

แนวทางการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสุนทรียสาธก
กรณีศึกษา : สถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการ อำเภอนามน จังหวัดกาฬสินธุ์
The Guidelines of Applying Appreciative Inquiry to Increasing Customer
Satisfaction: A case study of Pongsakornborikan Gas Stations,
Na Mon District, Kalasin Province

ณัชชา แสงนาโก*

Natcha Seangnago*

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

College of Graduate Study in Management Khon Kaen University

*Corresponding author's email: Natcha.seang@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)

23 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

5 กันยายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

15 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้เป็นการศึกษาแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการ และหาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างลูกค้า จำนวน 25 คน และพนักงาน 5 คน ซึ่งประยุกต์ใช้กระบวนการสุนทรียสาธกเพื่อค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมกับการวิเคราะห์ SOAR และนำข้อมูลที่ได้มากำหนดโครงการพัฒนาการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม คือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่า ทำเลที่ตั้งดีอยู่ใกล้แหล่งชุมชน พนักงานบริการรวดเร็ว มีความเป็นกันเอง ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น คือ พนักงานพูดจาดี บรรยากาศภายในปั้มน้ำมันดี ห้องน้ำสะอาด ปั้มน้ำมันมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน มีน้ำมันหลายประเภท ราคาถูก และมีคุณภาพ หลังดำเนินโครงการระยะสั้น 5 โครงการ ได้แก่ (1) โครงการรักษาสถานลูกค้าเก่า (2) โครงการทำความรู้จัก ทักทายลูกค้า (3) โครงการปั้มน้ำมันนี้สะอาด (4) โครงการห้องน้ำสะอาดน่าใช้ และ (5) โครงการปั้มน้ำมันอยู่ชุมชน และโครงการระยะยาว 1 โครงการ คือ โครงการห้องน้ำเพียงพอไม่ต้องรอคิวนาน ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของลูกค้ารวมเท่ากับ 3.71 จากเดิม 3.34 การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลโดยตรง ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีบริการน้ำมัน นำไปสู่การสร้างการให้บริการที่มีแบบแผน ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มฐานลูกค้าเก่าและโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของลูกค้า, สุนทรียสาธก, สถานีบริการน้ำมัน

ABSTRACT

This independent study was an integrated study, aiming at finding customers' positive experience of gas station service, and finding ways to improve customer satisfaction, with the sample group of 25 customers and 5 employees by using appreciative inquiry process to find out the common factors and leading factors, using questionnaires as a tool for collecting information and combining with SOAR analysis and introducing a large amount of data, determining the service development project of Pongsakorn gas station. The results showed that the common factors were: customers were mostly old customers, with superior geographical location, close to community resources, fast service and friendly personnel. The outstanding factors were: politeness of employees, good internal atmosphere, clean pump room, good relationship between pumps and community people, various oils, low price and good quality. Five short-term projects were implemented in the later stage, including: (1) maintenance of old customer base; (2) Customer greeting awareness project; (3) The oil pump project was worth visiting; (4) The toilet cleaning project was available; (5) The water pump project was a dual community and a long-term project was a sufficient toilet project without the need for queuing, the average level of customer satisfaction was 3.71 from the original 3.34. Improving customer satisfaction directly affected customer repeat services and promoted a good image of gas stations. This has led to the creation of structured services, thereby increasing the existing customer base and opportunities to attract new customers.

Keywords: Customer Satisfaction, Appreciative Inquiry, Gas Station

บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมซื้อรถยนต์สันดาปภายใน (Internal Combustion Engine: ICE) ลดลง แต่ยังคงเป็นอันดับ 1 ในการเลือกซื้อ และตลาดรถยนต์มือสองในประเทศไทยยังคงนิยมรถยนต์สันดาปภายในเป็นอันดับ 1 เช่นกัน ที่ 54% ตามมาด้วยรถไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) 38% รถยนต์ปลั๊กอิน PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle) และรถยนต์ไฟฟ้า (Battery Electric Vehicle: BEV) 9% (อมรินทร์ทีวี, 2567) ส่งผลให้สถานีบริการน้ำมันมีการแข่งขันที่สูง ประชาชาติธุรกิจ (2565) รายงานว่า ผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่มีการวางแผนการลงทุนทั้งในธุรกิจน้ำมัน และธุรกิจที่ไม่ใช่น้ำมันเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2565-2569 โดยใช้การขยายสถานีบริการน้ำมัน เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการกระจายธุรกิจที่ไม่ใช่น้ำมัน และรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจจากถนนสายหลักสู่ถนนสายรอง

สถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการ ก่อตั้งเมื่อปี 2560 เป็นสถานีบริการน้ำมันขนาดกลาง

