

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้ง อีเกิ้ลส์ตร้า เชียงใหม่ 2
ผู้จัดทำ	นางสาว รัตติญา วงศ์ลังกา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	กรกฎาคม 2555
จำนวนหน้า	72
คำสำคัญ	พฤติกรรม ความพึงพอใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ แมคโดนัลด์

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ 2. พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ 3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้ง อีเกิ้ลส์ตร้า เชียงใหม่ 2 และ 4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้ง อีเกิ้ลส์ตร้า เชียงใหม่ 2 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้ง อีเกิ้ลส์ตร้า เชียงใหม่ 2 จำนวน 250 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการใช้สูตรคำนวณของดับเบิลยู จี คอซเรน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างและมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.971 ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้งฮี เอ็กซ์ตรีซ่า เชียงใหม่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สั่งอาหารประเภทเบอร์เกอร์บอยที่สุดและต้องการความสดใหม่ของอาหารที่ทำเมื่อเข้ามาใช้บริการ เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการเพราะชอบรับประทานอยู่แล้ว มีลักษณะการบริโภคคือ รับประทานอาหารที่ร้าน คุณภาพของอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยจะมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ในช่วงเวลา 15:01-18:00 น. และนอกจากมาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้งฮี เอ็กซ์ตรีซ่า เชียงใหม่ 2 แล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ แอร์พอร์ตบอยที่สุด

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจระดับมากในทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านพนักงาน รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบึงกิ้งฮี เอ็กซ์ตรีซ่า เชียงใหม่ 2 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

1. เพศและอายุที่ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด
2. ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ยกเว้นด้านราคา
3. อาชีพที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา
4. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