



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน
ของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา
Factors Affecting The Decision of Consumers to Choose Chinese
Catering Enterprises Amphoe Bang Len Nakhon Pathom
Case Studies Chung Prochana

มณิรัตน์ เหลืองสุกใส
MANEERAT LUANGSUKSAI
สิรินาถ สมสุขหวัง
SIRINAT SOMSUKWANG

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อโครงการพิเศษ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหาร
โต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา
ร้านจูงโกชนา
ชื่อนักศึกษา มณีนรัตน์ เหลืองสุกใส และสิรินาถ สมสุขหวัง
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาและคณะ อุตสาหกรรมการบริการอาหาร เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์จอมขวัญ สุวรรณรักษ์

คณะกรรมการสอบโครงการพิเศษได้ให้ความเห็นชอบโครงการพิเศษฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์นฤศร มังกรศิลา)



.....กรรมการ
(อาจารย์คันสนีย์ ทิมทอง)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จอมขวัญ สุวรรณรักษ์)

โครงการพิเศษฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



.....หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร
(อาจารย์ปรัชญา แพมมงคล)

วันที่ 3 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2560

ชื่อโครงการพิเศษ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้าน จูงโกชนา
ชื่อนักศึกษา	มณีนรัตน์ เหลืองสุกใส และสิรินาถ สมสุขหวัง
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	อุตสาหกรรมบริการอาหาร เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จอมขวัญ สุวรรณรักษ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนของร้านจูงโกชนา จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนร้านจูงโกชนา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 ปี ถึง 30 ปี การศึกษาค้นคว้าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท พฤติกรรมของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนร้านจูงโกชนา พบว่า ใช้บริการในงานอุปสมบท เหตุผลที่เลือกใช้บริการขอพรสุขภาพอาหาร ช่องทางในการติดต่อ ติดต่อด้วยตนเอง/ทางโทรศัพท์ ราคาอาหาร 1,500 บาทต่อโต๊ะ และมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทุกด้าน และผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนร้านจูงโกชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โต๊ะจีน นครปฐม

Special Project	Factors Affecting The Decision of Consumers to Choose Chinese Catering Enterprises Amphoe Bang Len Nakhon Pathom Case Studies Chung Prochana
Author	Maneerat Luangsuksai and Sirinat Somsukwang
Degree	Bachelor of Home Economics
Major program	Food Service Industry, Home Economics Technology
Academic Year	2016
Advisors	Assistant Professor Jomkhun Suwannarak

ABSTRACT

This study aimed to investigate the Factors affecting the decision of consumers to choose Chinese catering enterprises Amphoe Bang Len Nakhon Pathom case studies Chung Prochana. And compare marketing mix factors that influence the decision of consumers to choose Chinese catering enterprises. By personal factors the samples used in the study is that consumers of Chinese catering enterprises nutrition 390 Hueg engines used in the study was a questionnaire. Statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation values t-test and F-test.

The study indicated that users Chinese of Chung Prochana Hueg nutrition. Most were female, aged 20 to 30 years of education below a bachelor's degree. Generally, workers the average income per month 10,001 – 15,000 baht user behavior serves Chinese of Chung Prochana Hueg find a job in the ordination. The reason for choosing the services like the taste of food. Channels of contact in person / phone price of 1,500 baht per table. And the opportunity to come back to repeat. The study of factors that influence the decision of consumers to choose Chinese catering enterprises. The overall high level all sides. And the comparison factor marketing mix to influence the decision of consumers to choose Chinese catering enterprises of Chung Prochana. Hueg by personal factors found education the decision affects the product. And the promotion of statistical significance at the 0.05 level and career decisions affect the marketing mix and 7 are statistically significant at the 0.05 level.

Keywords : factor of marketing mix Chinese catering Nakhon Pathom

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรบัณฑิต ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษที่เสียสละเวลาอันมีค่า และให้คำปรึกษาแนะนำข้อคิดเห็นต่างๆ ขอขอบคุณอาจารย์ศันสนีย์ ทิมทอง อาจารย์ผู้สอนวิชาโครงการพิเศษและประธานกรรมการที่มอบความรู้ทางด้านวิชาการ และการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ขอขอบคุณอาจารย์นฤศร มังกรศิลา กรรมการในการสอบ ที่ให้คำปรึกษาในการทำโครงการพิเศษนี้ และขอบคุณผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีน ร้านจุงโกชนา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามเพื่อการศึกษา และทุกๆ กำลังใจทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และบุคคลในครอบครัวทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจ และกำลังทรัพย์ ตลอดจนความห่วงใยไม่เคยขาดหาย สุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอระลึกถึงพระคุณครูบาอาจารย์ทุกท่าน ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และหากโครงการพิเศษฉบับนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ใดก็ตาม ขอมอบความดีทั้งหมดให้แก่ทุกท่านที่กล่าวมา ส่วนความผิดพลาดอันพึงปรากฏคณะผู้จัดทำขอน้อมรับเพียงผู้เดียว

มณีนรัตน์ เหลืองสุกใส
สิรินาถ สมสุขหวัง



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 สมมติฐานการศึกษา	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 กรอบแนวคิด	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	13
2.5 ข้อมูลทั่วไปของร้านจุงโกชนา อำเภอบางเลน	15
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	29
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	32
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา	34
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมกรณี คีศึกษาร้านจุงโกชนา	36
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา	41
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	55
4.6 อภิปรายผล	54
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	57
5.1 สรุปผล	57
5.2 ข้อเสนอแนะ	59
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	60
เอกสารอ้างอิง	61
ภาคผนวก	63
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	64
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ	72
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	74
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	76

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 อัตราค่าจ้างแรงงานพนักงานร้านจูงโกชนา	21
3.1 แสดงจำนวนโต๊ะและผู้บริโภคระหว่างเดือนธันวาคม 2558 – พฤศจิกายน 2559	28
4.1 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา	35
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา โดยภาพรวม	36
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านผลิตภัณฑ์	37
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านราคา	38
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านการจัดจำหน่าย	38
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านการส่งเสริมการตลาด	39
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านบุคลากร	40
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโกชนา ด้านกระบวนการให้บริการ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10	41
<p>คาเฉลย และสวนเบงเบนมาตรฐาน ปัจจัยหมผลต่อการตตสนใจเลอกเซ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา ด้านลักษณะทางกายภาพ</p>	
4.11	42
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ</p>	
4.12	43
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ</p>	
4.13	44
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา</p>	
4.14	45
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านจูงโภชนา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านผลิตภัณฑ์</p>	
4.15	46
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านจูงโภชนา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการส่งเสริม การตลาด</p>	
4.16	46
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ</p>	
4.17	48
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านผลิตภัณฑ์</p>	
4.18	48
<p>ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านราคา</p>	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.19	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	49
4.20	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	49
4.21	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	50
4.22	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านบุคลากร ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	51
4.23	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	51
4.24	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา	52
4.25	ร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	53

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดย Henry Assael	7



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การจัดเลี้ยงอาหารแบบโต๊ะจีน เข้ามามีบทบาทและได้รับความนิยมอย่างมาก และได้แพร่หลายไปในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครปฐม ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีผู้ให้บริการโต๊ะจีนเป็นจำนวนมาก ในปี พ.ศ.2547 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายเรื่องความปลอดภัยอาหารด้านอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อต้องการยกระดับมาตรฐานให้อาหารที่ผลิตและบริโภคภายในประเทศ มีความปลอดภัยและได้มาตรฐานทัดเทียมสากลและพร้อมที่จะก้าวขึ้นไปสู่การเป็นครัวโลก เพื่อความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และศักยภาพความพร้อมในการเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญ จังหวัดนครปฐมโดยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครปฐม พร้อมทั้งสนับสนุนให้จังหวัดนครปฐม เป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย และสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะ "อาหารโต๊ะจีน" ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงอย่างมาก และเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ ดังนั้นขั้นตอนในการผลิตอาหารของผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็น การปรุง การเสิร์ฟอาหาร ภาชนะ สิ่งของที่ใช้บรรจุ และอุปกรณ์ที่มีส่วนร่วมในการใช้จัดโต๊ะจีน อาหารโต๊ะจีน จึงต้องสะอาดและปลอดภัยถูกหลักสุขาภิบาลอาหารเพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค (ธนิศา, 2550) ปัจจุบันจากทุกจังหวัดจะมีธุรกิจโต๊ะจีนไว้บริการคนในพื้นที่ แต่ในปัจจุบันเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผนวกกับจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างสูงและรุนแรง มีการตัดราคากัน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนต้องดิ้นรนทางด้านอาหารและการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารงาน เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค (สุมาลี และคณะ, 2554)

ร้านจูงโภชนาเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ให้บริการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีนทั้งในและนอกสถานที่ ทั้งงานมงคลสมรส งานอุปสมบท งานอวมงคล ตลอดจนงานสังสรรค์ทุกประเภท มีการบริหารงานทั้งหมด 4 รุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2491 จนถึงปัจจุบัน โดยทางร้านมีนโยบายที่มุ่งเน้นการบริการที่ได้มาตรฐานในราคาที่เหมาะสม มีคุณภาพและเป็นกันเอง แต่ในปัจจุบันจังหวัดนครปฐมมีผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 200 ราย ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการของทางร้านจูงโภชนามีจำนวนที่ลดลงจากปี พ.ศ.2556 ที่มีผู้ใช้บริการ 4,189 โต๊ะ ในปี พ.ศ.2558 เหลือผู้ใช้บริการเพียง 2,872 โต๊ะ ซึ่งลดลงถึง 68 % (วรชัย, 2559)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและการพัฒนาการบริการอาหารโต๊ะจีนให้เหมาะสมแก่ความต้องการของผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

