

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

จากการที่รัฐบาลได้พยายามเข้ามาแก้ไขปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปี พ.ศ.2540 โดยใช้มาตรการทางด้านการเงินและการคลัง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายๆด้าน มาตรการต่างๆที่รัฐบาลนำมาใช้ส่งผลให้ประชาชนทุกระดับมีอำนาจในการใช้สอยมากขึ้น และพบว่าประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยในปี พ.ศ.2547 ไตรมาสแรกมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจร้อยละ 7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (เศรษฐกิจการเมืองไทย, 2547: ออนไลน์) จากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ทำให้มีการขยายตัวของภาคธุรกิจเพิ่มขึ้นในทุกสาขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม อยู่อาศัย และยารักษาโรค โดยในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นเมืองที่มีความเจริญเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร ได้มีการขยายตัวและปรับปรุงห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าหลายแห่งเช่นกัน ซึ่งการขยายตัวของกิจการประเภทนี้ ได้ก่อให้เกิดการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีจำหน่ายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า โดยเฉพาะร้านอาหาร จะพบว่า มีการขยายสาขาของร้านอาหาร ทั้งที่เป็นของคนในท้องถิ่นเอง และร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ทั้งของชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งอาหารประเภทจานด่วนและร้านอาหารที่มีอาหารครบวงจรจำนวนมาก และกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ส่วนใหญ่จะเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเน้นในด้านผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รสชาติดี สันของอาหารสอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม และมีพนักงานที่ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท แบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปลายปี พ.ศ.2536 โดยคุณประวิทย์ จิตนราพงศ์ โดยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “แบล็คแคนยอน” เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการร้านอาหารคุณภาพสูง และอาหารนานาชาติในศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ในการขยายสาขามีทั้งที่เป็นของบริษัทเอง และร้านในระบบแฟรนไชส์ ปัจจุบันมีกองทุน SME ของรัฐบาลไทยเป็นผู้ถือหุ้น 15% (กรรมการ ชินประสิทธิ์ชัย, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, 2547: สัมภาษณ์)

ร้านแบล็คแคนยอนจึงเป็นร้านหนึ่งที่มีการขยายตัวเข้ามาเปิดกิจการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจุดเด่นของร้านแบล็คแคนยอนจะมีการตกแต่งบรรยากาศของร้านได้อย่างมีเอกลักษณ์ของตนเอง และมีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือ กาแฟ ซึ่งมีให้เลือกมากมายหลายรสชาติ และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคว่ามีคุณภาพเทียบเท่ากับกาแฟแท้ 100% จากสายพันธุ์ที่มีชื่อเสียงของโลก

และยังมีอาหารมากมายหลากหลายชนิดไว้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาหารแบบตะวันตก เช่น ซุป สลัด สเต็ก มักรกะโรนี เฟรนช์ฟราย หรืออาหารของชาวเอเชีย เช่น ข้าวผัด และก๋วยเตี๋ยวต่างๆ รวมทั้งอาหารตามสั่งขึ้นชื่อแบบไทยๆ เช่น ต้มยำ แหนม และล่าสุตได้เพิ่มเมนูอาหารประเภทฟิวชั่นฟู้ด ซึ่งผสมผสานอาหารจากตะวันตก และตะวันออกเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน เช่น สปาเก็ตตี้แกงเขียวหวาน อูด้งต้มยำกุ้ง พูลชิลลีปลาหมึกต้มยำแห้ง สปาเก็ตตี้แพนงุ้ง ฯลฯ โดยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีสาขาของแบล็คแคนยอนมากถึง 6 สาขา ได้แก่ สาขาภาคสวนแก้ว สาขาการ์ฟูร์ สาขาโลตัสตลาดคำเที่ยง สาขาศูนย์การค้าแอร์พอร์ต สาขาช้างคลาน และสาขาสานามบินเชียงใหม่ ทั้ง 6 สาขาเป็นการบริหารจัดการในรูปแบบของแฟรนไชส์จากบริษัทแบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีคนท้องถิ่นเป็นผู้รับแฟรนไชส์ (กรณีการ ชินประสิทธิ์ชัย, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, 2547: สัมภาษณ์)

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านแบล็คแคนยอน ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 สาขา ได้แก่ สาขาภาคสวนแก้ว สาขาการ์ฟูร์ สาขาโลตัสตลาดคำเที่ยง สาขาศูนย์การค้าแอร์พอร์ต และสาขาช้างคลาน ในส่วนของสาขาสานามบินเชียงใหม่ ผู้ศึกษาไม่ได้ทำการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาเนื่องจากพบว่าเป็นสาขาที่มีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ใช่คนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะเป็นนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ที่ไปใช้บริการเนื่องจากอยู่ในช่วงระยะเวลาที่จะใช้บริการสายการบินในการเดินทาง ดังนั้นในการศึกษาความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านแบล็คแคนยอนในจังหวัดเชียงใหม่ จึงคาดว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการร้านแบล็คแคนยอนในจังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดอื่นที่มีลูกค้าลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบล็คแคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของลูกค้าที่พบจากการใช้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบล็คแคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ จะได้รับประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่
3. ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดอื่นที่มีผู้บริโภคลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**ความพึงพอใจของลูกค้า** หมายถึง ผลจากการเปรียบเทียบความคาดหวังที่ผู้บริโภค คิดไว้เบื้องต้นกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้ ต่อการใช้บริการในร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหากการรับรู้ตรงกับความคาดหวังที่คิดไว้จึงเกิดความพึงพอใจ ไม่เกิดช่องว่างของการบริการ หากการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังที่คิดไว้จึงเกิดความไม่พึงพอใจ เกิดช่องว่างของการบริการเกิดขึ้น และหากการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังที่คิดไว้จึงเกิดความประทับใจ

**ร้านแมลิคเคนยอน** หมายถึง ร้านกาแฟและอาหาร ที่มีร้านสาขากว่า 100 สาขา ใน ประเทศไทย และยังขายแฟรนไชส์ไปยังต่างประเทศด้วย โดยร้านที่ทำการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 5 สาขา ได้แก่ สาขาภาคสวนแก้ว สาขาการ์ฟูร์ สาขาโลตัสคำเที่ยง สาขาศูนย์การค้าแอร์พอร์ต และสาขาช้างคลาน

**การให้บริการ** หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ บุคคลผู้ให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของการบริการที่มีคุณค่าต่อผู้ใช้บริการในร้านกาแฟและอาหารแบบลิคเคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่