

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก
The Satisfaction of Users of Chom view Ngiew Ngam
Restaurant in Phitsanulok Province

ธัญลักษณ์ มาสัมซ่า

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thunyaluk Masomsa

Email: newthunya1@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng
University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามปัจจัยประชากร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพศ ใช้ สถิติ t-test

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกมีปัจจัยด้านประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก

คำสำคัญ : ความพึงพอใจการใช้บริการ; ร้านอาหาร; ประชาชนในจังหวัดพิษณุโลก

Abstract

This research study the objectives are 1) to study the satisfaction of the restaurant users. 2) to study the satisfaction of users of Chom view Ngiew Ngam Restaurant in Phitsanulok Province. Classified by population factors 3) To study marketing mix factors (7Ps)

The sample group used in this research is People who come to use the restaurant at Chomview Ngiew Ngam restaurant Phitsanulok Province 400 people were used by questionnaires as a tool for data collection. Analyze data with statistics One-Way ANOVA. If the differences are found, they will be compared in pairs by using LSD and Multiple Regression Analysis. Gender use statistics

The hypothesis testing found that users at Chom View Ngiew Ngam restaurant Phitsanulok province has factors Population, sex age, education level, occupation, income

are different resulting in different in different satisfaction. And the factor Marketing mix (7Ps) affects the satisfaction of the customers of Chom View Ngiew Ngam Restaurant. Phitsanulok Province.

Keywords: Satisfaction, service, restaurant, Population in Phitsanulok Province

บทนำ

ปัจจุบันคนรีบเร่งทำงานนอกบ้านแต่เข้าจนค่ำ ไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง และอยู่กันในลักษณะครอบครัวเดียว จึงจำเป็นต้องพึ่งพาร้านอาหาร และอาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารแช่แข็ง ปัจจัยเหล่านี้จึงทำให้คนที่มิชื้อเสียงและนักธุรกิจสนใจเปิดร้านอาหารในธุรกิจร้านอาหารมีการลงทุนใช้เงินไม่มากและมีโอกาสคืนทุนไม่นาน

อาหาร คือปัจจัยสี่ของคนไทยเป็นสิ่งที่จำเป็น และมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก การรับประทานอาหารต้องให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการ และถูกสุขอนามัย การให้บริการร้านอาหารจึงต้องมีความปลอดภัย ความสะอาด วัตถุประสงค์ กระบวนการปรุงอาหาร และ ภาชนะในการใช้ ต้องสะอาด ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำงานวิจัยฉบับนี้ขึ้น เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนาบริหารจัดการร้านอาหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) กระบวนการ (Process) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกที่มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ความพึงพอใจประทับใจด้านบริการด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ด้านคุณภาพอาหาร ความหลากหลายของอาหาร จำแนกตามด้านประชากรศาสตร์ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณด้วยสูตรขนาดตัวอย่างไม่ทราบ จำนวนประชากร (Cochran, 1953) ซึ่งมีความคลาดเคลื่อน 0.05 จำนวน 400 ชุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทราบถึงความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกว่าเป็นไปในทิศทางใด
2. สามารถนำผลลัพธ์จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกในด้านคุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ ต่าง ๆ มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาร้านอาหารให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

บททวนวรรณกรรม

วีระพงษ์ ภู่ว่าง (2560) ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่าลูกค้าที่มีใช้ ผลการศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน ช่วงอายุ 21 - 30 ปี มากที่สุด จำนวน 158 คน มีระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 212 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน - นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 136 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากที่สุดคือต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 160 คน และ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสเป็นโสด มากที่สุด จำนวน 283 คน ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม และรายด้าน คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทาง กายภาพ อาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความ หลากหลาย ด้านราคา มีความเหมาะสม กับคุณภาพ ด้านสถานที่การเดินทางไปใช้ บริการสะดวกสบาย ด้านการ ส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อ Social media ด้านกระบวนการ มีการบริการที่รวดเร็วและถูกต้อง ด้าน บุคลากร พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีด้านลักษณะทางกายภาพซื้ออาหารและเครื่องดื่มภาชนะใส่อาหารและ เครื่องดื่มมีความสะอาด ปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุดจากผลวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง การตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามความพึงพอใจต่อส่วน ประสมการตลาดพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงด้าน สถานที่ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายด้าน ด้าน สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่าง กัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน