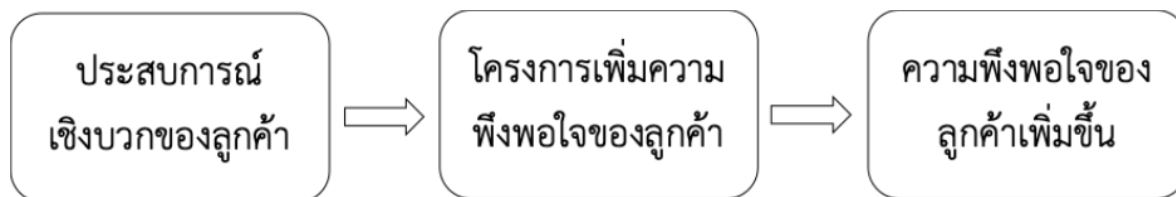
ที่เปิดให้บริการแห่งล่าสุด และมีหัวจ่ายน้ำมัน 3 หัวจ่ายซึ่งเป็นจำนวนหัวจ่ายมากที่สุดในสถานีบริการน้ำมันทั้ง 9 แห่งในพื้นที่ตำบลหนองบัว อำเภอนามน จังหวัดกาฬสินธุ์ แวดล้อมด้วยร้านรับปะยาง และร้านขายรถยนต์มือสอง ซึ่งอยู่ในความดูแลของเจ้าของกิจการเดียวกันกับสถานีบริการน้ำมัน ทำให้ที่ตั้งไม่ไกลจากพื้นที่ชุมชน โดยมุ่งเน้นการขายปลีกน้ำมันสำหรับลูกค้าภาคครัวเรือน และภาคการเกษตร กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ คือ ลูกค้าประจำซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกร และกลุ่มลูกค้าใหม่จากช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์ ยอดขายย้อนหลัง 3 ปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2562 มียอดขาย 6,480,000 บาท ปี พ.ศ. 2563 มียอดขาย 6,840,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.56 และในปี พ.ศ. 2564 มียอดขาย 8,220,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.18 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสถานีบริการน้ำมันมีการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นในทุกปี และยอดขายที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดอยู่ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงเดือนธันวาคม ซึ่งตรงกับฤดูกาลการทำนาข้าว ปลูกอ้อย และช่วงปลายของการปลูกมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่เกษตรกรในพื้นที่นิยมปลูก รองลงมาคือช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ซึ่งตรงกับฤดูกาลปลูกมันสำปะหลังช่วงต้น และในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายนมียอดขายน้อยที่สุด เนื่องจากอยู่ในช่วงปลายของการเก็บเกี่ยวอ้อยเพียงอย่างเดียว พงศกร เพ็งสูงเนิน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 กุมภาพันธ์, 2565) สถานีบริการน้ำมันมีการบริการที่ยังไม่เป็นแบบแผนที่ชัดเจน จึงส่งผลให้ในช่วงเวลาที่ลูกค้าเยอะเกิดปัญหาเติมน้ำมันล่าช้า และไม่มีการให้บริการสินค้าและบริการอำนวยความสะดวก ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น ร้านกาแฟ ตู้ ATM ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นทางเลือกหลักที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จึงมีความต้องการที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจและมาตรฐานการบริการที่ดีให้สามารถรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยประยุกต์ใช้กระบวนการสุนทรียศาสตร์ เพื่อค้นหาประสบการณ์ในด้านบวกของลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่ นำจุดร่วมและจุดเด่นที่ค้นพบ มาจัดทำแนวทางพัฒนาการวางแผนการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ สร้างมาตรฐานการบริการที่ดี เพื่อให้สถานีบริการน้ำมันสามารถเติบโตและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการ
2. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเนื้อหาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎี นำมาซึ่งตัวแปรและกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 3 ส่วน โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธกเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ส่วนที่ 1 การค้นหาประสพการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบริการน้ำมันพงศกรบริการ นำข้อมูลมาใช้ในส่วนที่ 2 เพื่อออกแบบโครงการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และดำเนินการส่วนที่ 3 เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานบริการน้ำมันพงศกรบริการ

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพิ่มวรรณกรรม

สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

Cooperrider et al. (2008) กล่าวว่า สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) คือ กระบวนการศึกษาที่ค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวบุคคล องค์กร หรือสภาพแวดล้อมรอบตัว ด้วยการค้นหาอย่างเป็นระบบเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุสำคัญที่ส่งผลให้ระบบนั้น ๆ ดำเนินไปในทิศทางที่ดีที่สุด โดยใช้ศิลปะของคำถามด้านบวกที่ไม่มีเงื่อนไขใด ๆ เพื่อให้การสร้างจินตนาการและเข้าถึงความคิดเห็นที่เป็นอิสระ ซึ่งจะส่งเสริมให้สามารถพัฒนาศักยภาพสูงสุด ทฤษฎีสุนทรียสาธกเชื่อว่าทุกสิ่งมีเรื่องราวที่ดีซ่อนอยู่เสมอ สามารถใช้กระบวนการสุนทรียสาธกกับการสนทนาสั้น ๆ จนถึงการสนทนาภายในองค์กร โดยเริ่มจากการค้นหาประสพการณ์ที่ดีที่สุด (Peak Experience) แล้วจึงนำประสพการณ์เหล่านั้นสร้างเป็นความฝัน หรือวิสัยทัศน์ (Dream) ทำการวางแผนเพื่อให้วิสัยทัศน์เกิดขึ้นจริง (Design) และเริ่มต้นลงมือทำ (Destiny)

การวิเคราะห์ซออาร์ (SOAR Analysis)

การวิเคราะห์ซออาร์ เป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในทางธุรกิจที่ผู้บริหารนำมาใช้แทนการวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ซออาร์ คือการวิเคราะห์หา จุดแข็ง (Strengths) โอกาส (Opportunities) แรงบันดาลใจ (Aspirations) และผลลัพธ์ในเชิงบวกที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร (Results) (Stavos & Hinrichs, 2021)

ความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างที่ชัดเจน การที่จะสามารถระบุถึงระดับความพึงพอใจของบุคคลนั้น จะต้องทำการสังเกตและตีความผ่านการแสดงออกซึ่งมีความซับซ้อน (Kotler & Keller, 2016) ซึ่ง พัฒนา พรหมณี และคณะ (2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ตอบสนองจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมภายใน ที่สามารถผลักดันให้บุคคลเกิดความรู้สึกชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ ยินดีหรือไม่ยินดี หลังจากได้รับการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวัง

$$\text{ความพึงพอใจ} = \text{สินค้าหรือการบริการที่ได้รับ} - \text{ความคาดหวัง}$$

(Satisfaction) (Perceived Performance) (Expectation)

ปรีชา แหวนจีน และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ (2567) สรุปว่าความพึงพอใจ คือ ผลลัพธ์จากความรู้สึกที่ได้รับหลังจากการสัมผัสหรือการใช้บริการ จนทราบถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการ ผลลัพธ์ที่ได้สามารถแสดงออกได้ทั้งการพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

ดังนั้นแล้วความพึงพอใจของลูกค้า จึงสรุปได้ว่าเป็นผลลัพธ์จากความรู้สึกที่ตอบสนองจากความรู้สึกภายในใจหลังจากใช้บริการ จนไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ชัดเจนต้องอาศัยการสังเกตและตีความจากการแสดงออกของลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุติกกาญจน์ อติเวทิน (2565) ได้ทำการศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก เพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ เพื่อค้นหาความประทับใจ ประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า และแนวทางการเพิ่มยอดขายเฟอร์นิเจอร์ในอัตราแก้วหน้าร้อยละ 10- 20 ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คน ค้นหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น นำข้อมูลมาใช้กำหนดโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขาย โดยมีโครงการระยะสั้น 3 โครงการ หลังจากดำเนินโครงการพบว่ายอดขายเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นในอัตราแก้วหน้าร้อยละ 10-15 ซึ่งเดือนมีนาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เดือนเมษายนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และเดือนพฤษภาคม เพิ่มขึ้นร้อยละ 15

มนธิดา วงอาษา (2562) ทำการศึกษาการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านน้ำเต้าหู้ ABC จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้า ที่มาซื้อสินค้าจากร้านน้ำเต้าหู้ ABC จังหวัดร้อยเอ็ด และค้นหาแนวทางการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ที่มาซื้อสินค้าในร้านน้ำเต้าหู้ ABC จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าจุดร่วมที่สำคัญที่ส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจ ได้แก่ 1) พนักงานบริการดีและเป็นกันเอง 2) ราคาถูก 3) สินค้ามีคุณภาพ สด และสะอาด 4) รสชาติอร่อย ทานง่าย 5) เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ซื้อง่าย 6) ร้านสะอาด 7) ให้บริการรวดเร็ว และใช้ทฤษฎีจุดพลิกผันในการค้นหาการรับรู้ของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักร้านผ่านการบอกต่อ ความพึงพอใจของร้าน ก่อนทำโครงการเท่ากับ 4.40 คะแนน ได้มีการจัดทำโครงการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ 4 โครงการ หลังดำเนินโครงการค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็น 4.84 คะแนน

วีระพจน์ วงษ์วัฒนา (2566) ทำการศึกษาและเปรียบเทียบองค์ประกอบในสถานบริการน้ำมันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบองค์ประกอบในสถานบริการน้ำมัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อพัฒนารูปแบบให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต และเพื่อศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในการพัฒนาสถานบริการน้ำมัน ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในสถานบริการน้ำมัน 6 ประการ คือ 1) ศูนย์ให้บริการและความสะอาดภายในสถานบริการ 2) ศูนย์บริการอาหารและของฝาก 3) ศูนย์ให้บริการธุรกรรมและขนส่ง 4) ความเป็นสถานบริการน้ำมัน 5) สถานที่สุบะบุหรี 6) ร้านกาแฟ หนึ่งในองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการใช้บริการสถานบริการน้ำมัน คือ สถานบริการน้ำมันมีขนาดใหญ่ มีที่จอดรถ และห้องน้ำที่สะอาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของสถานบริการน้ำมัน

พิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล (2564) ทำการศึกษาการเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ กรณศึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวก ความประทับใจของลูกค้าร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อหาแนวทางในการสร้างการรับรู้ จดจำตราสินค้าและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และเพื่อนำแนวทางดังกล่าวไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน โดยค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดเด่น วิเคราะห์ข้ออาร์ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมสำคัญที่สุด คือ การบริการที่ดี รวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส มีโปรโมชั่นที่ดึงดูด รู้จักผ่านทาง Social Media และการบอกต่อ จากผลการศึกษาเกิดเป็นโครงการระยะสั้น 3 โครงการ คือ 1) อยู่ไนท์ก๊ฟ 2) 10 แกรม 1 3) รีวิวพาฟิน หลังดำเนินโครงการร้านมียอดขายเพิ่มขึ้น จากเดือนเมษายน 149,794.55 บาท ในเดือนพฤษภาคม 184,541.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.19 และโครงการระยะยาวคือ More Space และขับไปไหนก็เห็น