1.2.2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3 สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากร คือ ผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของร้านจุงโกชนา ระหว่างเดือน ธันวาคม 2558 – พฤศจิกายน 2559 โดยมีผู้ให้บริการจำนวน 29,900 คน จำแนกเป็นผู้ซื้อ (เจ้าภาพจัดงานเลี้ยง) จำนวน 87 คน ผู้บริโภค (แขกในงานเลี้ยง) จำนวน 29,813 คน

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ฮานินทร์, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ระดับความคลาดเคลื่อน ± 5 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจ และปัจจัยทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

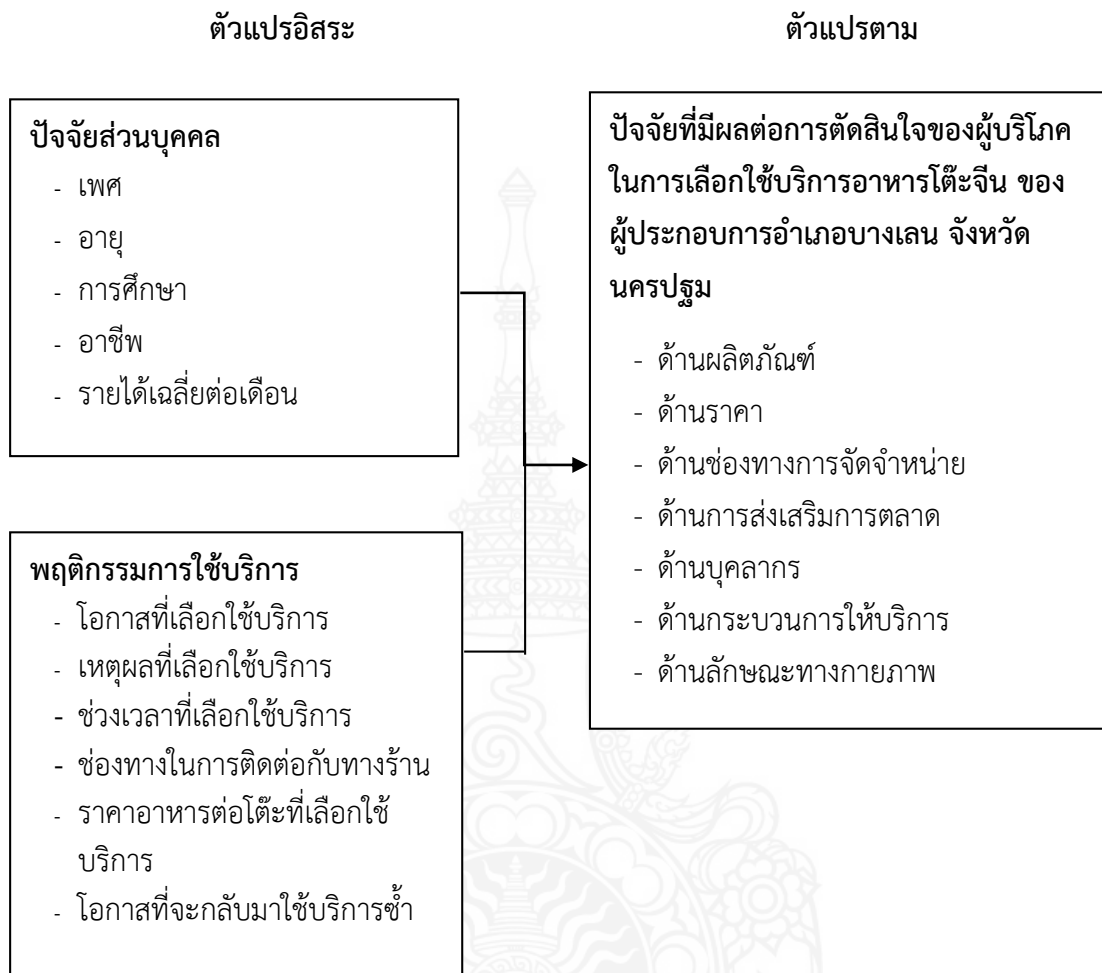
1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ร้านจุงโกชนา เลขที่ 28 หมู่ที่ 5 ตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม รหัสไปรษณีย์ 73130

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาคั้งนี้เริ่มต้น ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 – มีนาคม พ.ศ. 2560

1.5 กรอบแนวคิด



1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน หมายถึง ร้านจูงโภชนา เลขที่ 28 หมู่ที่ 5 ตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ดำเนินงานโดยนายวรชัย สมสุขหวั่ง

1.6.2 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนที่ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ เจ้าภาพจัดงานเลี้ยง และผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนร้านจูงโภชนา

1.6.3 อาหารโต๊ะจีน หมายถึง อาหารที่เจ้าภาพได้ตกลงเลือกไว้กับผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน มี 2 แบบ คือ แบบเป็นชุดที่ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนได้จัดไว้แต่สามารถปรับเปลี่ยนได้บางอย่าง และแบบเลือกเอง ที่ปรุงโดยพ่อครัวของร้านจูงโภชนา

1.6.4 ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด เครื่องมือทางการตลาดนี้เรียกว่า 7P's ประกอบด้วย

1.6.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง อาหารและบริการที่เจ้าของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนมีไว้ให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยคำนึงถึงรสชาติ คุณภาพ ปริมาณอาหาร ความสะอาด มีให้เลือกตามลักษณะงานและความชอบของผู้ซื้อ ชื่อเสียงของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน การบริการที่เป็นกันเอง ความสะดวกในการใช้บริการ การให้บริการนอกสถานที่ และพนักงานเสิร์ฟมีความพร้อมในการให้บริการ

1.6.4.2 ด้านราคา หมายถึง ค่าบริการอาหารโต๊ะจีนพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการตกลงกันต่อโต๊ะ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณของอาหารและเป็นมาตรฐาน รวมทั้งมีราคาพิเศษในโอกาสสำคัญ

1.6.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการอาหารโต๊ะจีนไปยังผู้ซื้อ ซึ่งรวมถึงการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดจำหน่ายและคนกลางทางการตลาด โดยคำนึงถึงความสะดวกในการติดต่อ การติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง การขนส่งอุปกรณ์โต๊ะเก้าอี้ การขนส่งและเก็บรักษาอาหารก่อนให้บริการ

1.6.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขายและการส่งเสริมการขาย

1.6.4.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน พนักงานเสิร์ฟอาหารและพ่อครัว ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนไปดูแลการให้บริการด้วยตนเอง ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือและเป็นกันเอง พ่อครัวใส่หมวกสีขาวหรือเนื้ทคลุมผม พ่อครัวผูกผ้ากันเปื้อน พ่อครัวแต่งกายสะอาด พนักงานเสิร์ฟมีร่างกายและการแต่งกายสะอาด พนักงานเสิร์ฟมีความสุภาพอ่อนโยน พนักงานมีน้ำใจในการให้บริการ

1.6.4.6 ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็วและประทับใจลูกค้า ประกอบด้วย มีความรวดเร็วในการบริการ การออกอาหารจัดเลี้ยงลำดับตามที่ตกลงอาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลง และบริการยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า

1.6.4.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการบริการอาหารโต๊ะจีน ประกอบด้วย โต๊ะเก้าอี้มีผ้าคลุมสะอาดสวยงาม การจัดวางแก้ว ถ้วย ช้อนคว่ำเรียบร้อย ตะเกียบถ้วยช้อนสะอาด การจัดวางเครื่องจิ้มสวยงาม ภาชนะจานชามใส่อาหารเหมาะสม มีอุปกรณ์จัดเก็บของเหลือ และการจัดวางโต๊ะเก้าอี้สวยงามเหมาะสมกับสถานที่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเจ้าของร้านรุ่งโรจน์าและผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีน รวมถึงผู้ที่สนใจใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

1.7.2 เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพด้านการประกอบธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทาง 3 การตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงสำหรับทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นแนวทางในการก้าวสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพนี้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปของร้านจุงโกชนา อำเภอบางเลน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.1.1 ความหมายเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ศิริวรรณ (2552) ได้กล่าวว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมฤดี (2554) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการและค้นหาข้อมูลที่ต้องการสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบคุณภาพและราคา สุดท้ายจะเปิดทางเลือกกว่าเลือกสินค้าไหนที่ได้ตรงตามความต้องการจึงตัดสินใจซื้อ

สุทมาศ (2556) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกทางเลือกทางใดทางหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

2.1.2 ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ศิริวรรณ (2552) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

2.1.2.1 ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย

1) ความจำเป็น ความต้องการ ความปรารถนา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความ ต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ

2) แรงจูงใจ เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางการหรือในจิตใจขึ้นเขาก็จะเกิดแรงจูงใจใน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

3) บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจาก ความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ

4) ทักษะคติ เป็นการประเมินความรู้สึกรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล

5) การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำ ของบุคคลอื่น

6) การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะที่ค่อนข้างยาวนาน

2.1.2.2 ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลซึ่งจะมี อิทธิพลต่อความคิดและความพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่ สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1) สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค

2) ครอบครัว การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความ แตกต่างกัน

3) สังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เรียกว่า กระบวนการขัดเกลา ทางสังคม ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ

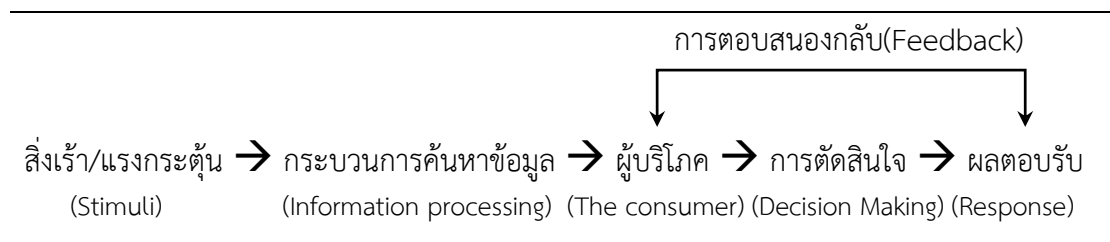
4) วัฒนธรรม เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือถือว่าดีงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตาม วัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

5) การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการ นั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมีแนวโน้มความไว้วางใจและความยินดีที่จะใช้ สินค้าชิ้นนั้น

6) สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความ ปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

2.1.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ในขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นมีความสลับซับซ้อน เกิดขึ้นจากผลกระทบ ของปัจจัยตัวแปรต่างๆ หลายประการ มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายกระบวนการโดยการสร้าง เป็นแบบจำลองขึ้น เพื่อให้เข้าใจง่าย ซึ่งในที่นี้จะขอยกแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคของ Henry Assael มาเป็นตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดย Henry Assael
ที่มา : นพรัตน์ (2557)

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเริ่มต้นจากได้รับแรงกระตุ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับรู้มา เมื่อรับรู้แล้วเกิดความสนใจจึงเข้าสู่กระบวนการค้นหาข้อมูล ซึ่งจะได้มาจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อน ผู้ที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และนำมาวิเคราะห์ตีความหมาย ผ่านเข้าสู่กระบวนการความคิดของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากตัวแปรต่างๆ เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ และผลประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา การดำเนินชีวิต และบุคลิกภาพ หลังจากนั้นผู้บริโภคก็จะทำการตัดสินใจที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าว่าจะทำอย่างไร เช่น จะเลือกซื้อสินค้าตราไหน ซื้อที่ไหน จำนวนเท่าไร เมื่อได้ตัดสินใจซื้อมาใช้แล้วก็จะเกิดผลตอบรับว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ดี ตรงตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ ซึ่งผลตอบรับนี้จะเป็นปฏิกิริยาตอบกลับมายังผู้บริโภคทำให้เกิดเป็นทัศนคติหลังการซื้อใช้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

นพรัตน์ (2558) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือจัดการกับสินค้าและบริการ เป็นการกระทำที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในตนเองของผู้บริโภค อันได้แก่ สภาวะแวดล้อมภายนอกและพฤติกรรมการรู้สึกนึกคิด ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเอง ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

ชูชัย (2557) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาอยากได้ให้ได้รับความพอใจ

2.2.2 รูปแบบจำลองของตัวกระตุ้นและการปฏิบัติตอบ (S-R Theory)

กนกพรรณ (2557) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงความเกี่ยวพันของอิทธิพลของบุคคลอื่นๆ ด้วย จึงเกิดรูปแบบจำลองของตัวกระตุ้นและการปฏิบัติตอบ (S-R Theory) ดังนี้

2.2.2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สามารถเกิดจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และภายนอก (Outside Stimulus) โดยส่วนใหญ่ นักการตลาดจะเลือกสนใจในสิ่งกระตุ้นภายนอก เพราะสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดจิตใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) โดยจะเน้นสิ่งกระตุ้นเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ลักษณะเฉพาะ บรรจุภัณฑ์ ถ้าเป็นการบริการร้านอาหาร จะกระตุ้นด้วยรายการอาหารรสชาติของอาหาร ภาชนะ เป็นต้น

- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ

- สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น ท่าที่ตั้ง จำนวนสาขา การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง และความรวดเร็วในการบริการ เป็นต้น

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ และเตือนความทรงจำ โดยผ่านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

- สิ่งกระตุ้นด้านบุคลากร (People) เช่น การให้บริการของพนักงานบริการ ความสามารถในการให้บริการ การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า พร้อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

- สิ่งกระตุ้นด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) เช่น การจัดตกแต่งร้านอาหาร บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดของร้านอาหาร

- สิ่งกระตุ้นด้านกระบวนการ (Process) เช่น ความรวดเร็วในการบริการทุกขั้นตอนและถูกต้องเหมาะสม

2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กร และนักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic Stimulus) เช่น สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร ภาวะเงินเฟ้อ ต้นทุนของพลังงานที่สูงขึ้น เป็นต้น เป็นตัวกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological Stimulus) เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ กฎระเบียบข้อบังคับที่เพิ่มขึ้นรองรับการ

เปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ

- สิ่งกระตุ้นทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Law Stimulus) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้าชนิดนั้น การเปลี่ยนนโยบายของรัฐบาล การบัญญัติกฎหมายควบคุมธุรกิจ และการเจริญเติบโตของกลุ่มพิทักษ์ผลประโยชน์ต่างๆ

- สิ่งกระตุ้นทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural stimulus) เช่น ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้านั้นตรงกับความเชื่อและค่านิยมของสังคม

2.2.2.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black box) เป็นส่วนที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา

2.2.2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภค จะมีการตัดสินใจ ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณในการซื้อ

2.2.3 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

นพรัตน์ (2558) กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่างๆ และเพื่อจะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง เพื่อทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้ เพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ดังต่อไปนี้

2.2.3.1 ปัจจัยด้านสังคม

1) วัฒนธรรม (Culture) เป็นมรดกทางสังคมที่ประกอบด้วยความรู้ความเชื่อ ประเพณีและความชำนาญที่คนเราได้มาในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม วัฒนธรรมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นตามเชื้อชาติหรือสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป

2) กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคโดยอ้างอิงบุคคลต่างๆ ในการตัดสินใจ ทั้งอ้างอิงโดยตรงจากบุคคลที่พูดจาปฏิเสธสัมพันธ์และสอบถามถึงประสบการณ์ด้วยกัน และอ้างอิงโดยอ้อม ที่ผู้บริโภคไม่ได้พูดคุยเผชิญหน้าโดยตรงแต่เป็นแม่แบบของผู้บริโภคให้อยากใช้ผลิตภัณฑ์ตามบุคคลต้นแบบ เช่น ดารา นักแสดง นักกีฬา

3) ครอบครัว (Family) เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ประกอบด้วยกลุ่มบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความเกี่ยวข้องผูกพันกันทางสายโลหิต การสมรส หรือการรับเอาไว้ ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่สมาชิกทุกคนมีอิทธิพลต่อกันในด้านค่านิยม ทศนคติ และแนวคิด จากการปฏิสัมพันธ์กัน บทบาทของครอบครัวจึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง

4) วงจรชีวิตบุคคล (Life cycle) ทำให้นักการตลาดทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละช่วงวงจรชีวิตครอบครัวมีความต้องการและความจำเป็นในสินค้าและบริการที่ต่างกัน จึงสามารถกำหนดตลาดเป้าหมายได้และมีประโยชน์อย่างมากต่อการคาดการณ์การแบ่งส่วนตลาด

5) ชั้นทางสังคม (Social Class) การจัดแบ่งสมาชิกของสังคม ออกเป็นลำดับชั้น นั้นจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคลและกลุ่มบุคคล บุคคลที่อยู่ในชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อที่เหมือนกัน

2.2.3.2 ปัจจัยด้านบุคคล

1) อายุและระยะเวลาของช่วงชีวิต พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นหากอยู่ในช่วงอายุเดียวกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่เหมือนหรือคล้ายกัน ซึ่งช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความชอบหรือความต้องการแตกต่างกันไป

2) อาชีพ ลักษณะอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อระดับรายได้ของแต่ละบุคคลด้วย เพราะฉะนั้นลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันก็จะทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกันตาม

3) รูปแบบการใช้ชีวิต โดยขึ้นกับความชอบและรสนิยมส่วนตัวเป็นแบบแผนการใช้ชีวิตของคนที่แสดงในรูปของลักษณะจิตนิสัย โดยแสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น

4) ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นอำนาจในการใช้จ่ายที่แตกต่างกันแต่ละบุคคลทั้งรายรับ และรายจ่าย มีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

5) การรับรู้และแนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง นักการตลาดได้อาศัยความรู้เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคมาใช้ประโยชน์ ทั้งในด้านของการโฆษณาต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์

6) การจูงใจ เป็นสภาวะที่เกิดขึ้นภายในใจบุคคลที่จะกระตุ้น ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

7) การเรียนรู้ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่คุณคนทำ ผลจากการกระทำจะทำให้บุคคลเก็บเป็นพฤติกรรมจากการได้รับประสบการณ์

8) ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคล ผู้บริโภคมักใช้ความเชื่อและทัศนคติส่วนตัวในการตัดสินใจซื้อเสมอ โดยความเชื่อเป็นความคิดเห็นของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากประสบการณ์ การโฆษณา หรือข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น มีส่วนช่วยเสริมสร้างทัศนคติของบุคคลสำหรับทัศนคตินั้นเป็นแนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ รวมถึงความรู้สึกต่อสิ่งนั้น อาจเกิดจากการรับรู้ เรียนรู้ และประสบการณ์

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ทงศ์ศักดิ์ (2554) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดของสินค้า โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมการตลาดทางด้านการบริการจะมีความแตกต่างกันคือ จะมีการเน้นถึงบุคคลหรือพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนั้น เป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ ดังนั้น

ส่วนประสมของตลาดบริการจึงประกอบไปด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สุมนา (2530) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่มีตัวตน จับต้องได้ มีรูปแบบที่แสดงความแตกต่างจากสิ่งอื่นซึ่งสามารถแยกออกเป็นประเภทหรือชนิดได้ และตั้งชื่อให้แตกต่างกันได้ ถ้าเป็นความหมายอย่างกว้างก็รวมเอาความแตกต่างของยี่ห้อเข้าไปรวมด้วย การเปลี่ยนแปลงในรูปร่าง ยี่ห้อ สี ราคา ชื่อเสียงและบริการถือเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมา

สิทธิโชค (2555) ได้กล่าวว่า คือ เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้บริการ หรือการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ และสร้างความจงรักภักดี ผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีองค์ประกอบหลายอย่าง ได้แก่ มีความหลากหลายเพื่อให้ลูกค้าเลือก มีคุณภาพดี มีรูปแบบที่ดี และมีบริการหลังการขาย เป็นต้น ดังนั้นธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีทั้งสินค้าคืออาหารและบริการควบคู่กัน จึงต้องมีอาหารที่มีคุณภาพดี มีรสชาติอร่อย สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณที่เหมาะสมกับราคา ตลอดจนชื่อเสียงของเจ้าของโต๊ะจีนต้องเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับของลูกค้า สามารถติดต่อใช้บริการได้สะดวก พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ และเป็นกันเอง

2.3.2 ด้านราคา (Price)

ทงศักดิ์ (2554) ได้กล่าวว่า ราคาเป็นสิ่งกำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูง การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่สถานะขาดทุนได้ แต่ไม่ได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาได้ในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้ให้บริหารต้องไม่ลืมว่าราคาจะเป็นเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อรับบริการธุรกิจหนึ่งๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูงก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาณี (2552) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35 – 44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100 – 22,399 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา คือราคาที่เป็นมาตรฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือรสชาติของอาหาร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ คือความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการโต๊ะจีน

2.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

กนกพรรณ (2557) ได้กล่าวว่า โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมระหว่างช่องทาง เพื่อใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่ช่วยให้การดำเนินงานช่องทาง เป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้า เป็นต้น ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ 4 วิธี ดังนี้

2.3.3.1 การให้บริการผ่านร้าน การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน โดยมีการเปิดหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการถึงสถานที่ เหมือนที่นัดหมายให้ลูกค้าได้มาพบกับผู้บริการ

2.3.3.2 การให้บริการถึงบ้านหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการบริการโดยส่งพนักงานไปให้บริการตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อความสะดวกของลูกค้า

2.3.3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน เป็นการบริการผ่านธุรกิจแฟรนไชส์ ขยายสาขาโดยแบ่งออกเป็นสาขาย่อยๆ หรือมีการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ

2.3.3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการบริการที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน ทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก และทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

2.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สุดาดวง (2543) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการทำให้กลุ่มผู้บริโภคของเราเกิดความพอใจในตัวสินค้า นักการตลาดจึงต้องพยายามหาวิธีการติดต่อสื่อสารที่จะทำให้ผู้เป็นลูกค้าเกิดความสนใจให้ได้ แต่ความสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อข่าวสารนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสื่อหรือข้อความที่ใช้เป็นอย่างดีเพียง แหล่งของข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญ จะทำให้ผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวสารเกิดความสนใจด้วย นอกจากนั้นในส่วนของผู้รับข่าวสาร บุคคลแต่ละคนมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน และมีการแปลความหมายแตกต่างกันด้วย

2.3.5 ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee)

ทนงศักดิ์ (2554) ได้กล่าวว่า พนักงานจะประกอบด้วยบุคลากรทั้งหมดในธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งรวมถึงตั้งแต่เจ้าของธุรกิจ ผู้ปรุงอาหาร พนักงานเสิร์ฟ และพนักงานล้าง ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ เจ้าของธุรกิจมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน กระบวนการให้บริการรวมถึงการปรับปรุงการให้บริการ

2.3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

กนกพรรณ (2557) ได้กล่าวว่า กระบวนการบริการต้องมีกระบวนการที่ชัดเจน มีการออกแบบกระบวนการทำงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการ ต้องมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานในทิศทางเดียวกัน หากใครก็ตามที่ให้บริการแบบตัวใครตัวมัน แบบเอาตัวรอดไปวันๆ ในที่สุดลูกค้าก็จะจับได้ว่ากระบวนการทำงานนั้นไม่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะสินค้าและบริการเป็นประเภทไหน ทุกองค์กรจะต้องมีแผนการทำงาน ทุกคนต้องเข้าใจขั้นตอนต่างๆ ที่สำคัญ พนักงานฝ่ายบริการจะต้องเข้าใจกระบวนการทำงานและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา (2550) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่าส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการ อาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการ มี

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนประสมการตลาด ก็พบว่าอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารเป็นอันดับแรก รองลงมาคือกระบวนการบริการ ราคา มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ตามลำดับ

2.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ธนิดา (2550) ได้กล่าวว่า เนื่องจากบริการไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงอาศัยลักษณะทางกายภาพ ที่สามารถมองเห็นได้มาช่วยให้ลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อบริการ ลักษณะทางกายภาพจึงอาจรวมถึงสิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การออกแบบภายนอกของอาคาร ป้ายชื่อของกิจการ ที่จอดรถ การออกแบบและการตกแต่งภายในอาคาร คุณภาพของอากาศภายในสถานที่ให้บริการ ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบในการให้บริการทุกชนิด

สรุปลักษณะทางกายภาพ คือลักษณะทางรูปธรรมทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการใช้ในการให้บริการกับลูกค้าตั้งแต่ทำเล ที่จอดรถ อาคาร ความสะอาด สวยงาม ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ส่วนลักษณะทางกายภาพของธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีน ที่ผู้ใช้บริการสังเกตได้ คือ โต๊ะ เก้าอี้ ผ้าคลุม แก้ว ถ้วย ช้อน ตะเกียบ รวมทั้ง การจัดวาง ความสะอาด ความสวยงาม ตลอดจนมีภาชนะจัดเก็บของเหลือ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ประพัทธ์ (2555) ได้กล่าวว่า การบริการอาหารโต๊ะจีน เป็นรูปแบบการบริการแบบหนึ่งซึ่งไม่มีพิธีรีตองมากนัก และเป็นรูปแบบการบริการของชาวเอเชีย โดยอาหารจะถูกประกอบ ปิ้ง และจัดตกแต่งใส่ภาชนะมาจากฝ่ายครัว พนักงานจะนำมาเสิร์ฟโดยนำมาวางที่กลางโต๊ะ เพื่อให้ลูกค้าแต่ละคนตักอาหารด้วยตนเองทีละอย่าง ตามลำดับอาหารที่สั่งไว้เป็นชุด จนกระทั่งครบชุดของอาหารที่สั่งไว้ โดยปกติอาหารโต๊ะจีนจะมี 8-12 อย่าง ไม่จำกัดรายการอาหารที่เลือก หรือทางภัตตาคารจะจัดอาหารเป็นชุดให้เลือกรับประทานไว้แล้ว

2.4.1 ความหมายของการบริการ

จิตตินันท์ (2544) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ชัยสมพล (2548) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ (2548) ได้กล่าวว่า การบริการคือการกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่โดยเนื้อหาของสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการ ซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ คือ การกระทำหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลหรือองค์กรให้ได้รับความพึงพอใจสมความมุ่งหมายที่บุคคลหรือองค์กรนั้นต้องการ

2.4.2 ความสำคัญของการบริการ

ประพัทธ์ (2555) ได้กล่าวว่า งานบริการเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการและผู้มาติดต่อ การให้บริการที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้น พนักงานบริการทุกคนจะต้องให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบในการบริการ เพราะพนักงานบริการคือหน้าตาของร้านการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพอยู่จากตัวของพนักงานแต่ละคน ต้องอาศัยทัศนคติที่ดี การบริการที่แสดงออกถึงความพร้อมของการบริการ มีความสุภาพ อ่อนโยน มีไมตรีจิตที่ดี เพื่อจะสามารถชนะใจลูกค้าที่มาใช้บริการ

การบริการอย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งที่จะต้องทำเป็นอย่างมากในการให้บริการซึ่งการให้บริการที่ดีจะต้องมาจาก 2 ส่วนด้วยกัน โดยเริ่มจากการมีทัศนคติหรือมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการที่ดี และรวมกับการมีบุคลิกลักษณะ ท่าทาง บุคลิกภาพที่ดี ซึ่งเรียกว่า “มาตรฐานการบริการ” ดังนั้น การบริการอย่างมีคุณภาพ หมายถึง การบริการที่ดี พนักงานบริการมีความพร้อมทางด้านจิตใจ และแสดงออกโดยการปฏิบัติ ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

