

## บทที่ 10

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ โดยระเบียบวิธีวิจัยแล้ว นิยมนำมาไว้ในบทที่ 5 ซึ่งเป็นบทสุดท้ายของรายงานผลการวิจัย หรือรายงานของการค้นคว้าอิสระ สารนิพนธ์ ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และคุณนิพนธ์ ยกเว้นผลการวิจัยที่มีเพียง 4 บท หรือมีถึง 6 บท โดยอาจต้องจัดไว้ในบทที่ 4 หรือบทที่ 6 เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

#### บทที่ 5 : สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

##### สรุปผลการวิจัย

เป็นการนำผลการวิจัยหรือข้อค้นพบ มาสรุปโดยย่อและสรุปให้สาระครบทุกประเด็นและสรุปในลักษณะที่เป็นการตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย

##### การอภิปรายผล

เป็นการนำผลการวิจัย/ข้อค้นพบต่าง ๆ มาเปรียบเทียบว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานหรือไม่ และสอดคล้องหรือขัดแย้งกับแนวคิดหรือทฤษฎีต่าง ๆ และสอดคล้องกับผลงานวิจัย (ที่นำมาไว้ในท้ายบทที่ 2) หรือไม่อย่างไร โดยเปรียบเทียบออกมาเป็นรายบุคคลว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของใคร และระบุ ปี พ.ศ. ให้ชัดเจน

##### การเสนอแนะ

เป็นการเสนอแนะของผู้วิจัย เพื่อเสนอให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

1. การเสนอแนะ โดยเสนอแนะเพื่อให้ผู้อ่าน (ผู้บริหารโครงการวิจัย) นำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้ ควรจำแนกการแนะนำออกเป็นข้อ ๆ เพื่อความชัดเจนในการนำไปปรับใช้
2. การทำวิจัยครั้งต่อไป โดยเสนอแนะเพื่อให้ผู้สนใจที่จะต้องการจะทำวิจัยแบบต่อเนื่อง หรือต่อยอดจากการวิจัยในครั้งนี้ และควรเสนอแนะในสิ่งที่สามารถทำได้/มีความเป็นไปได้สูง ไม่ควรเสนอแบบเลื่อนลอย ซึ่งจะทำให้ผู้สนใจที่เป็นนักวิจัยมือใหม่หรือผู้ที่ไม่เคยทำวิจัยมาก่อน อ่านแล้วยังไม่สามารถดำเนินการได้ ตัวอย่างข้อเสนอแนะ ต่อไปนี้

ตัวอย่าง : การเขียนบทที่ 5

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ พฤติกรรมการใช้บริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้า 5) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้ (นริศ บุญประสิทธิ์, 2549, หน้า 160 - 169)

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการร้านอาหาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีรายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0

2. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า พบว่า ความถี่ของการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ร้านอาหารที่ใช้บริการชื่อร้านไทรทอง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 จำนวนคนร่วมรับประทานอาหารแต่ละครั้ง 9 คนขึ้นไป จำนวน 212 คน

คิดเป็นร้อยละ 53.0 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ระยะเวลาที่เริ่มไปใช้บริการตั้งแต่ 18.01 น. – 22.00 น. จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

5. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการควบคุมแตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน

6. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

7. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ความถี่ของการใช้บริการ ชื่อร้านอาหารที่ใช้บริการ จำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ค่าใช้จ่ายในการบริการ/ครั้ง และระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

8. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการใช้บริการ ชื่อร้านอาหารที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ค่าใช้จ่ายในการบริการ/ครั้ง

9. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม มีความสัมพันธ์ในด้านบวกกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง

## การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการร้านอาหาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

