

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม
CUSTOMER STAISFACTION TOWARDS THE SERVICE OF AMPHAWA
GRILL SHOP SAMUT SONGKHRM PROVINCE.

วิภาดา แก้วภราดัย

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ (2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา กลุ่มลูกค้า แหล่งที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือน

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าที่ใช้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 314 คน โดยการใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว จำแนกและวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้

ผลการวิจัย พบว่า (1) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านบริการตามลำดับ และ (2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าโดยภาพรวมผู้มาใช้บริการ ร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีที่คุณลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การให้บริการ ร้านปิ้งย่าง

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the level of customer satisfaction with the service of Amphawa Grill Restaurant. Samut Songkhram Province; and (2) to compare customer satisfaction with service, customer satisfaction with service at Amphawa Grill Shop. Samut Songkhram Province classified by gender, age, education, customer group, place of residence and monthly income.

The research was quantitative research. Population studied this time were customers who use the services of Amphawa Grill Shop Samut Songkhram Province. A random sample of 314 people was obtained using Taro Yamane's sample size calculation formula. At a confidence level of 95%, the instrument was a questionnaire. Statistics used in the research were descriptive analysis Frequency and percentage distribution, mean, standard deviation, t-Test, One-Way analysis of variance. Classified and analyzed for pairwise comparisons using Scheffe's method.

Major findings: (1) customer satisfaction with the service of Amphawa Grill Restaurant Samut Songkhram Province Overall, it was at a moderate level. When considering each aspect from highest to lowest, it was found that consumers were satisfied with the product. was at the highest level, followed by price, location, and service, respectively; and (2) hypothesis testing results It was found that overall, the people who came to use the service Amphawa Grill Shop Samut Songkhram Province There are different personal characteristics. There was further service at Amphawa Grill Shop. Samut Songkhram Province was different with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Satisfaction, Service, Grill shop

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง มีการประกอบธุรกิจนี้มากมายตั้งระดับเล็กจนถึงระดับใหญ่ ประกอบกับอาหารไทยได้รับความนิยมจากชาวโลกมากขึ้นจนถึงระดับ 1 ใน 4 อาหารยอดนิยม ทำให้กระแสความตื่นตัวในเรื่องนี้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งกระแสการแข่งขันทางการค้าเสรี ที่มี

การแข่งขันสูงมาก ผู้ประกอบการไทยจึงตื่นตัว เริ่มหันมาสนใจพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และศักยภาพในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ธุรกิจร้านอาหารจึงมีความจำเป็นและสำคัญ โดยเฉพาะสังคมไทยปัจจุบันเมื่อมีการจัดงานสังสรรค์ต่างๆไม่ว่างานมงคล หรือ อวมงคล นิยมจ้างผู้ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารมาจัดการทั้งหมด อีกทั้งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีมาตรฐาน คุณภาพ อย่างมีอาชีพ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการยกระดับคุณภาพธุรกิจให้เข้มแข็ง ยั่งยืน และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยตรง

อย่างไรก็ตามปัจจัยสู่ความสำเร็จของการจัดตั้งร้านอาหารมีหลายประการ ตั้งแต่ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดคือ ความพร้อมและศักยภาพของตัวผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารจัดการร้านอาหาร โดยบุคคลนั้นจะต้องมีคุณสมบัติต่างๆหลายด้านโดยเฉพาะ ความรอบรู้ด้านทักษะการบริหารจัดการ ภายใต้กฎหมาย และข้อบังคับระเบียบต่างๆในระดับประเทศและท้องถิ่นที่ตั้งของร้านอาหาร ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวนมากยังมีความรู้ความเข้าใจไม่มากและลึกซึ้งพอ จึงทำให้ค่าใช้จ่ายเงินลงทุนบานปลายเพิ่มมากขึ้นจนถึงขั้นที่ ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (Sustainability) ซึ่ง ร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จนั้น มักจะมีความโดดเด่นเหนือคนอื่นเสมอ แต่ไม่ใช่ดีกว่าทุกอย่าง โดยทั่วไป ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักคือ อาหาร บรรยากาศ และบริการ ซึ่งแต่ละร้านจะเลือกปัจจัยหลักของตน ในขณะที่เดียวกันปัจจัยอื่นที่ประกอบก็ต้องดีด้วย จึงจะไปได้รอด