2.4.3 แนวทางที่ควรปฏิบัติในการให้บริการ

ประพัทธ์ (2555) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันมีการแข่งขันเกี่ยวกับกิจการธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ จำเป็นจะต้องมีการบริการที่ดี มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงการบริการอย่างสม่ำเสมอภาคและเหมาะสม โดยมีแนวทางในการปฏิบัติ คือ

2.4.3.1 พนักงานบริการจะต้องให้ความสนใจต่อลูกค้า

2.4.3.2 พนักงานบริการพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าทุกๆ ท่าน

2.4.3.3 พนักงานบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.4.3.4 พนักงานบริการต้องดูแลความสะอาดของตนเองและร่างกายสม่ำเสมอ

2.4.3.5 พนักงานบริการควรมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการ

2.4.3.6 พนักงานบริการมีความรู้ เกี่ยวกับอาหารและสิ่งต่างๆ

2.4.3.7 พนักงานบริการควรรหาโอกาสเพิ่มการขายหรือการให้บริการ

2.4.3.8 พนักงานบริการจะต้องให้ความสนใจในด้านต่างๆ เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ

หน้าได้ถูกต้อง รู้สึกและรับรู้ความต้องการของลูกค้า พุดคุยบ้างตามสมควร

2.4.4 คุณสมบัตินี้ดีของผู้ให้บริการ

ประพัทธ์ (2555) ได้กล่าวว่า ผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานทุกๆ ท่านที่ปฏิบัติงานภายในครัวและพนักงานฝ่ายบริการ คุณสมบัตินี้ดีของผู้ให้บริการมีดังต่อไปนี้

2.4.4.1 ต้องทำใจและอดทน ในแต่ละวันพนักงานทุกคนจะต้องพบปะกับคนที่มาใช้บริการ ซึ่งมีมากมายหลายประเภท แต่หากทุกคนสามารถทำใจได้ว่าเราคือผู้ให้บริการย่อมสามารถสร้างความสุขให้แก่ผู้มาใช้บริการได้ทุกคน และการบริการจะต้องอาศัยความอดทนเป็นพิเศษ

2.4.4.2 บริการอย่างเอาใจเขามาใส่ใจเรา พนักงานทุกคนต้องระลึกเสมอว่า หากเราต้องการสิ่งใดผู้มาใช้บริการก็ย่อมต้องการเช่นนั้นเหมือนกัน

2.4.4.3 ยอมรับความแตกต่างของผู้มาใช้บริการ ผู้มาใช้บริการภายในร้านมีมากมายหลายประเภท บางคนมีฐานะดีการศึกษาสูง บางคนจู้จี้ ซึ่งพนักงานบริการทุกคนจะต้องเอาใจใส่ให้ความสะดวกสบายและบริการด้วยความเต็มใจ เท่าเทียมกันทุกคน

2.4.4.4 พร้อมเสมอที่จะให้ความช่วยเหลือ พนักงานบริการทุกคนจะต้องพร้อมและเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าในทุกๆ กรณีที่สามารถจะช่วยเหลือ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคนคอยช่วยเหลือ ยินดีต้อนรับ แต่ไม่แสดงความคึกคะนองกับลูกค้ามากเกินไป พยายามศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า และช่วยเหลือเท่าที่จะสามารถทำได้

2.4.4.5 มีไมตรีจิตที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใส อารมณ์ดีไม่หงุดหงิดง่าย โกรธง่าย เป็นคนที่มี การเก็บความรู้สึกได้ดี จะทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย ตั้งใจบริการ ยินดีต้อนรับแต่ไม่แสดงความคึกคะนองกับลูกค้ามากเกินไป พยายามศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า และช่วยเหลือเท่าที่จะสามารถทำได้

2.4.4.6 มีความสุภาพ อ่อนโยน พนักงานบริการให้การบริการอย่างสุภาพอ่อนโยน ทั้งกริยา ท่าทาง และวาจาต่อลูกค้าทุกประเภทเท่าเทียมกัน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง

2.4.4.7 บริการเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ พนักงานทุกคนจะต้องระลึกเสมอว่า การสูญเสียลูกค้า 1 คน ย่อมมีผลกลับมาสู่พนักงานได้ ให้คิดเสมอว่าเราเสมือนเป็นเจ้าของกิจการซึ่ง จะต้องพยายามรักษาผลประโยชน์ของกิจการให้มากที่สุด

2.5 ข้อมูลทั่วไปของร้านจุงโภชนา อำเภอบางเลน

2.5.1 ประวัติร้านจุงโภชนา

บรรพบุรุษเป็นคนจีนที่มาตั้งถิ่นฐานอยู่ตลาดรางกระทุ่ม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความรู้และความถนัดด้านอาหาร จึงเริ่มประกอบกิจการขายอาหารเล็กๆ ในชุมชน พอเริ่มมีทุนก็ขยายกิจการเป็นร้านอาหารเคลื่อนที่ ที่เรียกกันในปัจจุบันว่า “โต๊ะจีน” ดำเนินกิจการมา 4 รุ่น คือ

รุ่นที่ 1 ผู้ก่อตั้งกิจการคนแรก คือ นายกงก๊าด แซ่ตั้ง เริ่มกิจการปี พ.ศ.2491 บริหารงานมา 10 ปี รับทำตั้งแต่ 5 - 50 โต๊ะ ทำธุรกิจกันเองในครอบครัว เพราะเป็นครอบครัวคนจีนลูกหลานเยอะ ใช้เรือเป็นพาหนะในการขนส่งแบบไกลบ้าน ถ้าเป็นงานไกลบ้านใช้เรือเป็นพาหนะไปถึงท่าที่รถบรรทุกสามารถจอดได้สะดวก แต่ส่วนมากจะเป็นงานใกล้บ้าน ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารเป็นแบบจานกระเบื้อง ช้อนกระเบื้อง ถ้วยกระเบื้องและตะเกียบไม้แบบใช้แล้วล้าง โต๊ะและเก้าอี้เป็นไม้

รุ่นที่ 2 ผู้บริหารงาน คือ นายเจ็งเฮียง แซ่ไคว้ บริหารงานมา 12 ปี รับทำตั้งแต่ 5 - 50 โต๊ะ ทำธุรกิจแบบครอบครัวและจ้างคนงาน ค่าแรงการจ้างต่องาน 80 - 100 บาท ใช้เรือเป็นพาหนะในการขนส่งแบบไกลบ้าน ถ้าเป็นงานไกลบ้านใช้เรือเป็นพาหนะไปถึงท่าที่รถบรรทุกสามารถจอดได้สะดวก แต่ส่วนมากจะเป็นงานใกล้บ้าน ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารเป็นแบบจานกระเบื้อง ช้อนกระเบื้อง ถ้วยกระเบื้องและตะเกียบไม้แบบใช้แล้วล้าง โต๊ะและเก้าอี้เป็นไม้

รุ่นที่ 3 ผู้บริหารงาน คือ นายสุวิทย์ แซ่ไคว้ บริหารงานมา 24 ปี รับทำตั้งแต่ 5 - 200 โต๊ะ ทำธุรกิจแบบครอบครัวและจ้างคนงาน ค่าแรงการจ้างต่องาน 100 - 200 บาท ในช่วงแรกใช้เรือเป็น

พาหนะในการขนส่งแบบใกล้บ้าน ถ้าเป็นงานใกล้บ้านใช้เรือเป็นพาหนะไปถึงท่าที่รถบรรทุกสามารถจอดได้สะดวก แต่ส่วนมากจะเป็นงานใกล้บ้าน ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารเป็นแบบงานกระเบื้อง ข้อนกระเบื้อง ถ้วยกระเบื้องและตะเกียบไม้แบบใช้แล้วล้าง โต้ะและแก้วเป็นไม้ ส่วนช่วงหลังมีการพัฒนามากขึ้นใช้รถบรรทุกเป็นพาหนะในการขนส่ง ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารเป็นงานชุปเปอร์แวร์ ถ้วยชุปเปอร์แวร์และช้อนสแตนเลส ตะเกียบไม้แบบใช้แล้วทิ้ง โต้ะเป็นฝาไม้ ขาเหล็ก แก้วพลาสติก

รุ่นที่ 4 ผู้บริหารงาน คือ นายวรชัย สมสุขหวัง บริหารงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 จนถึงปัจจุบัน รับทำตั้งแต่ 5 - 300 โต้ะ ใช้รถบรรทุก 6 ล้อ เป็นพาหนะในการขนส่ง ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารเป็นงานชุปเปอร์แวร์ ถ้วยชุปเปอร์แวร์และช้อนสแตนเลส ตะเกียบไม้แบบใช้แล้วทิ้ง โต้ะเป็นฝาไม้ ขาเหล็ก แก้วพลาสติก และมีผ้าคลุมโต้ะแก้วเพิ่มความสวยงาม (วรชัย สมสุขหวัง, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

2.5.2 การติดต่อร้านจุงโกชนา

โต้ะจิ้งร้านจุงโกชนา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สามารถติดต่อได้หลายทาง จำแนกออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.5.2.1 เบอร์โทรศัพท์ สามารถติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์ของทางร้าน ได้ 4 เบอร์ ได้แก่ 081-8343524, 081-1984441, 086-1675537, 034236548