### 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ดวงนภา วินิจวรจิกกุล (2544, บทคัดย่อ) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันผู้หญิงเริ่มมีบทบาทหน้าที่ และมีการเข้าสังคมมากขึ้น ไปทำงานนอกบ้านเหมือนกับผู้ชาย ด้วยเหตุดังกล่าวผู้หญิงจึงนิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์วณิช พิณรูประภา (2545, บทคัดย่อ) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จึงไม่มีการหน้าที่รับผิดชอบครอบครัว จึงมีเวลาในการร่วมสังสรรค์กับเพื่อนได้ และลูกค้ามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท

### 2. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

2.1 ด้านการวางแผน ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอาหารมีการวางแผนเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยเชิญศิลปินมาแสดงในร้าน มีนโยบายการขายบัตรสมาชิก VIP มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับร้านอาหาร

2.2 ด้านการจัดองค์การ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอาหารมีการแบ่งหน้าที่ให้พนักงานอย่างเหมาะสม และดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง กู้กทำอาหารมีความรวดเร็วและเหมาะสมกับเวลา

2.3 ด้านการจูงใจ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอาหารมีการแนะนำเมนูอาหารแปลก ๆ ใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีการลดค่าอาหารให้กับลูกค้าประจำ และมีการให้สะสมยอดการรับประทานอาหารแล้วได้รับโบนัส

2.4 ด้านการควบคุม ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอาหารมีการควบคุมความสะอาดของ ถ้วย จาน แก้ว ช้อน มีผ้าปูโต๊ะ และเก้าอี้ที่สะอาด และกรณีพนักงานไม่สุภาพสามารถร้องเรียนเจ้าของร้านได้โดยตรง

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ร้านอาหารได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และวิธีการดำเนินการวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจและการควบคุมเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร ให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารจัดการของ สมยศ นาวิกาน(2544, หน้า 20) โดยกล่าวถึง กระบวนการบริหารควรประกอบด้วย 4 ประการ คือ 1) การวางแผน หมายถึง การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ พิจารณาถึงความพร้อมขององค์การตลอดจนปัจจัยที่ช่วยให้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายและจัดทำแผนงานขึ้นมาเพื่อดำเนินงาน 2) การจัดองค์การ หมายถึง การให้รายละเอียดงานทุกอย่างที่ต้องกระทำเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ การแบ่งปริมาณงานทั้งหมดเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถปฏิบัติได้โดยบุคคลคนเดียว และการกำหนดกลไกของการประสานงานของสมาชิกขององค์การ เพื่อทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน 3) การจูงใจ หมายถึง กระบวนการของการจูงใจ และการจูงใจในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกของกลุ่ม 4) การควบคุม ความพยายามอย่างมีระบบ เพื่อกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน การออกแบบระบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิจารณามีข้อแตกต่างหรือไม่และทำการแก้ไขใด ๆ ที่ต้องการเพื่อเป็นหลักประกันว่าทรัพยากรทุกอย่างขององค์การได้ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ

### 3. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า ความถี่ของการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน ร้านอาหารที่ใช้บริการ คือ ร้านไทรทอง คนร่วมรับประทานอาหารแต่ละครั้ง 9 คนขึ้นไป ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 500-1,000 บาท ระยะเวลาที่เริ่มไปใช้บริการตั้งแต่ 18.01 น. ถึง 22.00 น. ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าอยู่ในกลุ่มวัยเรียนและวัยทำงาน จึงมีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารค่อนข้างบ่อย และเลือกใช้บริการร้านอาหารหลังเวลาเลิกงานเป็นส่วนใหญ่

### 4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก อาหารมีความสะอาด บรรยากาศภายในร้านอาหารเหมาะสม และมีความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่มในเมนู

4.2 ด้านราคา ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ราคาของค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม

4.3 ด้านสถานที่ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก มีความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร สถานที่จอดรถเพียงพอ และร้านอาหารโดยรวมสะอาด

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอาหารมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีการลดราคาค่าอาหาร สำหรับแขกบัตรสมาชิก และมีส่วนลดจากการสะสมยอด