ศุภโชค อรทัย (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยลักษณะทางด้าน ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่ง ออกเป็น เพศชายร้อยละ 41 เพศหญิงร้อยละ 59 ตามลำดับ โดยมี ช่วงอายุตั้งแต่น้อยกว่า 31 ปีไป จนถึงอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 78.80 โดยกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 82.20 และส่วนใหญ่มี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 73.10 และมีผู้มียาได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,000 บาท45,000 บาทด้าน บุคลากรความสะดวกรวดเร็วสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้มากที่สุดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการช่อง ทางการจัดจำหน่ายการใช้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนน่าเชื่อถือลักษณะทางกายภาพมีระบบปรับอากาศสถานที่บริการ มีความเหมาะสมการจัดบรรยากาศมีความสะอาดแสงสว่างพอเหมาะวางจุดรับบริการชัดเจนการส่งเสริมการตลาดที่ จอดรถสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอมีการทำโปรโมชั่นมีการแจ้งอัตราค่าบริการชัดเจน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ไม่ต่างกัน อาชีพที่ต่างกันความพึงพอใจต่างกัน

จิราพร วรเวชวิทยา (2559) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารครัวเมืองราชศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และสถานภาพ การสมรสที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่มาใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปีมีการศึกษา ระดับปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 30,001 - 45,000 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพ โสด โดยด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการห้องอาหารครัวเมืองราชอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ อายุอาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารครัวเมืองราชอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทาง การตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านพนักงานผู้ให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหาร ครัวเมืองราชอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ.05

ชนิษฐา เอมสวัสดิ์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการห้องเรือรับประทานอาหารค่ำบนเรือแกรนด์เพิร์ล ผลการศึกษาที่ได้คือลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีเพศ รายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างก็มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันที่ แตกต่างก็มีพฤติกรรมการใช้บริการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการห้องเรือรับประทานอาหารค่ำบนเรือแกรนด์เพิร์ลพบพฤติกรรมการใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

วีรศักดิ์ เหล่าพักจันทร์ (2553) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้ข้อมูลลูกค้า ในทัศนะของลูกค้าได้ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 317 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ด้าน เรียงลำดับจากค่ามากไปน้อยคือราคาอาหาร การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ในการให้บริการ และอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน คือ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ โดยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เรียกว่า การวิจัยแบบไม่ทดลอง นั่นคือ การวิจัยสภาพต่าง ๆ ตามที่เป็นอยู่โดยผู้วิจัยไม่กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการวิจัยภาคสนาม โดยไม่มีการทดลอง การวิจัยแบบดังกล่าว คือการดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวจากหลาย ๆ หน่วยศึกษา แล้วนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ โดยการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) และ google form เมื่อเก็บข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G.Cochran เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาคือได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม google form และแบบสอบถามแบบกระดาษแจก เป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจแบบสอบถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถามปลายปิดเป็น 3 ส่วน และปลายเปิด 1 ข้อ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลกเป็นคำถามลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ มี 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ด้านคุณภาพอาหาร มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 5 ข้อ เป็นคำถามประเมินความพึงพอใจแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดประกอบด้วย 7 ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ มี 4 ข้อ ด้านราคา มี 6 ข้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มี 4 ข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด มี 6 ข้อ ด้านบุคคล มี 5 ข้อ ด้านลักษณะทางกายภาพ มี 5 ข้อ ด้านกระบวนการ มี 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็น เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกมาใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บมาแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Multiple Regression

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็น มีความเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจด้านคุณภาพอาหารเป็นด้านที่ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดพิษณุโลก เห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงลำดับ ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก จำแนกตามปัจจัยประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ลูกค้ำที่ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่างกัน

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา

ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ จากตัวแปร อิสระทั้ง 7 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ตัวแปรที่มีผลสูงสุดคือด้านบุคคล และด้านราคา โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.560 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 31.40

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก โดยภาพรวมมีความพึงพอใจให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ ของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ด้านความรู้สึกรู้สึกพึงพอใจและประทับใจนั้นทำให้ลูกค้ำที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลกนั้นอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านอีก ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) ที่สรุปว่าความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการและเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการนั้นอีก หรือเรียกอีกอย่างว่า ความจงรักภักดี ความพึงพอใจ ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการในการให้บริการ นักการตลาดควรที่จะสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นอยู่ประจำและพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดี

1.2 ด้านบริการ ของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก นั้น ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลกได้ให้ความเห็นความพึงพอใจด้านบริการ ไว้ว่า เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า ด้านบริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลกมีความสำคัญต่อการดำเนินการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วีระศักดิ์ เหล่าพักจันทร์ (2553) ที่ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวไว้ว่าสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งความคาดหวังนั้นเกิดจากประสบการณ์ของผู้ซื้อ จึงกล่าวได้ว่าสิ่งสำคัญคือการเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อ ซึ่งต้องใช้หลักการสร้าง ความพึงพอใจสำหรับลูกค้ำ และนิโบล เหล่าเกษมสุขวงศ์ (2555) ศึกษาคุณภาพการบริการของร้านอาหารสหโภชนแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารหรือบริการจัดเลี้ยง ของร้านอาหารสหโภชน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ นิสิต นักศึกษา บุคลากร เจ้าหน้าที่และ บุคคลทั่วไปจากการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการที่ร้านอาหารสหโภชนควรดำเนินการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา ความคงที่ของรสชาติ ความชัดเจนของการแสดงราคา ห้องน้ำ และความเอาใจใส่ของพนักงาน