2.5.2.2 โซเชียลมีเดีย สามารถติดต่อผ่านเพจของร้านจุงโกชนาได้ ใน Facebook โต้ะจิ้ง จุง โภชนา และ Line ID: vorachai2501

2.5.2.3 ติดต่อได้ด้วยตนเองที่บ้าน สามารถเดินทางมาติดต่อได้ที่บ้านเลขที่ 28 ม.5 ตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130 จุดเด่นที่สังเกตได้ง่ายอยู่ข้างศาลเจ้าแม่ทับทิมและศาลพ่อปู่ที่กตลาตรางกระท่อม

2.5.3 จำนวนโต้ะและราคาที่ใช้บริการ

จำนวนโต้ะต่ำสุดที่ใช้บริการ ตั้งแต่ 5 โต้ะขึ้นไป แต่จะมีราคาที่สูงกว่าปกติ เนื่องจากต้นทุนการว่าจ้างแรงงานที่คงที่ และจำนวนสูงสุดที่ใช้บริการต่อวัน คือ 300 โต้ะต่องาน แต่ต้องเป็นงานเดียวกัน เนื่องจากถ้าแยกเป็นหลายงานต้องมีการแบ่งผู้ปรุงอาหาร ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร พนักงานล้างและพนักงานเสิร์ฟ จะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง และอาจจะไม่สามารถควบคุมรสชาติของอาหารและคุณภาพของการบริการได้ ทำให้ต้องเสียลูกค้า แต่ทางร้านจุงโกชนาจะไม่ยอมเสี่ยงต่อการสูญเสียลูกค้า จึงไม่ยอมรับจำนวนโต้ะที่มากกว่าการควบคุมได้ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาโต้ะจิ้งมีหลายประการ ได้แก่

2.5.3.1 ประเภทอาหาร ประเภทอาหารที่จะเป็นตัวบ่งบอกถึงโต้ะจิ้งราคาถูกหรือแพง ร้านจุงโกชนาจะคำนวณราคาอาหารจากราคาวัตถุดิบ จากที่ลูกค้าได้มีการสั่งจองล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วันเพื่อการเตรียมวัตถุดิบ ถ้ามีลูกค้าเติมก็ไม่สามารถรับได้ ดังนั้นลูกค้าบางรายจะสั่งจองล่วงหน้าหลายเดือน เมื่อตกลงชนิดอาหารและราคากันได้แล้ว เมื่อถึงวันจัดเลี้ยงจริงถ้าวัตถุดิบขึ้นราคาจะเป็นความรับผิดชอบของทางร้าน จะไม่มีการปรับราคากันอีก

2.5.3.2 จำนวนโต้ะที่สั่ง จำนวนโต้ะที่มากกว่าจะได้ราคาที่ถูกลง ต่อให้อาหารชนิดเดียวกันก็ตาม เช่น การสั่งจำนวน 50 โต้ะ และการสั่งจำนวน 100 โต้ะ ราคาจะต่างกัน เนื่องจากมีปัจจัยอื่นร่วมคือ ค่าแรงที่คงที่และค่าระยะทาง

2.5.3.3 ระยะทางในการขนส่ง เนื่องจากค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นตามระยะทาง เช่น ถ้าเป็นบริเวณใกล้เคียงหรือภายในจังหวัดนครปฐมราคาค่าขนส่งจะไม่แพง แต่ถ้าเป็นกรุงเทพฯ ปริมาณลดหรือจังหวัดอื่นๆ ที่ต้องเดินทางไกลๆ จะขอแยกเป็นค่าขนส่งแต่ราคาอาหารจะไม่บวกเพิ่ม

2.5.3.4 ความสัมพันธ์กับทางร้าน เช่น เป็นญาติพี่น้อง คนรู้จักที่สนิทสนมกัน ลูกค้าเก่า ที่มีงานจัดเลี้ยงอาจจะได้ราคาที่ถูกกว่า และบางรายอาจจะไม่ใช่งานตนเองแต่แนะนำมา ก็อาจจะมีราคาที่พิเศษกว่า เพื่อเป็นการผูกใจลูกค้าให้ใช้บริการในโอกาสอื่นอีกต่อไป

2.5.4 รายการอาหารร้านจูงโภชนา

รายการอาหารจะมีให้เลือก 2 แบบ คือ เป็นชุดที่ทางร้านได้จัดรายการอาหารและกำหนดราคาไว้แล้ว และเป็นแบบชุดที่เจ้าภาพเลือกรายการอาหารให้ผู้ประกอบการคำนวณราคาอาหาร

2.5.4.1 ชุดที่ทางร้านได้จัดรายการอาหารและกำหนดราคาไว้แล้ว แต่อาจสามารถปรับเปลี่ยนได้บางอย่างตามความเหมาะสม จะมีหลายชุด แต่ราคาจะมีปัจจัยเรื่องจำนวนโต๊ะกับระยะทางการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย จะมีชุดรายการอาหาร 8 อย่าง และชุดรายการอาหาร 9 อย่าง ตัวอย่างดังนี้

รายการอาหารชุดที่ 1

- 1) ออร์เดิร์ฟเย็น/ซีฟู้ดทะเล/หอยจ๊อ
- 2) กระเพาะปลาน้ำแดง/กระเพาะหมูผัดเค็มผัดไข่
- 3) ปลาทึบทิมเนียงมะนาว/ปลาทึบทิมทอดสามรส
- 4) ยำสามกรอบ/ยำทะเล/ยำหมูย่าง
- 5) ขาหมูตุ๋นน้ำแดง/ขาหมูทอดสามรส/หมูมะนาว
- 6) ข้าวผัดปู/ข้าวผัดกุ้ง/ข้าวผัดทะเล
- 7) ต้มยำรวมมิตร/แกงส้มปลาช่อน/ต้มแซ่บกระดูกหมู
- 8) เครื่องกระป๋อง/เผือกข้าวเหนียวแปะก๊วย/เต้าหู้นมสด

รายการอาหารชุดที่ 2

- 1) ออร์เดิร์ฟเย็น/ซีฟู้ดทะเล/ต้มยำ
- 2) กระเพาะปลาน้ำแดง/เอ็นหมูน้ำแดง/เยื่อไผ่น้ำแดง
- 3) ลาบปลาช่อน/ปลาช่อนทอดลุยสวน/ปลาช่อนนึ่งลุยสวน
- 4) ยำปลาดุกฟู/ยำหมูย่าง
- 5) เป็ดพะโล้/เป็ดยัดไส้/เป็ดย่าง
- 6) ข้าวผัดปู/ข้าวอบเผือกห่อใบบัว/ผัดหมี่เตี๊ยม
- 7) ต้มยำกุ้ง/กระดูกหมูตุ๋นยาจีน/ไก่ต้มมะนาว
- 8) ผลไม้ตามฤดูกาล/เต้าหู้นมสด/วุ้นกะทิ

รายการอาหารชุดที่ 3

- 1) ออร์เดิร์ฟเย็น/ซีฟู้ดทะเล/ต้มยำ/หอยจ๊อ
- 2) กระเพาะปลาน้ำแดง/กระเพาะหมูผัดเค็มผัดไข่/เอ็นหมูน้ำแดง
- 3) ปลาทึบทิมเนียงมะนาว/ปลาทึบทิมทอดสามรส/ปลาหมึกนึ่งมะนาว
- 4) กุ้งอบเกลือ/กุ้งอบวุ้นเส้น/สลัดกุ้ง

- 5) ขาหมูตุ๋นน้ำแดง/ขาหมูทอดสามรส/ซีโครงหมูทอดกระเทียม
- 6) ไก่ไทยสับ/ไก่ชุบแป้งทอด/ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์
- 7) ข้าวผัดปู/ข้าวผัดกุ้ง/ข้าวผัดทะเล/ข้าวอบเผือกห่อบัวใบ
- 8) ต้มยำกุ้ง/ต้มยำรวมมิตร/แกงส้มปลาช่อน/แกงส้มกุ้งชะบ๊วย
- 9) ผลไม้ตามฤดูกาล/เต้าหู้นมสด/เผือกข้าวเหนียวแปะก๊วย/ผลไม้ตามฤดูกาล

รายการอาหารชุดที่ 4

- 1) ออร์เดิร์ฟเย็น/ซีฟู้ดทะเล/ต้มข่า/หอยจ้อ
- 2) เห็ดเป่าฮ้อกระเพาะหมู/เอ็นหมูน้ำแดง/กระเพาะปลาน้ำแดง
- 3) ปลาช่อนทอดลุยสวน/ปลาช่อนนึ่งลุยสวน/ปลาหับทิมนึ่งมะนาว
- 4) เป็ดพะโล้/เป็ดยัดไส้/เป็ดย่าง
- 5) ยำปลาดุกฟู/ลาบหมู/ยำสามกรอบ/ยำทะเล
- 6) ไก่ราดมะนาว/ไก่ทอดสามรส/น่องไก่ทอดกระเทียมพริกไทย
- 7) ข้าวผัดปู/ข้าวผัดกุ้ง/ข้าวผัดทะเล/ผัดหมี่เตี๊ยม
- 8) กระดูกหมูตุ๋นยาจีน/ต้มยำกุ้ง/แกงส้มปลาช่อน/ไก่ต้มมะนาว
- 9) วุ้นมะพร้าว/วุ้นกะทิ/แปะก๊วยมะพร้าวอ่อน/เต้าหู้นมสด