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพัลลัญช์ พิณฐุประภา (2545, บทคัดย่อ) ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ร้านอาหารมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ลูกค้ำมีความพึงพอใจ และมีราคาที่เหมาะสมของต่อปริมาณอาหาร มีการลดราคาให้ลูกค้ำในฐานะสมาชิก และสถานที่มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ความปลอดภัยในสถานที่จอดรถและมีบรรยากาศทั่วไปของร้านที่ดี มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับร้านอาหารให้ลูกค้ำทราบทั่วถึง รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ำ

## 5. การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

5.1 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

5.1.1 ลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้ำ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ และด้านการจูงใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศของลูกค้ำ ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ส่วนลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้ำ ด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบพบที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศของลูกค้ำ มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.1.2 ลูกค้ำที่มีอายุ มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้ำ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ อายุของลูกค้ำ มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.1.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สถานภาพของลูกค้า มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.1.4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ระดับการศึกษาของลูกค้า มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.1.5 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ อาชีพของลูกค้า มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.1.6 ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ รายได้ของลูกค้า มีผลต่อระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

5.2 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

5.2.1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศของลูกค้า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

5.2.2 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ อายุของลูกค้ามีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

5.2.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สถานภาพของลูกค้าไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับ



5.3.4 ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการบริการ/ครั้งแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายในการบริการ/ครั้งของลูกค้า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

5.3.5 ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ระยะเวลาที่ใช้บริการของลูกค้า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

5.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการใช้บริการ ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีความถี่ของการใช้บริการร้านอาหารแตกต่างกัน

5.4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับชื่อร้านอาหารที่ใช้บริการ ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีชื่อร้านอาหารที่ใช้บริการแตกต่างกัน

5.4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ซึ่งจากผลของการทดสอบพบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สถานภาพของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีจำนวนคนร่วมรับประทานอาหารไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีจำนวนคนร่วมรับประทานอาหารแตกต่างกัน

5.4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้ง ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สถานภาพของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้งไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร ซึ่งจากผลของการ

ทดสอบพบที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้งแตกต่างกัน

5.4.5 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้บริการ ซึ่งจากผลของการทดสอบ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน

5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม มีความสัมพันธ์ในด้านบวกกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งจากผลของการทดสอบพบที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน  $H_1$  ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารแตกต่างกัน

## การเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

#### 1.1 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ

1.1.1 ด้านการวางแผน ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีการวางแผนเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและวางแผนเกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุให้ลูกค้าสามารถรับรู้เป็นอย่างดี

1.1.2 ด้านการจัดองค์การ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อด้านการจัดองค์การอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีระบบการแบ่งหน้าที่ให้พนักงานในร้านปฏิบัติอย่างเหมาะสม และพนักงานมีความสุขที่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

1.1.3 ด้านการจูงใจ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อด้านการจูงใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีการจัดร้านให้เหมาะสมตามเทศกาลต่าง ๆ จึงทำให้เกิดการจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

1.1.4 ด้านการควบคุม ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อด้านการควบคุมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารทำอาหารให้มีรสชาติคงที่ และโต๊ะอาหาร เก้าอี้ ถ้วย จาน แก้ว ช้อน มีความสะอาดปลอดภัยสำหรับลูกค้า

1.2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ร้านอาหารควรพัฒนาในเรื่องการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น และมีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักร้านอาหารและมีความถี่ในการใช้บริการมากขึ้น

### 1.3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร

1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดรสชาติอาหารมีคุณภาพและมีความหลากหลายของอาหารในเมนู ทำให้ลูกค้าได้เลือกรับประทานอาหารหลายรูปแบบ

1.3.2 ด้านราคา ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีการตั้งราคาอาหารที่เหมาะสม และลูกค้ามองเห็นความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป

1.3.3 ด้านสถานที่ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าเพียงพอ และมีการทำความสะอาดเครื่องใช้ ด้วยขามทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย

1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะร้านอาหารมีการส่งเสริมการตลาดที่ดี และมีการจองโต๊ะล่วงหน้าทางโทรศัพท์ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการมาใช้บริการ

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานร้านอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 ควรมีการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 ควรมีการศึกษาเรื่อง ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## การอ้างอิงในบรรณานุกรม

การอ้างอิงนับว่าเรื่องสำคัญ ทั้งนี้เพราะการทำวิจัยเป็นการสร้างองค์ความรู้ขึ้นมาใหม่ไม่เกิน 30% นอกนั้นเป็นการศึกษาค้นคว้าและอ้างอิงมาจาก แนวคิด/ทฤษฎีและผลงานวิจัยของผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยรายอื่น ดังเช่น การศึกษาค้นคว้าวิจัย การทำรายงานวิจัย การทำวิทยานิพนธ์ วารสาร

เอกสารสำคัญ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วัสดุทัศนวัสดุและสารสนเทศ อิเล็กทรอนิกส์ การอ้างอิงข้อมูลในลักษณะนี้ ผู้อ้างอิงจะต้องมีจริยธรรมและเคารพสิทธิของผู้เขียนดั้งเดิม โดยการอ้างอิงหรือระบุแหล่งข้อมูลที่ใช้ให้ถูกต้องตามระบบสากลนิยมและเป็นระบบเดียวกันโดยตลอด

### ตัวอย่างการเขียน : บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_. (2549). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรัญ จันทลักษณ์. (2549). *สถิติการวิเคราะห์และการวางแผนงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชาย โพธิ์สีดา. (2549). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัยยศ สันตวงษ์. (2539). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

เทียนฉาย กิระนันท์. (2539). *สังคมศาสตร์วิจัย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ดำรงค์ ทิพย์โยธา. (2547). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2547). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2546). *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

ประชุม สุวดี. (2545). *ทฤษฎีการอนุมานเชิงสถิติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2544). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิสมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2547). *หลักสถิติ 1*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มนัส ประสงค์. (2543). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

- มัลลิกา บุนนาคศรี. (2539). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2548). *วิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- \_\_\_\_\_. (2549). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี. (2549). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ล้วน และอังคณา สายยศ. (2536). *เทคนิคการวิจัยการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วารภรณ์ สุขสุขะโน. (2544). *สถิติประยุกต์*. อัญญา: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร จำกัด.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2543). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ:  
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2548). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ เน้นสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ:  
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย นาทะพันธ์. (2547). *ความน่าจะเป็นและสถิติ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- สมชาย กิจบรรจง. (2543). *ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2549). *วิธีวิทยาการประเมิน ศาสตร์แห่งคุณค่า*. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2543). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จูนพับลิชชิ่ง จำกัด.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า  
พรินต์ติ้ง จำกัด.
- \_\_\_\_\_. (2545). *การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า  
พรินต์ติ้ง จำกัด.
- สุดา สุวรรณภรณ์ และวิจิต อุ๋อัน. (2548). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.
- สุพาดา สิริกุดตา และวลัยลักษณ์ อัครีวงศ์. (2546). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร จำกัด.
- สุรินทร์ นิยมางกูร. (2546). *เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: เกษตรศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2548). *สถิติวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2547). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- อภิรักษ์ จันทร์ และคณะ. (2541). *สถิติเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พิทักษ์อักษร.
- \_\_\_\_\_. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วี. เจ. พรินต์ติ้ง.
- \_\_\_\_\_. (2545). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พิทักษ์อักษร.