1.3 ด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ได้ให้ความเห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญสำหรับร้านอาหารต้องมีรูปลักษณ์ เอกลักษณ์ เป็นของตัวเอง มีสภาพแวดล้อมดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฐรภัทร ช่างจันทร์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ร้านต้องมี

รูปแบบการตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์ การรักษาความสะอาด ภายในและภายนอกบริเวณร้านเหตุผลดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ กนกพร พิทักษากร (2555) กล่าวว่า คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อุดมภูมิห้องอาหาร รองลงมาคือ กลิ่นจากการปรุงอาหาร ททียรัตน์ บันลือ (2556) ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพการบริการ เพื่อวัดระดับการรับรู้ถึงการบริการลูกค้า กล่าวว่า ความสะดวกสบายของรูปลักษณ์ ภายนอก เครื่องมือ ตัวบุคคล และอุปกรณ์ที่ใช้ และ เกื้อ วงศ์บุญสิน (2545: 2) อ้างในศุภโชค อรทัย, 2558 ได้อธิบายและให้ความหมายของประชากรศาสตร์เชิงธุรกิจ (Business Demography) ว่า เป็นการนำเนื้อหาและระเบียบวิธีทางประชากรศาสตร์มาใช้ในการ แก้ปัญหา ตลอดจนการเสริมโอกาสในการดำเนินธุรกิจโดยเน้นเนื้อหาที่ว่าด้วยผลกระทบจากตัวแปร อายุ รายได้ อาชีพ ที่อาจจะมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล องค์การ รวมทั้งพิจารณาถึงผลกระทบของกลุ่มปัจจัยหรือกลุ่มตัวแปรไม่ว่าจะเป็นตัวแปร อายุ รายได้ อาชีพ ที่จะมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของกิจกรรมที่กำลังดำเนินการหรือที่กำลังวางแผนว่าจะดำเนินการ โดยทั่วไปแล้วผู้วางแผนทางธุรกิจ จำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer) สินค้าที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ รวมทั้งหากมีข้อมูลดังกล่าวของคู่แข่งด้วย ก็จะเป็นประโยชน์ หาก ยังมีข้อมูลของลูกค้า (Customer) ทั้งของตนเองและของคู่แข่งก็จะทำให้การวางแผนทางธุรกิจ ดำเนินการได้อย่างรอบคอบยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มคนที่มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นลูกค้าในอนาคตในขณะที่ลูกค้าหมายถึงกลุ่มคนที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าได้สร้างความสัมพันธ์ในลักษณะผู้ซื้อและผู้ขายโดยทั้งนี้ผู้ผลิตสินค้านั้นปฏิบัติต่อลูกค้าดังกล่าวเสมือนว่าเป็นผู้อยู่ในองค์กรเดียวกัน เป็นครอบครัวเดียวกันเป็นต้นว่า เมื่อมีสินค้าหรือมีการลดแลก แจกแถม ก็จะแจ้งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ก่อน ใครรวมทั้งหากต้องการทราบความเห็นต่อสินค้าใหม่ก็จะสอบถามจากกลุ่มลูกค้านี้ก่อนเช่นกัน ผู้ผลิต จึงจำเป็นต้องมีข้อมูลผู้บริโภคและข้อมูลลูกค้าให้มากที่สุด เพราะข้อมูลยิ่งมาก ย่อมหมายถึงการซื้อ สินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถไปกับสินค้าตัวใหม่ๆ หรือการมีอิทธิพลต่อเนื่องถึงบุคคลอื่น ซึ่งใกล้ชิดกับลูกค้า ในการเปลี่ยนแปลงมาใช้สินค้าแบบเดียวกันกับที่ลูกค้านั้นใช้อยู่ โดยทั่วไปข้อมูล ลูกค้าประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ การศึกษา สถานภาพการสมรส การใช้จ่าย รายได้ การเคลื่อนย้าย ประเภทของที่อยู่อาศัย สถานที่ตั้งของที่อยู่อาศัยดังกล่าว

1.4 ด้านคุณภาพอาหาร ของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ได้ให้ความคิดเห็นว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า คุณภาพอาหารนั้นสำคัญกับกิจการร้านอาหารอย่างมากเพื่อตอบสนองให้กับผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของพิณชา กิจเกษมพงศา (2559) กล่าวว่าไว้ว่าความพึงพอใจด้านคุณภาพของอาหาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร วีรศักดิ์ เหล่าพักจันทร์ (2553) กล่าวว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจคุณภาพของอาหารของร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ที่ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก ที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัด พิษณุโลก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวีระพงษ์ ภูสว่าง (2560) ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและ เครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ลูกค้าที่มีใช้ ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน ช่วงอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 158 คน มีระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 212 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน – นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 136 คน มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากที่สุดคือต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 160 คน และ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสเป็นโสด มากที่สุด จำนวน 283 คน ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม และรายด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