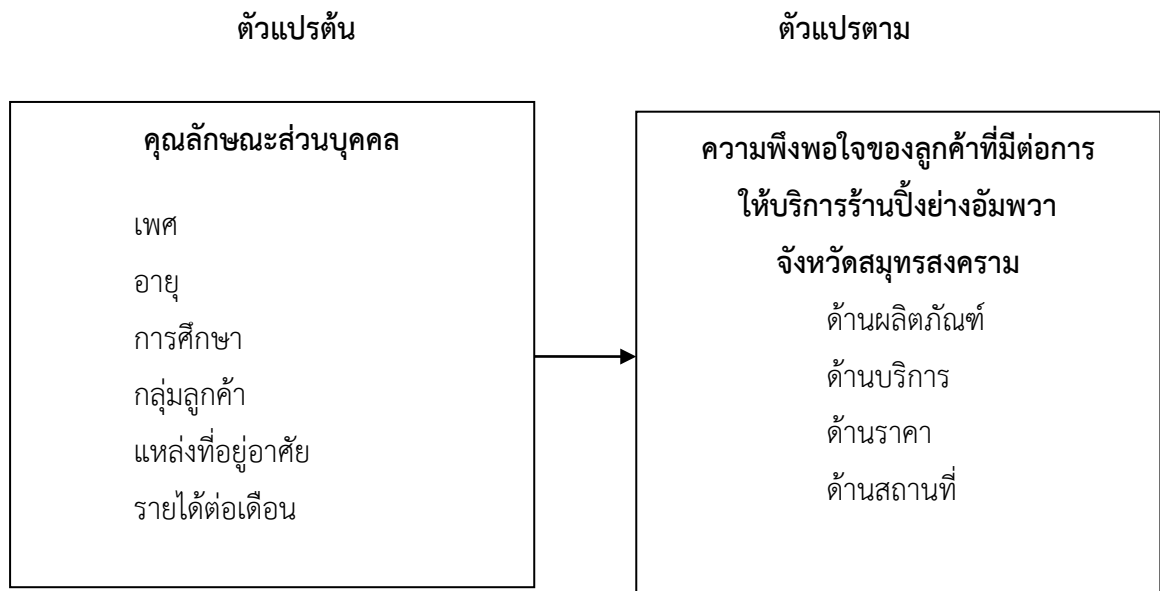
คุณภาพของการบริการจัดว่า มีความสำคัญในการจัดตั้งร้านอาหาร ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546:104) กล่าวว่า คุณภาพเป็นรูปร่างและลักษณะทั้งหมดของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่สามารถตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า ซึ่งจะต้องยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ผู้ขายจะส่งมอบคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ก็ต่อเมื่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ตรงหรือเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ความสามารถตอบสนองความต้องการส่วนใหญ่ของลูกค้าได้อย่างทันเวลาจึงจะถือว่ามีคุณภาพ และปัจจัยที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพการบริการ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547 : 271-273) ขึ้นอยู่กับ ผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ และ กระบวนการที่ทำให้ได้มาซึ่งผลผลิต ซึ่งคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากกระบวนการเปรียบเทียบในจิตใจของผู้บริโภคระหว่างกระบวนการให้บริการ และผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจริงจากการใช้บริการ จากการวิจัยพบว่าลูกค้ามีเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าคือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ การตอบสนองที่เป็นความพร้อมในการบริการของพนักงาน การให้บริการอย่างมีความรู้ความสามารถ การติดต่อสื่อสารที่สามารถทำได้ง่าย และมีความคล่องตัว เช่น ติดต่องานบริการทางโทรศัพท์ได้ง่าย ช่วงเวลารับบริการต้องไม่นานเกินไป มีเวลาเปิด/ปิด ให้บริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า สถานที่ติดต่อขอรับบริการมีความสะดวก อภัยภัยไมตรี ของผู้เกี่ยวข้องมีความสุข การให้เกียรติรวมถึงความปลอดภัย ทั้งทางร่างกาย และทรัพย์สิน เป็นต้น

ร้านอาหารไทยโภชนา อำเภอเมืองนครราชสีมา ได้ดำเนินธุรกิจบริการจัดเลี้ยงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการบริการจัดเลี้ยง โดยวิธีเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย หากพบว่าตรงกับความต้องการของลูกค้าก็จะทำให้ร้านอาหารได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการจัดเลี้ยงของร้านอาหารไทยโภชนา เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างศักยภาพ และความแตกต่างในการแข่งขันในตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา กลุ่มลูกค้า แหล่งที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. เพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกัน

2. อายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกัน
4. กลุ่มลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกัน
5. แหล่งที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาได้แก่ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีตัวแปรอิสระ คือคุณลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ, อายุ, การศึกษา, กลุ่มลูกค้า, แหล่งที่อยู่อาศัย, รายได้ต่อเดือน ตัวแปรตาม คือความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านบริการ,ด้านราคา, ด้านสถานที่

