

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านอาหารลำแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งหมด 361 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติ การแจกแจงความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบรรยายผลด้วยวิธีพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ปี -39 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ภูมิลำเนาปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. อาหาร ลูกค้าพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องความสะอาดของอาหาร รสชาติอาหาร และความหลากหลายของรายการอาหาร
2. ราคาลูกค้าพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องความเหมาะสมของอาหารต่อปริมาณ การลดราคาอาหาร 10% ในฐานะสมาชิก
3. สถานที่ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ความปลอดภัยในสถานที่จอดรถ และบรรยากาศทั่วไปของร้าน
4. การบริการ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องการต้อนรับของพนักงาน ระยะเวลาในการรออาหาร

สำหรับระดับความพึงพอใจต่อการบริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า

1. อาหาร ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20 ปี - 59 ปี และมีความแตกต่างทางสถานภาพสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก แต่ลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
2. ราคา ลูกค้าทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
3. สถานที่ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20 ปี - 59 ปี และมีความแตกต่างทางสถานภาพสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก แต่ลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง ลูกค้าเกษียณอายุพึงพอใจมากที่สุด
4. การบริการ ลูกค้าที่มีความแตกต่างด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ ภูมิลำเนา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก แต่ลูกค้าหย่าร้างพึงพอใจระดับปานกลาง ลูกค้าเกษียณอายุพึงพอใจระดับมากที่สุด

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะ คือควรให้มีการศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องไป เพื่อนำมาพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกัน และปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าต่อไป

The objectives of this independent study is to determine the customer's satisfaction of Lum Mac La Pla Pao Restaurant, Mueang District , Chiang Mai. The result of the study is to be used for the improvement of the service standard and food quality. The study was done by collecting questionnaires from 361 samples. The collected data was analyzed using statistics, frequency distribution, percentage distribution, means, standard deviation and descriptive analysis.

The study showed that most questionnaires were answered by female respondents, aged between 20-39 years old of single marital status, government and state enterprise employees, residing in Chiang Mai.

The respondents' level of satisfaction towards each factor were as follows;

1. In terms of food cleanliness, taste and menu varieties, the respondents were highly satisfied.
2. In terms of pricing per portion and 10% discount for members, the respondents were moderately satisfied.
3. In terms of location accessibility, parking safety and the general atmosphere of the restaurant, the respondents were highly satisfied.
4. In terms of service by the staff and the customer's waiting time for food, the respondents were highly satisfied.

The respondents' level of satisfaction categorised by individual factors were as follows;

1. In terms of food, highly satisfied by respondents aged 20 - 59 with different marital status, occupation and domicile, moderately satisfied by respondents aged 60 and up.
2. In terms of price, moderately satisfied by all respondents.
3. In terms of place, highly satisfied by respondents aged 20-59 with different marital status, occupation and domicile, moderately satisfied by working respondents aged 60 and up, very satisfied by retirees.
4. In terms of service, highly satisfied by respondents with different marital status, occupation and domicile, moderately satisfied by divorced respondents, very satisfied by retirees.

From the result of this study, the continuation of consumers' behavior study is recommended, and it should be done thoroughly in order to be used as a feedback for marketing improvement and to update with current level of the customers' behavior changing.