2.5.4.2 ชุดที่เจ้าภาพเลือกรายการอาหารให้ผู้ประกอบการคำนวณราคาอาหาร ดังนี้

รายการอาหารจานที่ 1

- 1) ออร์เดิร์ฟเย็น
- 2) ซีฟู้ดทะเล
- 3) หอยจ้อ
- 4) สีสี่ทอด
- 5) ปอเปี๊ยะทอด
- 6) ต้มข่า
- 7) ห่อหมกทะเล

รายการอาหารจานที่ 2

- 1) ปลิงทะเล
- 2) หูฉลามน้ำแดง
- 3) กระเพาะปลาน้ำแดง
- 4) เห็ดเป่าฮ้อกระเพาะหมู
- 5) เห็ดเป่าฮ้อข้าวโพดอ่อน
- 6) กระเพาะหมูผัดเคี่ยมไข่

รายการอาหารจานที่ 3

- 1) กุ้งอบวุ้นเส้น
- 2) กุ้งสลัด
- 3) กุ้งอบเกลือ
- 4) ขาหมูตุ๋นน้ำแดง

5) ขาหมูทอดสามรส

6) หมูมะนาว

7) ซีโรงหมูทอดกระเทียม

รายการอาหารจานที่ 4

1) ปลาทึบหิมหนึ่งมะนาว

2) ปลาทึบหิมทอดสามรส

3) ปลาช่อนทอดลุยสวน

4) ปลาช่อนนึ่งลุยสวน

5) ลาบปลาช่อน

6) ปลากระพงนึ่งบ๊วย

7) ปลากระพงราดน้ำปลา

8) ปลาหิมะนึ่งซีอิ๊ว

รายการอาหารจานที่ 5

1) ยำสามกรอบ

2) ยำปลาดุกฟู

3) ยำทะเล

4) ยำหมูย่าง

5) ยำสาวบ้านแต้

6) ลาบหมู

รายการอาหารจานที่ 6

1) ไก่สับราดมะนาว

2) ไก่ไทยสับ

3) ไก่ชุบแป้งทอด

4) ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์

5) ไก่ทอดสามรส

6) น่องไก่ทอดกระเทียมพริกไทย

7) เบ็ดพะโล้

8) เบ็ดยัดไส้เกาลัด

9) เบ็ดย่าง

รายการอาหารจานที่ 7

1) ไก่ต้มมะนาว

2) เบ็ดต้มมะนาว

3) แกงจืดโหล่ซุง

4) กระจุกหมูตุ๋นยาจีน

5) สุกี้ทะเล

6) ต้มยำกุ้ง

- 7) ต้มยำโป๊ะแตก
 - 8) ต้มแซ่บกระดูกหมู
 - 9) แกงส้มปลาช่อน
- รายการอาหารจานที่ 8

- 1) ข้าวผัดปู
- 2) ข้าวผัดกุ้ง
- 3) ข้าวผัดไก่
- 4) ข้าวผัดทะเล
- 5) ข้าวอบเผือกห่อใบบัว
- 6) ผัดหมี่เตี๊ยม

รายการอาหารจานที่ 9

- 1) เครื่องกระป๋อง
- 2) รุ้นกะทิ
- 3) รุ้นมะพร้าว
- 4) แปะก๊วยมะพร้าวอ่อน
- 5) เผือกข้าวเหนียวแปะก๊วย
- 6) เต้าหู้นมสด
- 7) ผลไม้ตามฤดูกาล
- 8) ขนมไทย

2.5.5 อัตราค่าจ้างแรงงานร้านจูงโภชนา

แรงงานของร้านจูงโภชนา สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ปรุงอาหาร ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร พนักงานล้าง หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานเสิร์ฟ

2.5.5.1 ผู้ปรุงอาหาร หรือที่เรียกกันแบบภาษาจีนว่า “เถ่าซิว” ที่แปลเป็นไทยว่า แม่ครัว-พ่อครัวมือหนึ่งที่ว่าวางใจได้ สามารถคุมงานแทนเจ้าแกต่อนไม่อยู่ได้

2.5.5.2 ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร หรือที่เรียกกันแบบภาษาจีนว่า “โฉงโพ้” ที่แปลเป็นไทยว่า แม่ครัว-พ่อครัวที่คอยเตรียมวัตถุดิบให้กับผู้ปรุงอาหาร

2.5.5.3 พนักงานล้าง คือ พนักงานที่ล้างภาชนะต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหาร เช่น หม้อ กระทะ ตะหลิว เป็นต้น และล้างภาชนะที่บรรจุอาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน เป็นต้น

2.5.5.4 หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ คือหัวหน้าที่จะเป็นคนไปหาพนักงานเสิร์ฟ มีหน้าที่ดูแลพนักงานพนักงานเสิร์ฟ และสั่งงานพนักงานเสิร์ฟได้ หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟจะมีค่าเรียกพนักงานเสิร์ฟต่างหาก 50 บาทต่อ 1 คน

2.5.5.5 พนักงานเสิร์ฟ ที่คนในธุรกิจโต๊ะจีนเรียกกันว่า “เด็กเดินโต๊ะ” หรือ “เด็กโต๊ะ” เด็กเดินโต๊ะ 1 คน จะสามารถเสิร์ฟอาหารได้ 10 ชุด หรือ 10 โต๊ะ เพื่อจะได้บริการผู้ที่มารับประทานอาหารได้ทั่วถึง

ตารางที่ 2.1 อัตราค่าจ้างแรงงานพนักงานร้านจูงโกชนา

ลำดับ	แรงงาน	วันเตรียมของ (ก่อนงานกินเลี้ยง)	วันกินเลี้ยง
1	ผู้ปรุงอาหาร	400	2,000
2	ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	300	600 - 800
3	พนักงานล้าง	250	400 - 500
4	หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ	-	600 (60บาท/โต๊ะ)
5	พนักงานเสิร์ฟ	-	600 (60บาท/โต๊ะ)

- หมายเหตุ 1. จะมีค่าน้ำมันรถให้กับพนักงานทุกคน คนละ 50 - 200 บาท เนื่องจากระยะทางของบ้านพนักงานแต่ละคนอยู่ใกล้และไกลไม่เท่ากัน
2. มีค่าล่วงเวลาให้กับพนักงาน ที่ผู้ประกอบการพิจารณาว่าสมควร โดยจะให้ค่าล่วงเวลา 100 - 200 บาทต่อ 1 คน

2.5.6 การดำเนินงานแต่ละหน้าที่

2.5.6.1 การเตรียมวัตถุดิบก่อนงานเลี้ยง

ในการเตรียมวัตถุดิบจะต้องมีการซื้อล่วงหน้าก่อนวันกินเลี้ยง 1 วัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาหารในวันกินเลี้ยง โดยจะซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ตลาดในอำเภอเมืองนครปฐม 2 แห่ง ได้แก่ ตลาดปฐมมงคล และตลาดบน-ตลาดล่าง ในการเตรียมของแต่ละครั้งจะต้องจ้างผู้ปรุงอาหาร ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร และพนักงานล้าง ผู้ปรุงอาหารและผู้ช่วยผู้ปรุงอาหารจะมีหน้าที่เตรียมของต่างๆ เช่น กุ้ง ต้องปอกเปลือกล้างทำความสะอาดเรียบร้อย ปลา ต้องขอดเกล็ดล้างไส้ทำความสะอาดเรียบร้อย ของสดทุกชนิดที่ทำเสร็จจะแช่ถังเย็นที่มีน้ำแข็งเพียงพอจะเก็บรักษาคุณภาพวัตถุดิบต่างๆ ได้ และพนักงานล้างจะล้างทำความสะอาดพาชนะต่างๆ เช่น แก้ว กระจ่าง จาน ชาม และถ้วยเป็นต้น เพื่อตรวจดูความสะอาดอีกครั้งก่อนออกงาน

2.5.6.2 วันกินเลี้ยง

ในการเดินทางไปทำโต๊ะเงินแต่ละงาน จะต้องดูเวลากินเลี้ยงของงานแต่ละงาน เวลาการนัดหมายจะมีปัจจัยเรื่องจำนวนโต๊ะ รายการอาหาร และระยะทางมาเกี่ยวข้อง ถ้าจำนวนโต๊ะเยอะจะนัดเวลาเร็วกว่าจำนวนโต๊ะน้อย ถ้าอาหารที่ใช้เวลาการทำนานจะนัดเวลาเร็วกว่าอาหารที่ใช้เวลาการทำไม่นาน และถ้าระยะทางไกลจะนัดเร็วกว่าระยะทางไม่ไกล เช่น งานกินเลี้ยงตอนเช้า 09.00 น. จะนัดพนักงานทุกฝ่ายมาเตรียมความพร้อมที่บ้าน เวลาโดยประมาณ 02.00 -03.00 น. งานกินเลี้ยงตอนเที่ยง 13.00 น. จะนัดพนักงานทุกฝ่ายมาเตรียมความพร้อมที่บ้าน เวลาโดยประมาณ 04.00 - 05.00 น. หรืองานกินเลี้ยงตอนเย็น 18.00 น. จะนัดพนักงานทุกฝ่ายมาเตรียมความพร้อมที่บ้าน เวลาโดยประมาณ 08.00 - 09.00 น. และเมื่อพนักงานมาถึงบ้านผู้ประกอบการ แต่ละฝ่ายจะมีหน้าที่ต่างกัน แบ่งตามแต่ละหน้าที่ได้แก่ ผู้ปรุงอาหาร ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร พนักงานล้าง หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานเสิร์ฟ