- อภิรักษ์ จันตะนี. (2547). *การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ*. โครงการ  
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- \_\_\_\_\_. (2547). *การใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่ออ้างอิงในการทำวิจัยทางธุรกิจ*. โครงการปริญญาโท  
 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- \_\_\_\_\_. (2549). *การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยทางธุรกิจ*. ฝ่ายบัณฑิตศึกษา  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- \_\_\_\_\_. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D.* ฝ่ายบัณฑิตศึกษา  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อำนาจ เลิศขันธ์. (2539). *สถิติวิจัย*. กรุงเทพฯ: ศิลปสนองการพิมพ์.
- Amir D. Aczel & Jayavel Sounderpandian. (2005). *Complete Business Statistic*. New York:  
 McGraw-Hill.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techiques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Cronbach, Lee J. (1974). *Essentials of Psychological Testing* (3 rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- C. Samuel Craig & Susan P. Douglas. (2005). *International Marketing Research* (3 rd ed.).  
 New York: McGraw-Hill.
- Davod R. Anderson, Dennis J. Sweeney & Thomas A. Williams. (2002). *Statistics for Business  
 And Economics 8e*. New York: McGraw-Hill.
- Davis, Keith. (1967). *Human Relations at Work* (4 th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Donald A. Berry & Bernard W. Lindgren. (1996). *Statistics : Theory and Methods*. New York:  
 McGraw-Hill.
- Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler. (2006). *Business Research Methods*. New York:  
 McGraw-Hill.
- Hambleton, Susan Leigh. (1989). *Job Satisfaction Among Female Intercollegiate Athletic Head  
 Coaches*. Ph. D. Dissertation, University of Florida. (Online). from  
<http://wwwlib.umi.com/dissertation/fullcit/9021857>.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*  
 (9 th ed.). Englewood cliffs: Prentice Hall International.
- Jonathan Anderson & Millicent Poole. (2001). *Assignment and Thesis Writing*. New York:  
 McGraw-Hill.

- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(1970), 607 – 610.
- Millett, John D. (1954). *Management in the public service : The Oust for Effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Paul Newbold. (1991). *Statistics for Business and Economics* (3 th ed). New York: McGraw-Hill.
- Michael D. Myers & David Avison. (2002). *Qualitative Research in Information Systems*. New York: McGraw-Hill.
- Robinson, Richard & David S.G. Goodman. (1996). *The New Rich in Asia : Mobile Telephone, McDonald's and Middle Class Revolution*. Murdoch: Asia, Murdoch University.
- R. Lyman ott & Michael Longnecker. (2001). *An Introduction to Statistical Methods and Data Analysis* (5 th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Siegel, S. & Castellan, Jr. (1988). *Nonparametric statistics for the behavioral sciences* (2 nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Uwe Flick. (2002). *An Introduction to Qualitative Research* (2 rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Vroom, V.H. (1984). *Work and Motivation*. Florida: Robert E. Krieger.
- Wallestein, Harvey. (1971). *Social Psychology : An Attributional Approach*. Saint Louis: C.V. Mosby.
- Wehrich, Heinz & Harold Koontz. (1993). *Management : A global perspective* (10 th ed.). New York: McGraw-Hill.
- William G. Zikmund. (2003). *Business Research Methods* (7 th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Yamane, Taro. (1976). *Statistic : An Introduction Analysis* (2 nd ed.). New York: Harper and Row.

## ตัวอย่างภาคผนวก

### ภาคผนวก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

#### แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของพนักงาน  
บริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด”

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ตอน  
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของบริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด  
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ  
ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
2. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อมิฉะนั้นแบบสอบถามจะไม่สมบูรณ์
3. ข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับจะไม่กระทบต่อผลการปฏิบัติงานของท่านแต่อย่างใด

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) เพียงช่องเดียว

1. เพศ ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. ระดับการศึกษา ( ) 1. มัธยมศึกษา/ปวช. ( ) 2. อนุปริญญา/ปวส.  
( ) 3. ปริญญาตรีขึ้นไป
4. ประเภทพนักงาน ( ) 1. จัดการ ( ) 2. บังคับบัญชาหรือวิชาชีพ  
( ) 3. ปฏิบัติการ
5. รายได้ต่อเดือน  
( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาทลงมา ( ) 2. 10,001 – 20,000 บาท  
( ) 3. 20,001 – 30,000 บาท ( ) 4. 30,001 บาทขึ้นไป

6. ระยะเวลาทำงานกับบริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด

- ( ) 1. ต่ำกว่า 5 ปี                      ( ) 2. 5 - 10 ปี  
 ( ) 3. 11 ปีขึ้นไป

**ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของบริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด**

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยกาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านต้องการแสดงความคิดเห็นเพียงช่องเดียว ระดับการปฏิบัติ

คะแนน 5	(มากที่สุด)	หมายถึง	การปฏิบัติงาน 80 – 100%
คะแนน 4	(มาก)	หมายถึง	การปฏิบัติงาน 70 – 79%
คะแนน 3	(ปานกลาง)	หมายถึง	การปฏิบัติงาน 60 – 69%
คะแนน 2	(น้อย)	หมายถึง	การปฏิบัติงาน 50 – 59%
คะแนน 1	(น้อยที่สุด)	หมายถึง	การปฏิบัติงาน น้อยกว่า 50%

การบริหารจัดการ	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการวางแผน</u>					
1. บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของพนักงาน					
2. บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารงาน					
3. บริษัทฯ เผยแพร่ข้อมูลแผนงานให้พนักงานรับทราบทั่วกัน					
4. นโยบายการปฏิบัติงานของบริษัทฯ มีความชัดเจน และปฏิบัติได้					
5. บริษัทฯ มีการวางแผนงานในการส่งเสริมพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง					

การบริหารจัดการ	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการจัดองค์การ</b>					
1. บริษัทฯ ได้จัดทำโครงสร้างการบริหารงานและแบ่งสายงานการบังคับบัญชาให้ทราบทั่วกัน					
2. บริษัทฯ ได้จัดทำแผนภูมิแสดงสายงานหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างเหมาะสม					
3. บริษัทฯ ให้พนักงานมีส่วนร่วมเพื่อนำมากำหนดโครงสร้างการจัดองค์การ					
4. บริษัทฯ กระจายอำนาจความรับผิดชอบไปตามหน้าที่ของบุคลากรไว้อย่างชัดเจน					
5. บริษัทฯ ได้จัดให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมตรงตามความถนัด ความรู้ ความสามารถ					
<b>ด้านการสั่งการและการจูงใจ</b>					
1. บริษัทฯ ได้แจ้งนโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานให้พนักงานเข้าใจอย่างชัดเจน					
2. บริษัทฯ สร้างทัศนคติและความเข้าใจที่ดีในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน					
3. ผู้บริหารในบริษัทฯ มีการสร้างความจงรักภักดีและความตระหนักที่จะปกป้องบริษัทฯ					
4. ผู้บริหารในบริษัทฯ ให้คำปรึกษาและแนะนำ สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานแก่พนักงาน					

การบริหารจัดการ	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการควบคุม</b>					
1. บริษัทฯ กำหนดให้มีการกำกับติดตามผลการปฏิบัติงาน					
2. บริษัทฯ กำหนดให้มีการควบคุมการประเมินผล การปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน					
3. บริษัทฯ มีการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย มาตรฐานและตัวชี้วัดการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน					
4. บริษัทฯ มีการพัฒนาตัวชี้วัดความสำเร็จในการปฏิบัติงานอย่างเที่ยงตรง					

**ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด**  
**คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยกาเครื่องหมาย / ลงในช่อง**  
**ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน**

ระดับความพึงพอใจ

คะแนน 5	(มากที่สุด)	หมายถึง	ความพึงพอใจ 80 – 100%
คะแนน 4	(มาก)	หมายถึง	ความพึงพอใจ 70 – 79%
คะแนน 3	(ปานกลาง)	หมายถึง	ความพึงพอใจ 60 – 69%
คะแนน 2	(น้อย)	หมายถึง	ความพึงพอใจ 50 – 59%
คะแนน 1	(น้อยที่สุด)	หมายถึง	ความพึงพอใจ น้อยกว่า 50%

