายกับบริการเหมือนเดิม การบริการและการเอาใจใส่ ความสม่ำเสมอในการให้บริการ การพูดคุย การบริการที่เหนือความคาดหมาย โดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ และ ความจริงใจ ในการให้บริการ การรักษาลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่นั้น สำคัญเท่ากัน แต่เราจะรู้ว่าลูกค้าเก่าชอบอะไรมากกว่าเรามีข้อมูลอยู่แล้ว แต่ถ้าเราเจาะจงแต่ลูกค้าเก่าโดยที่ไม่สนใจลูกค้าใหม่เลยก็ไม่ได้ การรักษาลูกค้าเก่าไว้เป็นสิ่งที่ควรต้องทำ เพราะลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการ สามารถที่จะบอกต่อ หรือโฆษณาให้เราด้วยความเต็มใจ ส่วนลูกค้าใหม่เราก็ต้องให้ความสำคัญเช่นกัน ลูกค้าใหม่ในวันนี้อาจจะกลายเป็นลูกค้าเก่าเรา ในวันหน้าก็ได้ การจัดโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขาย มีส่วนช่วยในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเพราะการจัดโปรโมชั่นเป็นการช่วยให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อ และสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและความสัมพันธ์กับลูกค้าอีกด้วย โปรโมชั่นเป็นสิ่งที่สำคัญและดึงดูดใจลูกค้าให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการกับร้านอาหารหรือห้องอาหารของเรา ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกใหม่ๆทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่น่าเบื่อ ลูกค้าชอบที่จะได้รับความพิเศษในการรับประทานอาหาร ถ้ามีโปรโมชั่นก็เป็นสิ่งดี การติดต่อ สอบถาม หรือส่งข้อมูล สิทธิพิเศษ โปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้า หลังจากรับบริการนั้นเป็น สอดคล้องกับ คมคาย แสงทองคำ (2558) ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดลำปาง ลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา ความคิดเห็นด้านกลยุทธ์การตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร กสิกรไทย 2) ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยมาใช้บริการแต่ละสาขาในจังหวัดลำปาง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการรักษาลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้ทราบถึงปัญหาข้อบกพร่องต่างๆที่ส่งผลต่อความพอใจและความสำคัญของลูกค้าโดยผู้ศึกษาขอเสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การที่รีเสอร์ทมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในการให้บริการ ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม กระบวนการทำงาน และการบริการ การทำงานเป็นทีม มีการกำหนดแนวทางการแก้ปัญหาที่ชัดเจน เป็นปัจจัยความสำเร็จของแนวทางการป้องกัน การเกิดปัญหาและอุปสรรคในการทำงานได้
2. พนักงานทุกคนควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างถูกต้องเหมาะสม ในการปฏิบัติงานเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการบริการ
3. อาหารและเครื่องดื่มต้องสะอาดปลอดภัย มีวัตถุดิบสดใหม่ทุกวัน เชฟควรมีความรู้ในเรื่องของอาหารนั้นๆเป็นอย่างดี



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

4. ควรจัดตั้งมาตรฐานในการบริการ เพื่อที่จะสามารถให้พนักงานทำแทนกันได้ในทุกตำแหน่ง ในกรณีที่มีการลาต่างๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะของการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ตัวอย่างของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ไม่ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากในกลุ่มเป้าหมายบางท่านอยู่ภูเก็บบางท่านไม่ได้ อยู่ภูเก็ต ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลของการศึกษาที่ถูกต้องและชัดเจนควรวางแผนในการเก็บข้อมูลที่รัดกุมมากขึ้น

บรรณานุกรม

- นิรมล จ้านงศรี. (2549). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารของหน่วยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม การศึกษาอิสระปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://www.tpa.or.th>
- Customer satisfaction evaluation. (2019). การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://www.services-rte.com>
- สวท ภูเก็ต. (2565). สวท ภูเก็ต Prd- คณะกรรมการท่องเที่ยว วุฒิสภา. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://www.facebook.com/radiopktprd/posts/607530490667003/>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). ภาพรวมการท่องเที่ยวภูเก็ต. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก www.Prachachat.net
- เพ็ญแข ช่อมณี. (2544). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://sites.google.com>
- Kris Piroj. (2017). Service Quality หรือ SERVQUAL. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://greedisgoods.com>
- Piyanart Singchoo. (2021). การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relationship management หรือ CRM). สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/496000/>
- ใบความรู้เรื่องผังก้างปลา. (2019). ใบความรู้เรื่องผังก้างปลา. สืบค้น 9 มกราคม 2566, จาก <http://designtechnology.ipst.ac.th/>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลราชชมงคลธัญบุรี.

ธนพร สิ้นสติดพร. (2557). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัทการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 – 50

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2565). ประวัติศาสตร์จังหวัดภูเก็ต. สืบค้น 14 พฤษภาคม 2566, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>.