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการวิจัยแบบผสานโดยใช้ทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด (Open - Ended Questions) ที่ประยุกต์ใช้ตามหลักของกระบวนการสุนทรียศาสตร์ ซึ่งเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

คำถามสำหรับลูกค้า

1. คุณมาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการครั้งแรกหรือไม่
2. คุณประทับใจในการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการอะไรบ้าง
3. พนักงานคนใดในสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการที่คุณประทับใจมากที่สุด
4. คุณคิดว่าสถานีบริการน้ำมันในฝัน ต้องมีการบริการอย่างไร
5. คุณคิดว่าสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการควรเพิ่มสินค้าหรือบริการอะไร เพื่อให้เกิด

ความพึงพอใจมากขึ้น

คำถามสำหรับพนักงาน

1. คุณคิดว่าสถานีบริการน้ำมันในฝัน ต้องมีการบริการอย่างไร
2. คุณคิดว่าสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการควรให้บริการแบบใด เพื่อให้ลูกค้าเกิด

ความพึงพอใจมากขึ้น

3. คุณคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของสถานีบริการน้ำมันพงศกรบริการที่แตกต่างจากร้านอื่น

แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด (5 คะแนน) พึงพอใจมาก (4 คะแนน) พึงพอใจปานกลาง (3 คะแนน) พึงพอใจน้อย (2 คะแนน) พึงพอใจน้อยที่สุด (1 คะแนน) โดยพิจารณาปัจจัยที่เป็นจุดเด่นและจุดร่วมจากการสัมภาษณ์ลูกค้าและพนักงาน เพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจำนวน 100 ชุด จากประชากรในพื้นที่ตำบลหนองบัว อำเภอนามน จังหวัดกาฬสินธุ์ 4,490 คน ณ วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2565 โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.1

แทนค่าในสูตร $n = 97.82$

จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน

ทำการแจกแบบสอบถามลูกค้ากลุ่มเดิมก่อนทำโครงการและหลังทำโครงการ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ประกอบด้วย ด้านสินค้าและการบริการ ด้านราคา และด้านบุคลากร

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ค้นพบจากการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่

โดยใช้สถิติพรรณนา คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วิธีดำเนินการวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แบบสัมภาษณ์คำถามเชิงบวกจากแบบจำลอง 4D (4-D Model) ซึ่งประกอบด้วย 1) การค้นหา (Discovery) 2) การวาดฝัน (Dream) 3) การออกแบบ (Design) 4) การลงมือทำ (Destiny) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดเด่นร่วมกับการวิเคราะห์ สออาร์ เพื่อออกแบบโครงการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของสถานบริการน้ำมัน

1. การค้นหา (Discovery)

เป็นขั้นตอนที่ใช้กระบวนการสนทนาริยสาธกและทฤษฎีความพึงพอใจ เป็นหลักในการตั้งคำถาม เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ จากการสัมภาษณ์และการสังเกต โดยจำแนก ความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสินค้าและการบริการ ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านพนักงาน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาจุดร่วมและจุดเด่น จากนั้นนำจุดร่วมและจุดเด่นมาออกแบบโครงการเพื่อพัฒนา ความพึงพอใจของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ สุ่มตัวอย่างลูกค้าและพนักงานเพื่อทำการสัมภาษณ์โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) จำนวน 30 คน

2. การวาดฝัน (Dream)

หลังจากได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดเด่นแล้ว นำปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดเด่นมาวาดฝันถึงการพัฒนาสถานบริการน้ำมัน ให้ตอบสนองความพึงพอใจ ของลูกค้า ซึ่งการวาดฝันนั้นอยู่บนพื้นฐานที่สามารถปฏิบัติได้จริง

3. การออกแบบ (Design)

นำเอาขั้นตอนที่ได้จากการวาดฝันแนวทางการพัฒนาสถานบริการน้ำมันที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง ซึ่งเป็นแนวทางที่จะสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพิ่มความสามารถในการรักษาสถาน ลูกค้าเก่า และสามารถเพิ่มการใช้บริการของลูกค้าใหม่ โดยอาศัยการวิเคราะห์จุดร่วมและจุดเด่น ร่วมกับการ วิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) นำผลที่ได้มาออกแบบโครงการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ที่มาใช้บริการ

4. การลงมือทำ (Destiny)

ดำเนินการโครงการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าตามแผนที่ออกแบบเอาไว้ ซึ่งในขั้นตอนนี้ ได้มีการปฏิบัติร่วมกับเจ้าของและพนักงานของสถานบริการน้ำมัน ทำการติดตามผลการดำเนินงาน และประเมินผลโครงการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามชุดเดิม เพื่อประเมินผลการพัฒนา ความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากการดำเนินโครงการว่ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นหรือไม่

สรุปผลการวิจัย

1. การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานบริการน้ำมัน

1.1 ผลจากการศึกษาการสัมภาษณ์โดยใช้กระบวนการสนทนาลึก

1.1.1 ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม และปัจจัยที่เป็นจุดเด่นจากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการ

คำถาม “คุณมาใช้บริการสถานบริการน้ำมันพงศรบริการครั้งแรกหรือไม่” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่ามาใช้บริการเป็นประจำ และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ เป็นลูกค้าเก่าที่มาใช้บริการบ้าง และเป็นลูกค้าใหม่

คำถาม “คุณประทับใจในการให้บริการของสถานบริการน้ำมันพงศรบริการอะไรบ้าง” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดถนน ไม่ไกลจากชุมชน พนักงานบริการรวดเร็ว และเป็นกันเอง และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ น้ำมันราคาถูก พนักงานพูดจาดี สภาพแวดล้อมและบรรยากาศดี ห้องน้ำสะอาด ปัมมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน มีน้ำมันหลายประเภท และน้ำมันมีคุณภาพ

คำถาม “พนักงานคนใดในสถานบริการน้ำมันพงศรบริการที่คุณประทับใจมากที่สุด” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้แก่ ประทับใจพนักงานทุกคนเท่ากัน และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ ประทับใจพนักงานที่อายุน้อยที่สุด และประทับใจพนักงานหญิง

คำถาม “คุณคิดว่าสถานบริการน้ำมันในฝันต้องมีการบริการอย่างไร” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ห้องน้ำสะอาด เพียงพอต่อความต้องการ พนักงานให้บริการรวดเร็ว พูดจาสุภาพ เป็นกันเอง ทำเลที่ตั้งดี สถานที่กว้างขวาง บรรยากาศร่มรื่น สะอาด และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ ให้บริการครบวงจร พนักงาน มีความกระตือรือร้น ใส่ใจลูกค้า ตั้เดิมลม มีบริการเช็คกระຈก ตรวจสอบเช็คครก มีน้ำมันหลายประเภท น้ำมันราคาถูก และมีการส่งเสริมการขาย เช่น แจกน้ำหรือขนม

คำถาม “คุณคิดว่าสถานบริการน้ำมันพงศรบริการควรเพิ่มสินค้า หรือบริการอะไร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ อยากให้มีร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม และร้านสะดวกซื้อ และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ อยากให้มีตู้ ATM ป้ายบอกตำแหน่ง รมไม้สำหรับพักรก ที่เป็นสัดส่วน และปรับปรุงทางเข้าให้เป็นคอนกรีต

1.1.2 ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม และปัจจัยที่เป็นจุดเด่นจากการสัมภาษณ์พนักงาน

คำถาม “คุณคิดว่าสถานบริการน้ำมันในฝันต้องมีการบริการอย่างไร” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ พนักงานเต็มน้ำมันรวดเร็ว และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ พนักงานพูดจาดี มีความกระตือรือร้น มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ควบคุมอารมณ์ได้ดี และให้คำแนะนำได้

คำถาม “คุณคิดว่าสถานบริการน้ำมันพงศรบริการควรให้บริการแบบใด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ พนักงานเป็นกันเอง และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ พนักงานพูดจาดี เอาใจใส่ลูกค้า ให้คำแนะนำได้ เต็มน้ำมันรวดเร็ว และมีความกระตือรือร้น

คำถาม “คุณคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของสถานบริการน้ำมันพงศรบริการที่ต่างจากร้านอื่น” ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ พนักงานเป็นกันเอง และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ น้ำมันราคาถูก

มีน้ำมันหลายประเภท พนักงานให้บริการดี พุดจาดี สนับสนุนกับลูกค้า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชน

1.2 ผลการศึกษาจากแบบสอบถามก่อนทำโครงการ

ตารางที่ 1 ภาพรวมความพึงพอใจของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามก่อนทำโครงการ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านสินค้าและการบริการ	3.38	.597	ปานกลาง
ด้านราคา	3.26	.649	ปานกลาง
ด้านสภาพแวดล้อม	3.33	.585	ปานกลาง
ด้านพนักงาน	3.37	.661	ปานกลาง
รวม	3.34	.623	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 จุดรวมและจุดเด่นที่ค้นพบ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านสินค้าและการบริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .597 ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .661 ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง ด้านสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .585 ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .649 ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง ในภาพรวมความพึงพอใจของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามก่อนทำโครงการมีค่าเฉลี่ย 3.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .623 ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง

2. แนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสถานบริการน้ำมันเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

ผู้ศึกษาได้ศึกษาตามแนวทางสุนทรียสาธก และดำเนินโครงการตามกระบวนการ 4-D โดยเริ่มจากขั้นตอนที่ 1 การค้นหา (Discovery) ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากนั้นจึงนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในขั้นตอนที่ 2 การวาดฝัน (Dream) ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ (Design) และขั้นตอนที่ 4 การลงมือทำ (Destiny) ร่วมกับการวิเคราะห์สออาร์เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อค้นหาจุดแข็งซึ่งมีรายละเอียดของขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 2 การวาดฝัน (Dream)

จากการค้นพบประสบการณ์เชิงบวกจากลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบริการน้ำมันพงศกรบริการ ทำการวาดฝันให้ร้านมีสิ่งที่จะก่อให้เกิดขึ้นจริงดังนี้

- ในระยะสั้น :
1. วาดฝันให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบริการน้ำมันพงศกรบริการมีความพึงพอใจมากขึ้นร้อยละ 10
 2. อยากให้ลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ
 3. เพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่คิดเป็นร้อยละ 5

