

รสสุคนธ์ รสชะเอม. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.  
อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี, ดร.ปรีชา วรรัตน์ไชย

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหาร และเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร และ ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหาร กับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ร้านอาหารเฟื่องทองฟาร์ม โดยมี จำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร 3 – 5 คน ความถี่ของการใช้บริการ 2 – 4 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่าย 500 – 1,000 บาท/ครั้ง และระยะเวลาที่ใช้บริการ 14.01 น. – 18.00 น. ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในด้านเศรษฐกิจคือทำให้วัตถุดิบในการทำอาหารมีราคาแพงขึ้น ด้านวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) เป็น โอกาสที่จะได้รับประทานอาหารนอกบ้าน ด้านสิ้นเดือน โบนัสมีผลต่อการเข้าร้านอาหาร และด้านงานเลี้ยงสังสรรค์มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหาร

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหารแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของร้านอาหารแตกต่างกัน ลูกค้าที่เลือกร้านอาหารเพื่อใช้บริการ จำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร และค่าใช้จ่ายในการบริการต่อครั้งแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหารแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ อยู่ในระดับต่ำ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกรในระดับสูงถึงระดับต่ำมาก