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาบริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 314 ราย โดยการใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ทำการเก็บข้อมูลระหว่าง วันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการจัดเลี้ยงให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของผู้บริหารร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดของการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าที่ใช้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 314 คน โดยการใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ 5 % หรือ 0.5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งนอกเหนือจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถาม ไปแจกผู้ที่มาใช้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยตัวเอง ตั้งแต่ วันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2566 ได้ครบทั้งทั้งหมด จำนวน 314 ชุด ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบแบบสอบถามทุกฉบับเพื่อดูความสมบูรณ์ให้ครบทุกด้านและนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

การนำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามมาลงรหัสสำหรับมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้กำหนดน้ำหนักไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	คะแนนความพึงพอใจ
ระดับ 5	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	พึงพอใจมาก
ระดับ 3	พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	พึงพอใจน้อย
ระดับ 1	พึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีรายละเอียดดังนี้ แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเป็นความเรียง
3. การทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการบริการจำแนกตามสถานภาพทั่วไปใช้ค่า t-test วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) จำแนกและวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (The Scheffe Method)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ

62.4 อายุ ระหว่าง 36 -45 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 กลุ่มลูกค้าโรงงาน จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 แห่งที่อยู่อาศัยกรุงเทพฯ จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 8,001 – 15,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3

2. ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคมีปัจจัยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านราคา ด้านสถานที่และด้านบริการ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจรสชาติอาหารเป็นอันดับแรก รองลงมา คือปริมาณของอาหาร รูปแบบของอาหารมีให้เลือกหลากหลาย ความสะอาดถูกหลักอนามัย ความสวยงามน่ารับประทาน

ด้านบริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านบริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ การจัดอาหารมีความเหมาะสม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ รับผิดชอบ ทั่วไ การแต่งกายของพนักงาน สุภาพ เรียบร้อย

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารเป็นอันดับแรก รองลงมา ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ราคายุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น แสดงราคาอาหารชัดเจน

ด้านสถานที่

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจการคมนาคมสะดวก เป็นอันดับแรก รองลงมาที่จอดรถเพียงพอ การติดต่อสื่อสารมีพนักงานคอยตอบรับตลอด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านปิ้งย่างอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรรักษารสชาติของอาหารให้ได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการของลูกค้า มีอาหารให้เลือกหลากหลาย และรักษาสุขอนามัย เน้น ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร
2. ด้านบริการ ควรรักษาระเบียบ วินัยของพนักงานเช่นความสะอาด การแต่งกาย วาจา ความสุภาพในการบริการลูกค้า
3. ด้านราคา ควรมีอัตราที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการทุกครั้ง
4. ด้านสถานที่ สะอาด สะดวกในการติดต่อ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการปิ้งย่างร้านอาหารอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน
2. ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับคุณภาพหรือแนวทางการพัฒนาการให้บริการร้านปิ้งย่างต่อไป

บรรณานุกรม

- ภัสสร ธนาสุวิชากร. (2563). **คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่**. บัณฑิตวิทยาลัย , มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ยุวรี เกษมพงษ์. (2544). **เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน : ศึกษาเฉพาะกรณี โรงพยาบาลพระนั่งเกล้าและโรงพยาบาลนนทเวช.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.**
- วัธนาภรณ์พลจันทร์.(2563).**ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้าน shabugunโครงการ room 2จังหวัดเชียงใหม่.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.**
- สุภาวดี ศิริวัฒน์.(2548). **ความพึงพอใจในการให้บริการ.กรุงเทพฯ : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกริก.**
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2543).**พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer behavior. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- อารีย์รัตน์ หมั่นหาทรัพย์. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการออกแบบ และความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนโรงพยาบาลศิริราช. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- Carter V. Good.(1993. **Dictionary of Education.**New York : McGraw Hill Book Co. Ltd. Inc.David L. Loudon and Albert J. Della Bitta. (1993).**Consumer Behavior : Concepts and New York : McGraw-Hill International, Inc.**

- David L. Loudon and Albert J. Della Bitta.(1993). **Consumer Behavior:Concepts**. New York : McGraw – Hill International, Inc.
- Ferguson, G. A. (1952). **Statistical analysis in psychology and education**. New York: McGraw-Hill.
- Foster, Charles R. (1952). **Psychology of Life Adjustment**. Chicago : America Technical Society.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2002). **Principles of Marketing**. 8th ed. Upper SaddleRiver, NJ: Prentice-Hall.
- Krech, David, and Crutchfield, Richard S. (1948). **Theory and problem of Social Psychology**. McGraw, London.
- Murphy G., Murphy L. & Newcomb T. (1973). **Experimental Social Psychology**. New York : Harper.
- Norman L. Munn.(1971).**Introduction to Psychology**. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Simon, Herbert A. 1960. **Administrative Behavior**. New York : The McMillen Company.