

นริศ บุญประสิทธิ์. (2549). การบริหารจัดการร้านอาหาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. คณะกรรมการควบคุม : ดร.จิรภา แส่นเกษม, ดร.เกษม บำรุงเวช

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ พฤติกรรมการใช้บริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้า 5) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสถิติ t-test , F-test ค่าไค์สแคว์ และค่าความสัมพันธ์ Correlation ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน
2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า พบว่า ความถี่ของการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน ร้านอาหารที่ใช้บริการคือ ร้านไทรทอง จำนวนคนร่วมรับประทานอาหารแต่ละครั้ง 9 คนขึ้นไป ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 500 - 1,000 บาท ระยะเวลาที่เริ่มไปใช้บริการตั้งแต่ 18.01 น. – 22.00 น.
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน
4. อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจและการควบคุมแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และความถี่ของการใช้บริการ ชื่อร้านอาหารที่ใช้บริการ จำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ค่าใช้จ่ายในการบริการ/ครั้ง ระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน
5. อายุ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหาร ส่วนระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

THE RESTAURANT MANAGEMENT AFFECTING THE BEHAVIOR OF USING
RESTAURANT SERVICE AND SATISFACTION OF CUSTOMERS
IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

NARIS BOONPRASIT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in General Management
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

May 2006

Naris Boonprasit. (2006). **The Restaurant Management Affecting the Behavior of Using Restaurant Service and Satisfaction of Customers in Phranakhon Si Ayutthaya Province**. A Thesis for Master of Business Administration Degree (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya: Graduate School, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee: Dr. Jirapa Saenkasem and Dr. Kasem Bamrungvej.

ABSTRACT

This research aims to: 1) examine the customers' opinions on the restaurant management, 2) study the customers' behavior of using the restaurant service, 3) investigate the customers' satisfaction levels towards the restaurant service, 4) compare the customers' opinions on the management, their behavior of using the service, and their satisfaction levels, and 5) determine the relationship between the customers' personal factors and their behavior of using the service, and the customers' levels of opinions on the management and their satisfaction levels. The sample group consisted of 400 customers using descriptive statistics of frequencies, t-test, one-way ANOVA : F-test, chi-square, and correlation. Findings indicated that:

1. the customers' opinions on restaurant management were described with a high level in all aspects: planning, organizing, motivating, and controlling.

2. the study of the customers' behavior of using the restaurant service showed that they visited a restaurant 2-4 times a month. Saitong Restaurant was the customers' preferred restaurant. There were more than nine diners per once. They spent 500-1,000 baht per meal. The duration of using service was between 18:01-22:00 hours.

3. the customers' satisfaction levels towards the restaurant service were described with high levels in terms of products, prices, places, and marketing promotion.

4. the differences of the customers' ages, status, education background, occupations, and incomes resulted in the difference of their opinion levels on the management concerning planning, organizing, motivating, and controlling. The difference of the customers' ages, education background, occupations, incomes, frequencies of visits, restaurant names, numbers of people, expenses, and duration of using service resulted in the difference of their satisfaction levels towards the restaurant's products, prices, places, and marketing promotion.

5. the difference in the customers' ages, and education background related to their behavior of using the restaurant service. The customers' levels of opinions on the management related to their satisfaction levels towards the restaurant service.