

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของร้านอาหารแพศรีวิชัย อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

ผู้เขียน นายณชพัฒน์ ศิริพัฒนามงคล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วน
ประสมการตลาดบริการร้านอาหารแพศรีวิชัย อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มารับประทานอาหารของร้านแพ
ศรีวิชัย อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำนวน 200 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา
(Quota Sampling) โดยจะแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มารับประทานอาหารต่ำ
กว่าเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 100 ตัวอย่าง และกลุ่มลูกค้าที่มารับประทานอาหารมากกว่าเดือนละ 1
ครั้ง จำนวน 100 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมาก
ที่สุด มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบ
อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาทมากที่สุด มาใช้บริการร้านแพ
ศรีวิชัยในวันหยุดเทศกาล ในช่วงเวลา 18:01-21:00 น.มากที่สุด ส่วนใหญ่รู้จักร้านแพศรีวิชัยจาก
การมีคนแนะนำ ส่วนใหญ่สั่งอาหารจะดูตามเมนู/รายการอาหาร ส่วนใหญ่โดยมีค่าใช้จ่าย 1,001-
2,000 บาท และมารับประทานอาหารร้านแพศรีวิชัยในแต่ละครั้งประมาณ 1-5 คน นอกจากนี้ยัง
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังเป็นอันดับแรกในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาดของอาหาร ด้านราคา คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อ
เทียบกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความเพียงพอของโต๊ะที่ให้บริการ ด้านส่งเสริม
การตลาด คือ การลดราคาอาหาร ด้านบุคลากร คือ ความถูกต้องของพนักงานในการให้บริการ ด้าน

กระบวนการ คือ การคิดเงิน ได้อย่างถูกต้องรวดเร็วของแคชเชียร์ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาดของอาหาร ด้านราคา คือ การมีป้ายบอกราคาอาหารที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการจอดรถที่ร้าน ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การมีพนักงานแนะนำอาหาร ด้านบุคลากร คือ ความถูกต้องของพนักงานในการให้บริการ ด้านกระบวนการ คือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเหมาะสม และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ เรื่องการตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอก เรื่องความสะอาดของร้าน เรื่องการมองเห็นป้ายชื่อร้านได้ชัดเจน เรื่องความเป็นมาตรฐานในระบบการทำงาน เรื่องความดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ เรื่องความเร็วของพนักงานในการให้บริการ เรื่องความเหมาะสมของเวลาในการให้บริการ และเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ จากปัจจัยย่อยดังกล่าวพบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) จำแนกตามการมารับประทานอาหารร้านแพศริวิชัยต่ำกว่าเดือนละ 1 ครั้ง (ลูกค้าไม่ประจำ) พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ เรื่องการมองเห็นป้ายชื่อร้านได้ชัดเจน เรื่องการตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอก เรื่องความปลอดภัยของร้าน เรื่องความเร็วของพนักงานในการให้บริการ เรื่องความเป็นมาตรฐานในระบบการทำงาน และเรื่องการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ จากปัจจัยย่อยดังกล่าวพบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) จำแนกตามการมารับประทานอาหารร้านแพศริวิชัยมากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 1 ครั้ง (ลูกค้าประจำ) พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ เรื่องความสะอาดของร้าน ความมีบุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน เรื่องความเป็นมาตรฐานในระบบการทำงาน เรื่องความดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ เรื่องการทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะ เรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ เรื่องการลดราคาอาหาร และเรื่องความเร็วของพนักงานในการให้บริการ ตามลำดับ จากปัจจัยย่อยดังกล่าวพบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ในด้านบุคลากร

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix
of Pae Srivichai Restaurant, Amphoe Nakhon Chai Si,
Changwat Nakhon Pathom

Author Mr. Nachapat Sirawattanamongkol

Degree Master of Business Administration

Advisor Assoc. Prof. Dr. Nittaya Jariangprasert

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix Factors of Pae Srivichai Restaurant, Amphoe Nakhon Chai Si, Changwat Nakhon Pathom. Questionnaires were used as the tool to collect data from 200 customers who dined at Pae srivichai Restaurant, Amphoe Nakornchaisri, Nakornphathom Province, by quota sampling method. The samples was divided into 2 groups, 100 samples were customer who dined at Pae Srivichai Restaurant less than once a month and 100 samples were customers who dined at Pae Srivichai Restaurant. The data were analyzed by using frequency, percentage and mean.

The results indicated that most respondents were female aged between 31-40 years old, with Bachelor's degree. They live in Bangkok. They were mostly private company employees earning average monthly income at the amount of 10,001-30,000 Baht. They took service on holiday during 6.01 p.m. – 9.00 p.m. They knew Pae Srivichai Restaurant by introducing. The respondents went to Pae Srivichai Restaurant as a group of 1-5 people. They took order by reading from the menu, spent between 1,001-2,000 Baht. It was found that the respondents paid the first on sub factors of all service marketing mix factors were as follows. In product factor, the highest important was for the clean food, In price factors, the highest importance was for the appropriateness of quality and price. In place factor, the highest importance was for the adequacy of the tables and the customers. In promotion factor, the highest importance was for the price

reduction. In people factor, the attendants gave correct service. In process factor, the cashiers worked correctly and quickly. In physical evidence factor, the toilets were clean.

All service marketing mix factors that the respondents ranked their satisfaction at the first level were shown hereafter. In product factor, the highest satisfaction was the clean food. In price factor, the highest satisfaction was for the clear price description. In place factor, the highest satisfaction was for the convenient parking at the restaurant. In promotion factor, the highest satisfaction was for the food guidance by service staffs. In people factor, the staffs worked correctly. In process factor, the highest satisfaction was the appropriateness of setting the table. In physical evidence factor The highest satisfaction was the good ventilation system.

According to the Importance-Performance Analysis : IPA, the findings presented that sub-factors, as found in Quadrant A : the sub-factors that were urgently needed to get improved, were the interior decoration, the cleanliness of the restaurant, the clarity of fascia for seeing, the standard of the work system, caring service staffs, the rapidness in service, the appropriateness of the service time and the enthusiasm of staff to serve customers, respectively. These mentioned sub-factors were found in Physical Evidence factor.

According to the Importance-Performance Analysis : IPA, the results of the study were classified according to the customers who dined at Pae Srivichai Restaurant less than once a month.

The finding presented that sub-factors, as found in Quadrant A : the sub-factors that were urgently needed to get improved, were the clarity of fascia for seeing, the interior decoration, the safety, the rapidness in service, the standard of the work system, and the greeting and welcoming guests, respectively. These mentioned sub-factors were found in Physical Evidence and Process factors.

According to the Important-Performance Analysis : IPA, the results of the study were classified according to the customers who dined at Pae Srivichai Restaurant once a month. The findings presented that sub-factors, as found in Quadrant A : the sub-factors that were urgently needed to get improved, were the cleanliness of the restaurant, the good personality of staffs, the standard of the work system, caring service staffs, giving coupons to the customers, the enthusiasm of staff to serve customers, the reduction in the price and the rapidness in service, respectively. These mention sub-factors were found in people factor.