

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อร้านอาหารของผู้บริโภคในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ชื่อนักศึกษา	มนสิชา เฟื่องทอง
รหัสประจำตัว	57B53170212
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.ชญานันท์ เกิดพิทักษ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีต่อร้านอาหารของผู้บริโภคในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อร้านอาหารของผู้บริโภคในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณโดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ วิลเลียม เกมเมล โคแครน ได้จำนวนขนาดตัวอย่าง 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการศึกษาลูกค้ายอมรับระดับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ด้านที่ให้ระดับคุณภาพการบริการน้อยที่สุดของลูกค้า คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับระดับคุณภาพการบริการในด้านอื่น ๆ

2) ผลการวิเคราะห์ระดับความจงรักภักดีต่อร้านอาหารของผู้บริโภคในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ และอยู่ในระดับมาก 9 ข้อ ด้านที่ให้ระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด คือ ด้านความห่วงใยต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความจงรักภักดีต่อร้านอาหารในด้านอื่น ๆ

3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อร้านอาหารของผู้บริโภคร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ ความจงรักภักดี

Independent Study Title	Relationship between Service Quality and Customer Loyalty at Food Market in Central Agricultural Market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province
Student	Monsicha Fuangthong
Student ID	57B53170212
Degree	Master of Business Administration
Field of Study	Business Administration
Independent Study Advisor	Dr.Chayanan Kerdpitak

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of service quality at the food market in the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 2) to study the degree of loyalty of the consumers in the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 3) to study the quality of service in relation to customer loyalty in the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The population used in the research was the consumers who use the restaurant services in the central agricultural market in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Given that the actual size of the population was unknown, William Gemmel Cochran's formula was used to determine the sample size, which was determined to be 385. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and analysis of Pearson's product moment correlation coefficient. The study revealed that consumers who use the restaurant services in the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province are predominantly women aged 31 - 40 years, holding an undergraduate degree, married, and with a monthly income between 15,000 - 25,000 THB.

The research showed that:

1) The overall results of the customer study revealed that service quality was at a high level. The aspect that provided the lowest level of customer service was customer confidence, as compared to the other service quality levels.

2) The analysis of customer loyalty in the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province revealed that, overall, it was at the highest level with 3 items at the highest level and 9 items at a high level. The aspect with the level of loyalty was fluctuation of price, as compared to other restaurant loyalty levels.

3) The relationship analysis revealed that the quality of service was correlated with customer loyalty for restaurants in the consumer food market in

the agricultural market Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. A medium positive correlation between quality of service and customer loyalty was found and involved the following aspects: tangibility, reliability, responsiveness and empathy.

Keywords: Quality of Service, Loyalty



GRAD VRU