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>1. นโยบายและการบริหารงาน</u>					
1.1 บริษัทฯ มีนโยบายและแนวทางในการบริหารอย่างชัดเจน					
1.2 ในหน่วยงานมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจ					
1.3 บริษัทฯ มีกฎระเบียบข้อบังคับที่ปฏิบัติอย่างเหมาะสม					
1.4 พนักงานได้รับข่าวสารของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ					
1.5 ระบบการประเมินผลปฏิบัติงานที่บริษัทฯ ใช้อยู่เป็นระบบที่ดีและเหมาะสม					
<u>2. สภาพแวดล้อม</u>					
2.1 การจัดพื้นที่ของที่ทำงาน					
2.2 เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน					
2.3 พื้นที่ทำงานในบริษัทฯ เป็นสัดส่วนกับตำแหน่งหน้าที่ของท่าน					
2.4 งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่ตรงกับความถนัดของท่าน					
2.5 งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียนมา					
2.6 งานมีความท้าทายให้ท่านใช้ความพยายามสูง					
<u>3. ความสำเร็จในการทำงาน</u>					
3.1 ท่านมีความเชื่อมั่นว่าตนเองเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานได้ผลดีสำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมาย					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2 ท่านแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในหน้าที่รับผิดชอบได้ดี					
3.3 ท่านจะทำงานในบริษัทนี้ตลอดไป					
3.4 ท่านไม่ได้รับมอบหมายงานที่กดดันทำให้ปฏิบัติงานได้ช้า					
<b>4. ความมั่นคงในงาน</b>					
4.1 งานที่ทำอยู่ในปัจจุบันที่บริษัทฯ มีความมั่นคง					
4.2 ท่านอาจถูกโยกย้ายหรือเปลี่ยนหน้าที่โดยไม่สามารถปฏิเสธได้					
4.3 ท่านมีความภูมิใจที่ได้ทำงานที่บริษัทสยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด					
4.4 ท่านมีความภูมิใจในตำแหน่งหน้าที่ปฏิบัติ					
<b>5. เงินเดือนและสวัสดิการ</b>					
5.1 เงินเดือนที่ท่านได้รับเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน					
5.2 เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ค่าตอบแทนที่ท่านได้รับอยู่ในเกณฑ์ดี					
5.3 การให้ค่าตอบแทนล่วงเวลาเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ					
5.4 สวัสดิการที่บริษัทฯ จัดให้แก่พนักงานอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น					

#### ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

#### ประวัติย่อผู้วิจัย

##### ประวัติย่อผู้วิจัย

1. ชื่อผู้วิจัย.....
2. วัน/เดือน/ปีเกิด.....
3. สถานที่เกิด.....
4. ที่อยู่ปัจจุบัน.....
5. สถานที่ทำงาน.....  
- ตำแหน่ง/หน้าที่รับผิดชอบ.....
6. ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. (ปีที่จบ).....ระดับประถมศึกษา จากสถานศึกษา  
พ.ศ.....ระดับมัธยมศึกษา จากสถานศึกษา  
พ.ศ.....ระดับอนุปริญญา/ปวส.(ถ้ามี) สถานศึกษา  
พ.ศ.....ระดับปริญญาตรี จากสถานศึกษา

## สรุป

ในการสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ โดยระเบียบวิธีวิจัยแล้ว นิยมนำมาไว้ในบทที่ 5 ซึ่งเป็นบทสุดท้ายของรายงานผลการวิจัย หรือรายงานของการค้นคว้าอิสระ สารนิพนธ์ ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และคุณิพนธ์ รวมถึงรายงานการวิจัยทางการบริหารก็ให้ถือเอาตามรูปแบบดังกล่าวนี้เป็นเกณฑ์ยกเว้นผลการวิจัยที่มีเพียง 4 บท หรือมีถึง 6 บท โดยอาจต้องจัดไว้ในบทที่ 4 หรือบทที่ 6 เป็นต้น