2.2 ผู้ที่ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก ที่มีอายุต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความพึงพอใจ และประทับใจ กับด้านคุณภาพอาหาร ไม่ต่างกัน และด้านบริการ กับด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ต่างกันสอดคล้องกับจรรยา ชาติพันธ์ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ ระบุว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมบางพลีจังหวัดสมุทรปราการพบว่าส่วนมากเป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 15,000 – 20,000 บาท มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากที่สุดด้านสภาพแวดล้อมมาก เพศอายุระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือนสถานภาพและประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันส่งผลให้มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

2.3 ผู้ที่ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ กับด้านคุณภาพอาหาร ต่างกัน และด้านบริการกับด้านสภาพแวดล้อม และรูปลักษณ์ ไม่ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับประเสริฐศรี ศรีอักษรกุล (2553) อ่างในจิราพร วรเวชวิทยา (2559) ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารที่ร้านเร็ดบล็อด โดยจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารที่ร้านเร็ดบล็อด พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ต่อเดือน 100001-20,000 บาท มีการเลือกใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการเลือกใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 การศึกษาแตกต่างกันเลือกใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดจันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวม ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านต่างกันสอดคล้องกับวีรศักดิ์ เหล่าพักจันทร์ (2553) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ายอดนิยมร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้ข้อมูลลูกค้า ในทัศนะของลูกค้าได้ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 317 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ด้านเรียงลำดับจากค่ามากไปน้อยคือราคาอาหาร การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ในการให้บริการ และอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน คือ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลพบว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ โดยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวม ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ และด้านคุณภาพอาหาร ต่างกันสอดคล้องกับวีรศักดิ์ เหล่าพักจันทร์ (2553) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้ข้อมูลลูกค้า ในทัศนะของลูกค้าได้ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารปลาเผาบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 317 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ด้านเรียงลำดับจากค่ามากไปน้อยคือราคาอาหาร การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ในการให้บริการ และอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน คือ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อร้านอาหารปลาเผาบางกรวยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลพบว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ คุณภาพของอาหาร และคุณภาพของบริการ โดยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการในภาพรวม ผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลก ได้ให้ความเห็นว่าด้านบุคคล และด้านราคา มีความเห็นด้วยมากที่สุดมีผลต่อความพึงพอใจของร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลกซึ่งต่างกับจิราพร วรเวชวิทยา (2559) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 30,000-45,000 บาทต่อ มีสถานภาพโสด โดยด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่าในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้านคือด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร) โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รสชาติอาหาร ความสะอาด สด ใหม่ของอาหาร อาหารมีรูปปลักษณ์สวยงาม และความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวสำหรับร้านอาหารทั่วไป ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลก ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดงาม จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมต่างกัน

2. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก ที่มีอายุต่างกัน โดยภาพรวมต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมต่างกัน และพบว่า คนที่อายุต่างกันให้ความเห็น ด้านความพึงพอใจและประทับใจ กับด้านคุณภาพอาหาร ไม่ต่างกัน

3. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมต่างกัน และพบว่าคนที่มียุทธศาสตร์การศึกษาต่างกัน ให้ความเห็นด้านบริการ กับด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ไม่ต่างกัน

4. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมต่างกันทุกด้าน

5. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการโดยภาพรวมด้านบุคคล และด้านราคาให้ความเห็นด้วยมากที่สุด มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก ด้านบริการ กับด้านสภาพแวดล้อมควรปรับปรุงพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการทุกด้านให้ดียิ่งขึ้นไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรพัฒนา ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ ด้านคุณภาพอาหาร ให้มีคุณภาพที่ดีในทุก ๆ ด้านเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และความประทับใจของผู้ใช้บริการของร้านอาหารชมวิวจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดพิษณุโลก

เอกสารอ้างอิง

ชนิษฐา เอมสวัสดิ์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าชาว

ไทยที่มาใช้บริการห้องเรือรับประทานอาหารค่ำบนเรือแกรนด์เฟิร์ล.

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

(การตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิราพร วรเวชวิทยา. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้

บริการห้องอาหารครัวเมืองราช. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วีระพงษ์ ภูสว่าง. (2560). ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหาร

และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง การค้นคว้าอิสระ การจัดการอุตสาหกรรม

บริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วีรศักดิ์ เหล่าพักจันทร์. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารปลาเผาอำเภอ

บางกรวยจังหวัดนนทบุรี: การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ศุภโชค อรทัย. (2558). ความพึงพอใจในการใช้บริการชำระบิลตามใบแจ้งหนี้

(Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร :
การค้นคว้าอิสระคณะนิเทศศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.