- ในระยะยาว :
1. สร้างเอกลักษณ์ของร้านด้านการบริการที่รวดเร็ว สุภาพและเป็นกันเอง
 2. มีการบริหารจัดการเวลาในการเติมน้ำมันในช่วงที่มีลูกค้าเยอะได้อย่างเป็นระบบ

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ (Design)

หาแนวทางและออกแบบโครงการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าของสถานบริการน้ำมันพงศกรบริการ ผู้ศึกษาได้นำประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ค้นพบจากการใช้กระบวนการสุนทรียสาธก

โดยมีการค้นพบจุดร่วม จุดเด่น ร่วมกับการวิเคราะห์ข้ออาร์มาใช้ออกแบบโครงการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าทั้งหมด 5 โครงการ โดยมีรายละเอียดโครงการดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้ออาร์ (SOAR Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) สถานีบริการน้ำมัน เป็นสถานีบริการน้ำมันใหม่และใหญ่ที่สุดในตำบล ตั้งอยู่ริมถนนพื้นที่กว้างขวาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีประเภทของน้ำมันมากกว่าสถานีบริการน้ำมันบริเวณใกล้เคียง
- 2) สถานีบริการน้ำมันให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์การบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง ทำให้มีฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น

โอกาส (Opportunities)

- 1) เกษตรกรในพื้นที่นิยมใช้เครื่องจักรทางการเกษตรมากขึ้นทำให้มียอดขายที่มั่นคงและขึ้นลงตามฤดูกาลทำการเกษตร
- 2) ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างจากสถานีบริการน้ำมันอื่น 9 กิโลเมตร ทำให้สามารถครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนใหญ่ในพื้นที่ได้
- 3) จากการคลี่คลายของสถานการณ์โรคระบาดทำให้ผู้คนนิยมเดินทางกลับภูมิลำเนามากขึ้นส่งผลให้ลูกค้าสัญจรผ่านสถานีบริการน้ำมันมากขึ้น

แรงบันดาลใจ (Aspirations)

- 1) ต้องการเป็นสถานีบริการน้ำมันอันดับหนึ่งที่คนตำบลหนองบัวนึกถึง 2) อยากให้ลูกค้าพึงพอใจในการเติมน้ำมันที่สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

ผลลัพธ์ (Results)

- 1) ลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพึงศรบริการมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 10
- 2) สามารถรักษฐานลูกค้าเก่าคิดเป็นร้อยละ 5
- 3) เพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่คิดเป็นร้อยละ 5
- 4) สร้างเอกลักษณ์ของร้านด้านการบริการที่รวดเร็ว สุภาพและเป็นกันเอง
- 5) มีการบริหารจัดการเวลาในการเติมน้ำมันในช่วงที่มีลูกค้าเยอะได้อย่างเป็นระบบ

สรุปการกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยออกแบบโครงการระยะสั้น 5 โครงการ โครงการระยะยาว 1 โครงการ ดังต่อไปนี้

โครงการระยะสั้นที่ 1 รักษาฐานลูกค้าเก่า มีวัตถุประสงค์ เพื่อรักษาลูกค้ารายเก่าที่เคยมาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพึงศรบริการให้เกิดความประทับใจจนกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยมีวิธีดำเนินโครงการ คือ

- 1) เติมน้ำมัน 100 บาท รับน้ำดื่มชนิดถ้วย 1 ถ้วย
- 2) เติมน้ำมัน 200 บาท รับน้ำดื่มขนาด 330ml. 1ขวด
- 3) เติมน้ำมัน 300 บาท รับเครื่องดื่ม M150 1ขวด

- 4) เติมน้ำมัน 400 บาท รับน้ำดื่มขนาด 600ml. 1ขวด
- 5) เติมน้ำมัน 500 บาทขึ้นไป รับน้ำดื่มขนาด 1.5 ลิตร 1 ขวด
- 6) แจกเสื้อแขนยาวสกรีนชื่อและเบอร์โทรศัพท์ของสถานบริการน้ำมันในช่วงสิ้นปี

ผลการดำเนินโครงการ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลการดำเนินการโครงการรักษาลูกค้าเก่าของเดือนเมษายน

การใช้บริการ	ก่อนเกิดโครงการ (ร้อยละ)	ตัวชี้วัด (ร้อยละ)	หลังเกิดโครงการ (ร้อยละ)
การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าเก่า	1240 คน (100)	1302 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5)	1550 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 25)
ลูกค้ารายใหม่จากการแนะนำและบอกต่อ	12 คน (100)	13 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5)	18 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 50)

จากตารางที่ 2 พบว่าก่อนเกิดโครงการมีลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการซ้ำ 1,240 คน หลังดำเนินโครงการในเดือนเมษายนมีลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการซ้ำ 1,550 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 25 จากเดือนมีนาคม ก่อนเกิดโครงการมีลูกค้ารายใหม่มาใช้บริการ 12 คน หลังดำเนินโครงการมีลูกค้ารายใหม่มาใช้บริการ 18 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 50 จากเดือนมีนาคม

โครงการระยะสั้นที่ 2 ทำความรู้จัก ทักทายลูกค้า มีวัตถุประสงค์ คือ สร้างความประทับใจ หลังจากการใช้บริการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยสร้างแนวทางการปฏิบัติในการกล่าวต้อนรับลูกค้า สอบถามความต้องการของลูกค้า ทำความรู้จัก หรือพูดคุยกับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม และน้ำเสียงที่สุภาพและเป็นมิตร

