

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านอาหาร
มายเวียดนามในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวกฤตดา โพธิ์ประสิทธิ์ศาสตร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม จำนวน 270 รายและนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ โดยจำนวนบุคคลที่มาใช้บริการ 2-3 คน และ 4-5 คน เป็นส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งเฉลี่ย 100-200 บาท ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และการใช้บริการไม่มีโอกาสที่แน่นอนขึ้นกับความสะดวกของลูกค้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเรื่องเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารอื่นในระดับคุณภาพเดียวกัน และสถานที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายใกล้กับแหล่งชุมชน ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ร้านอาหารมายเวียดนามมีคะแนนต่ำกว่าด้านอื่นๆ เพราะลูกค้าไม่ได้รับสิทธิ์ส่วนลดเท่าเทียมกับกลุ่มที่ได้รับส่วนลด และไม่มีการสมัครสมาชิก ส่วนปัญหาที่พบได้บ่อย คือ สถานที่จอดรถไม่มีความสะดวกและไม่เพียงพอ โดยเฉพาะสาขามีโคปลาซ่าและสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความไม่สะอาดของผักที่รับประทานคู่กับอาหาร การจัดทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลหรือการเพิ่มอาหารเมนูใหม่ๆ

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Services of My Vietnamese Restaurant in Chiang Mai Province
Author	Miss Gritta Poeprasitsart
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Orachorn Maneesong

ABSTRACT

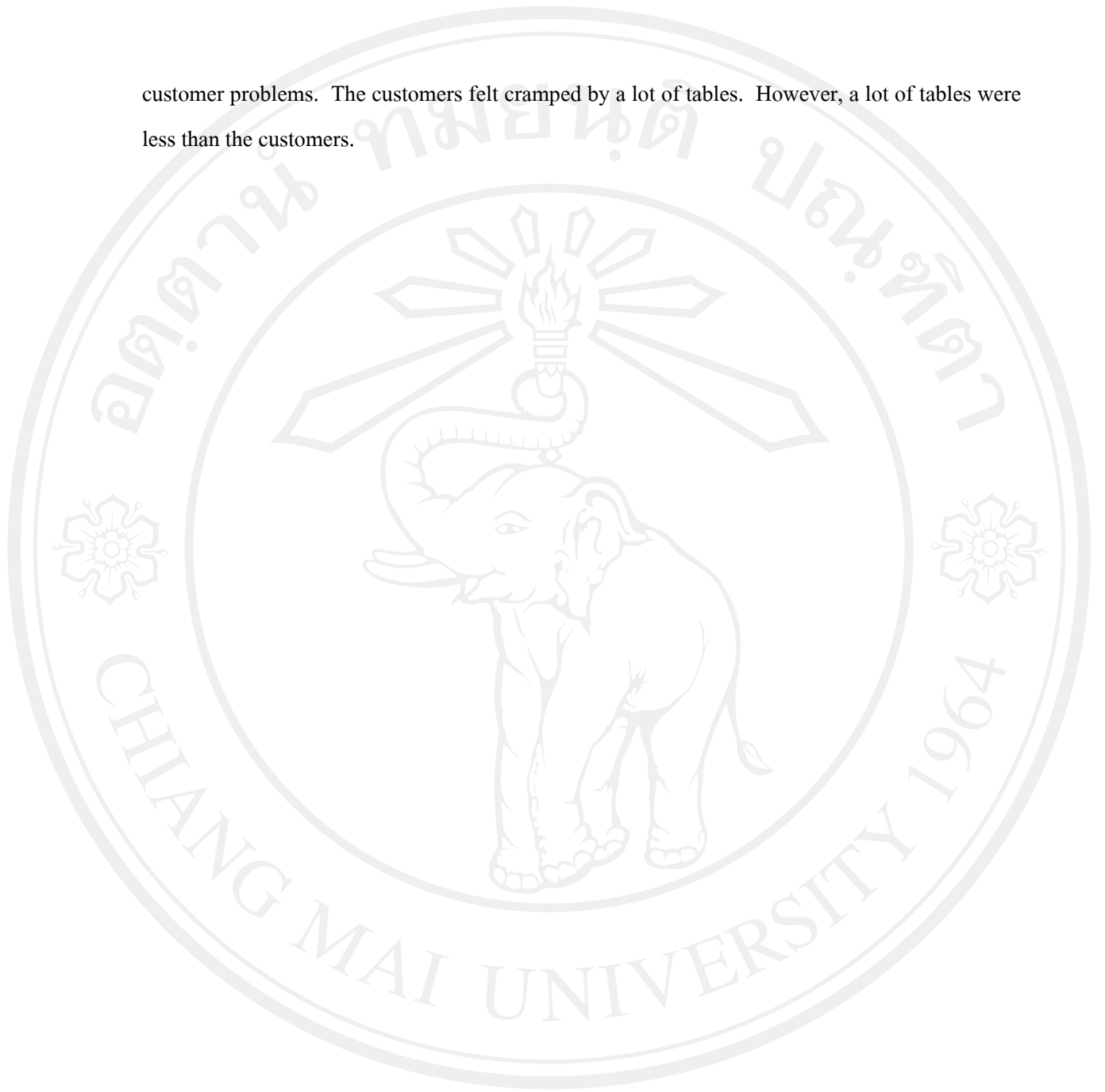
The purpose of this study was to study customer satisfaction towards the services of My Vietnamese restaurant in Chiang Mai province. The data was collected by 270 questionnaires analyzed by descriptive statistics as frequency, percentage, mode and mean.

The study found that customer satisfaction towards services of My Vietnamese restaurants. Customers usually come in groups of with 2-3 people and 4-5 people, the average cost per person per time is 100-200 Baht and the frequency of consuming Vietnamese food at My Vietnam restaurant was less than 1 time per month depending on the convenience.

The Service Marketing Mix Factors found customer satisfaction at high level. The pricing was the highest score of customer satisfaction, product, processing, physical evidence, place, promotion and people, respectively. There are the most three Marketing Mix Factors affecting customer satisfaction, which are the clearly menus, the good quality and price, and the variety menus respectively. Additionally, there are many Marketing Mix Factors that affected the most decision to buy Vietnamese food. First, most factor is the fair charging system. Second, the ingredients and equipment are clean. Lastly, there are clean toilets, good tasting food and equitable service from the staff. Additionally, there are three Marketing Mix Factors affecting customer satisfaction, which are the clearly menus, the good quality and price, and the variety menus respectively.

The My Vietnamese food restaurant's problems were found not enough parking for every customer, got member to receive the promotion or discounts, employee could not help

customer problems. The customers felt cramped by a lot of tables. However, a lot of tables were less than the customers.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved