

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านขาหมูลุงแปด อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นายฤทธา วราธิป
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. รุติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน	2557
จำนวนหน้า	68
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านขาหมูลุงแปด อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านขาหมูลุงแปด อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling โดยดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2556 ถึง เมษายน พ.ศ.2557 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ One-Way ANOVA (F-test)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านขาหมูลุงแปด อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมากที่สุดคือ ช่องทางการให้บริการ สำหรับด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความพึงพอใจในระดับมากตามลำดับ โดยประเภทของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านขาหมูลุงแปด ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มคนเดินทางประจำโดยใช้เส้นทาง เชียงใหม่ – เชียงราย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยว และ คนในท้องถิ่น

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการให้บริการกับผู้ประกอบการ อาทิเช่น การควบคุมความสะอาดสดใหม่ของอาหาร ตลอดจนความสะอาดของร้านค้าด้านความเหมาะสมของราคา กับปริมาณ รสชาติ คุณภาพของอาหาร และการประชาสัมพันธ์ร้านขาหมูลุงแปดผ่านทางเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น