ผลการดำเนินโครงการ

ตารางที่ 3 สรุปภาพรวมเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจก่อนและหลังทำโครงการ

ความพึงพอใจ	ก่อน			หลัง		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านสินค้าและบริการ	3.38	.597	ปานกลาง	3.59	.587	มาก
2. ด้านราคา	3.26	.649	ปานกลาง	3.61	.643	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อม	3.33	.585	ปานกลาง	3.92	.630	มาก
4. ด้านพนักงาน	3.37	.661	ปานกลาง	3.75	.601	มาก
รวม	3.34	.623	ปานกลาง	3.71	.615	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการ ก่อนการดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .597 หลังดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .587

ด้านราคา ก่อนการดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .649 หลังดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .643 ด้านสภาพแวดล้อม ก่อนการดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .585 หลังดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .630 ด้านพนักงาน ก่อนการดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .661 หลังดำเนินโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าก่อนการดำเนินโครงการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.34 หลังการดำเนินโครงการทำความรู้จัก ทักทายลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.71 มากขึ้นในทุกด้าน

โครงการระยะสั้นที่ 3 ป้อนน้ำมันน้ำแฉะ มีวัตถุประสงค์ คือ ปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานบริการน้ำมันให้มีความสะอาดปลอดภัย มีป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจนน้ำแฉะมาใช้บริการ โดยมีวิธีดำเนินการ คือ

- 1) ทำการติดตั้งป้ายสัญลักษณ์ทางเข้า – ทางออกให้มีความชัดเจน
- 2) จัดตารางเวรการทำงานทำความสะอาดสถานบริการน้ำมันในเวลา 6.00 น. ของทุกวัน และมีการตัดหญ้าและดูแลตัดแต่งต้นไม้เดือนละ 2 ครั้ง

ผลการดำเนินโครงการ จากการดำเนินโครงการป้อนน้ำมันน้ำแฉะได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในของสถานบริการน้ำมัน ติดตั้งป้ายสัญลักษณ์ทางเข้า – ทางออก ซ่อมแซมป้ายชื่อของสถานบริการน้ำมันที่มีความชำรุด จัดตารางเวรการทำงานทำความสะอาดสถานบริการน้ำมันในเวลา 6.00 น. ของทุกวัน และมีการตัดหญ้าและดูแลตัดแต่งต้นไม้เดือนละ 2 ครั้ง

โครงการระยะสั้นที่ 4 ห้องน้ำสะอาดน่าใช้ มีวัตถุประสงค์ คือ ปรับปรุงภูมิทัศน์ของห้องน้ำและบริเวณด้านหน้าให้มีความสะอาด สวยงาม โดยมีวิธีดำเนินการ คือ

- 1) ปรับปรุงภูมิทัศน์ของห้องน้ำและบริเวณด้านหน้าโดยทำการปลูกและตัดแต่งต้นไม้
- 2) จัดตารางการทำงานสะอาดห้องน้ำและ 2 เวลา คือ เวลา 6.00 น. และเวลา 12.00 น.

ผลการดำเนินโครงการ จากการดำเนินโครงการห้องน้ำสะอาดน่าใช้ได้ทำการปรับปรุงภูมิทัศน์ของห้องน้ำและบริเวณด้านหน้าห้องน้ำ พบว่า หลังทำการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบห้องน้ำ ต้นไม้บริเวณหน้าห้องน้ำมีความเป็นระเบียบมากขึ้น มีการซ่อมแซมส่วนของอ่างล้างหน้าให้สามารถใช้งานได้ ทำให้ห้องน้ำมีความปลอดภัยมากขึ้น

โครงการระยะสั้นที่ 5 ป้อมอยู่คู่ชุมชน มีวัตถุประสงค์ คือ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานบริการน้ำมันและชุมชน และสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นสถานบริการน้ำมันที่อยู่คู่กับชุมชน จากปัจจัยที่เป็นจุดร่วม คือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่ามาใช้บริการเป็นประจำ โดยให้ความร่วมมือและการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน เช่น งานบุญประเพณี งานกีฬา และงานศพ

ผลการดำเนินโครงการ จากการดำเนินโครงการป้อมอยู่คู่ชุมชน สถานบริการน้ำมันพงศกรบริการ ได้มีการส่งตัวแทนร่วมสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ได้แก่ การส่งพวงหรีด และเงินช่วยเหลืองานศพ และการบริจาคเงินสมทบทุนการจัดกิจกรรมกีฬาของโรงเรียนและกีฬาชุมชน

โครงการระยะยาว อยู่ระหว่างการดำเนินการ 1 โครงการ คือ โครงการห้องน้ำเพียงพอ

ไม่ต้องรอคิวนาน ซึ่งในปัจจุบันห้องน้ำภายในสถานบริการน้ำมันมีจำนวนเพียง 2 ห้อง แบ่งเป็นห้องน้ำชาย 1 ห้อง และห้องน้ำหญิง 1 ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาก และไม่มีการแยกห้องน้ำชายและห้องน้ำหญิง ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนวคิดในการสร้างโครงการเพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เป็น 4 ห้อง แบ่งเป็นห้องน้ำชาย 2 ห้อง ห้องน้ำหญิง 2 ห้อง เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นการกันห้องน้ำชายและห้องน้ำหญิงให้มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบ ว่าปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของสถานบริการน้ำมัน คือ ท่าเลที่ตั้งติดถนน ไม่ไกลจากชุมชนหรือที่ทำงาน พนักงานบริการดีรวดเร็ว เป็นกันเอง และมีการส่งเสริมการขาย เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ศึกษาได้ออกแบบโครงการรักษาลูกค้าเก่า ซึ่งมีการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ พบว่าหลังดำเนินโครงการ มีลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 25 และมีลูกค้ารายใหม่มาใช้บริการเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 50 ซึ่งสอดคล้องกับ ชุตติกาญจน์ อติเวทิน (2565) ซึ่งมีการแสดงผลของการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจ และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นการรักษาลูกค้าเก่า หลังการดำเนินโครงการส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการมากขึ้น

โครงการ ทำความรู้จัก ทักทายลูกค้า มีการสร้างรูปแบบการต้อนรับลูกค้าของพนักงาน ผลลัพธ์ที่ได้ คือ พนักงานมีรูปแบบการทำงานที่เป็นมาตรฐานขึ้น มีการกล่าวทักทายลูกค้า สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ มนธิดา วงอาษา (2562) ทำการศึกษาการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านน้ำเต้าหู้ ABC จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีการใช้การสื่อสารที่ดี มีความเป็นมิตรและมีแบบแผนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการพูดคุยเพื่อสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหลังจากมาใช้บริการ

โครงการปั้มน้ำมันนี้่น้ำแวะ และโครงการห้องน้ำสะอาดน่าใช้ มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานบริการน้ำมันและปรับปรุงภูมิทัศน์ของห้องน้ำให้มีความสะอาด ปลอดภัย มีป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจนน่าแวะมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพจน์ วงษ์วัฒนา (2566) ทำการศึกษาและเปรียบเทียบองค์ประกอบในสถานบริการน้ำมัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าหนึ่งในองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการใช้บริการสถานบริการน้ำมัน คือ สถานบริการน้ำมันมีขนาดใหญ่ มีที่จอดรถ และห้องน้ำที่สะอาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของสถานบริการน้ำมัน

โครงการปั้มอยู่คู่ชุมชน เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานบริการน้ำมันและชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถานบริการน้ำมัน สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของการเป็นสถานบริการน้ำมันที่อยู่คู่กับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ พิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล (2564) ทำการศึกษาการเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งมีการจัดทำโครงการเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ

ก่อนการดำเนินโครงการระดับความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และหลังการดำเนินโครงการทั้งหมดค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็น 3.71 มีความพึงพอใจมากขึ้นในทุกด้าน มีกระแสดตอบรับที่ดีจากลูกค้าเกี่ยวกับการบริการของสถานบริการน้ำมันมีการพัฒนาไปในทางที่ดี มีแบบแผนมากขึ้น สถานที่มีความสวยงามเป็นระเบียบ ได้รับการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังรู้สึกรู้ว่าการมาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันเป็นการร่วมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนอีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษา การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสุนทรียสาธก กรณีศึกษา : สถานบริการน้ำมันพวงศรบริการ อำเภอสามโก้ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ผู้ศึกษาควรดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้อยู่ในระดับที่ดี
2. ผู้ศึกษาควรทำความเข้าใจกับผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์จริง และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการจนเกินไปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาควรมีการทำวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถศึกษาข้อมูลในเชิงลึกได้มากยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้มุมมองในเชิงลึกของความพึงพอใจในการบริการของสถานบริการน้ำมัน

เอกสารอ้างอิง

- ชุดิกาญจน์ อติเวทิน. (2565). การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(3), 102-116.
- ปรีชา แหวนจีน และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์. (2567). ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 25(1), 1-14.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565, 1 มกราคม). *สมรภูมิปั้มน้ำมัน 3 เจ้าตลาดแข่งเดือด OR-บางจาก-PTสู้ไม่ถอย*. ประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/economy/news-832081>
- พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย และ จีระศักดิ์ ทัพพา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 26(1), 53-66.

- พิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล. (2564). *การเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ตีพิมพ์]. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนธิดา วงอาษา. (2562). *การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านน้ำเต้าหู้ ABC จังหวัดร้อยเอ็ด*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ตีพิมพ์]. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีระพจน์ วงษ์วัฒนา. (2566). การศึกษาและเปรียบเทียบองค์ประกอบในสถานบริการน้ำมันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 8(2), 183-196.
- อมรินทร์ทีวี. (2567, 10 สิงหาคม). *คนไทยเพื่อรถ EV น้อยลง รถน้ำมันยังเป็นตัวเลือกอันดับ 1 ส่วนรถไฮบริดมาแรง*. <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/detail/65354>
- Cooperrider, D.L., Whitney, D., & Stavros, J. M. (2008). *Appreciative inquiry handbook: For leaders of change*. Berrett-Koehler Publisher.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education.
- Stavros, J. M. & Hinrichs, G. (2021). *Learning to SOAR: Creating Strategy that Inspires Innovation and Engagement*. SOAR Institute.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. Harper & Row.