1) ผู้ปรุงอาหาร เมื่อถึงที่ร้านจูงโภชนา จะทำน้ำซุบ น้ำปรุงรส น้ำจิ้มของอาหารแต่ละอย่าง เตรียมหุงข้าวแบบดงเข็ดน้ำเพราะ การทำโตะจีนต้องใช้ข้าวปริมาณมากทำให้การหุงข้าวแบบดงเข็ดน้ำประหยัดเวลาการทำงานและจะทำให้ข้าวมีระยะเวลาเก็บได้นานกว่าการหุงข้าวแบบหม้อไฟฟ้า เมื่อเสร็จแล้วก็จะรับประทานอาหาร อาบน้ำ และเปลี่ยนชุดฟอร์มของร้าน พร้อมเดินทางไปยังสถานที่กินเลี้ยง เมื่อถึงสถานที่กินเลี้ยงผู้ปรุงอาหาร จะเริ่มปรุงอาหารตามลำดับการเสิร์ฟอาหาร และจะดูความเหมาะสมของเวลาเพื่อให้อาหารร้อนกินร้อน เมื่อถึงเวลากินเลี้ยงผู้ปรุงอาหารจะปรุงอาหารพร้อมให้พนักงานเสิร์ฟอาหารนำไปเสิร์ฟแก่ผู้บริโภค และเมื่ออาหารเสิร์ฟจนหมดแล้ว ผู้ปรุงอาหารจะเก็บอุปกรณ์ต่างๆ พร้อมทำความสะอาดสถานที่ประกอบอาหาร และเตรียมขนของขึ้นรถกลับบ้าน

2) ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร เมื่อถึงที่ร้านจูงโภชนาจะเตรียมล้างผัก หั่นผัก และเตรียมของตามผู้ปรุงอาหารต้องการ เมื่อเสร็จแล้วก็จะรับประทานอาหาร อาบน้ำ และเปลี่ยนชุดฟอร์มของร้าน พร้อมเดินทางไปยังสถานที่กินเลี้ยง เมื่อถึงสถานที่กินเลี้ยงผู้ช่วยผู้ปรุงอาหารจะจัดจานอาหารไว้เตรียมที่จะจัดเสิร์ฟตามผู้ปรุงอาหารสั่ง และเมื่ออาหารเสิร์ฟจนหมดแล้ว ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหารจะช่วยผู้ปรุงอาหารเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ไปช่วยพนักงานล้าง ล้างภาชนะต่างๆ จนเสร็จ และเตรียมขนของขึ้นรถกลับบ้าน

3) พนักงานล้าง เมื่อถึงที่ร้านจูงโภชนา จะล้างภาชนะต่างๆ ที่ผู้ปรุงอาหารและผู้ช่วยผู้ปรุงอาหารใช้ไว้ เช่น กระทะ ตะหลิว หม้อ และอื่นๆ เมื่อเสร็จแล้วก็จะรับประทานอาหาร อาบน้ำ และเปลี่ยนชุดฟอร์มของร้าน พร้อมเดินทางไปยังสถานที่กินเลี้ยง เมื่อถึงสถานที่กินเลี้ยงพนักงานล้างจะล้างภาชนะต่างๆ ที่ผู้ปรุงอาหารและผู้ช่วยผู้ปรุงอาหารใช้ไว้ และล้างจานชามที่นำกลับมาจากการเสิร์ฟ เมื่อเสร็จพร้อมขึ้นรถกลับบ้าน

4) หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานเสิร์ฟ เมื่อถึงที่ร้านจูงโภชนา จะขนชุดโตะที่ประกอบไปด้วย ชาเหล็ก ฝาไม้ และเก้าอี้พลาสติกขึ้นรถบรรทุก 6 ล้อ และขนอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ขึ้นรถ เมื่อเสร็จแล้วก็จะรับประทานอาหาร อาบน้ำ และเปลี่ยนชุดฟอร์มของร้าน ที่ใช้ในการแบกโตะ พร้อมเดินทางไปยังสถานที่กินเลี้ยง เมื่อถึงสถานที่กินเลี้ยงหัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานเสิร์ฟจะนำชุดโตะลงจากรถมาจัดเรียงที่สถานที่กินเลี้ยง โดยจะเรียงโตะเป็นแถว โตะ 1 ชุด จะประกอบไปด้วยเก้าอี้ 10 ตัว มีผ้าคลุมโตะ 2 ผืน ผ้าผืนแรกสีเหลืองทองมีความยาวคลุมเกือบถึงพื้น และมีผ้าลูกไม้สีขาวคลุมทับผ้าสีเหลืองทองอีกครั้ง ส่วนเก้าอี้มีผ้าสีขาวคลุมและผูกโบว์สีเหลืองทอง บนโตะจะประกอบไปด้วย ถ้วยแบ่ง ตะเกียบ ช้อน แก้ว พร้อมกระดาษทิชชูอย่างละ 10 ชิ้น และถ้วยน้ำจิ้มของอาหารแต่ละอย่าง เมื่อเรียงโตะเสร็จแล้วหัวหน้าพนักงานเสิร์ฟจะแบ่งโตะให้กับพนักงานเสิร์ฟ โดยจะให้พนักงานเสิร์ฟที่เสิร์ฟใกล้กว่าจะเสิร์ฟมากกว่า และพนักงานเสิร์ฟที่เสิร์ฟไกลกว่าจะเสิร์ฟน้อยกว่า เมื่อแบ่งโตะเรียบร้อยหัวหน้าพนักงานเสิร์ฟและพนักงานเสิร์ฟจะอาบน้ำ และเปลี่ยนชุดฟอร์มสำหรับเสิร์ฟอาหาร เมื่อเสิร์ฟอาหารจนเสร็จแล้วพนักงานเสิร์ฟจะเปลี่ยนชุดสำหรับแบกโตะ เพื่อจะเก็บโตะเก้าอี้ และจะเก็บจานชามมาให้พนักงานล้างล้าง และจะขนชุดโตะและอุปกรณ์ต่างๆ ขึ้นรถ เมื่อเสร็จพร้อมเดินทางกลับมาถึงที่ร้านจูงโภชนา ขนชุดโตะและอุปกรณ์ต่างๆ เก็บเข้าที่

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สราทิพย์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ธุรกิจรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่” การศึกษาอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการศูนย์รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ของผู้บริโภค รวมถึงแนวทางในการจัดตั้งโครงการศูนย์รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ โดยใช้วิธีการศึกษาเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องและการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 22.5 มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 48 มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 36.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโอกาสนำไปใช้บริการงานเลี้ยงวันเกิด ร้อยละ 26 แบบบริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่บุปเฟ่ต์ ร้อยละ 33 ประเภทอาหารที่ใช้บริการในการจัดเลี้ยงคืออาหารพื้นเมือง ร้อยละ 17.6 ส่วนมากมีราคาที่เหมาะสมค่าบริการในการจัดเลี้ยงต่อหัว สำหรับอาหารว่าง 1 มื้อ มากกว่า 60 บาท ร้อยละ 37.4 ราคาที่เหมาะสมค่าบริการในการจัดเลี้ยงต่อ หัวสำหรับอาหารเย็น 1 มื้อ มากกว่า 190 บาท ร้อยละ 21.5 ต้องการภาชนะบรรจุอาหารในงานเลี้ยงมีความสวยงาม ความสะอาดของสถานที่ ราคามีความแตกต่างจากคู่แข่ง รายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายชนิดมากขึ้นพนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านบริการและการให้ส่วนลดอีกด้วย

กนกพรรณ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Chi-Square Test, Cramer's V และ Somers's d

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 3 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละ 300 - 499 บาท ช่วงวันในการใช้บริการ คือ วันเสาร์ – อาทิตย์ และรูปแบบบริการที่นิยมมากที่สุด คือ อาหารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประเมินลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด และประเมินลักษณะทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก

พนิตพิชา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “การประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยาและสเกลวัดความพอดี เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อธุรกิจจัดและบริการอาหารแบบโต๊ะจีน” การประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยาและสเกลวัดความพอดีเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวไทยต่อธุรกิจจัดและบริการอาหารแบบโต๊ะจีน ด้วยการศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ว่าจ้าง และกลุ่มผู้บริโภคในธุรกิจและบริการอาหารแบบโต๊ะจีนกลุ่มละ 30 ราย

โดยการใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบขั้นบันได ผลการศึกษาแสดงด้วยแผนภาพลำดับขั้น พบว่าลักษณะที่ทั้ง 3 กลุ่มให้ความสนใจคือ รสชาติอาหารที่ดี บริการที่ดี วัตถุดิบมีคุณภาพ ราคาเหมาะสม รายการอาหารหลากหลาย ความสะอาด และการบริการเสริม ผลที่ได้พบว่าทุกกลุ่มคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก และคำนึงพบว่าเป็นสนองความต้องการของตนเองเป็นหลัก นอกจากนั้นยังพบว่าความแตกต่างด้านอื่นที่อยู่ เพศ และรายได้ของทั้ง 3 กลุ่ม มีผลต่อทัศนคติที่แตกต่างกัน เมื่อนำลักษณะที่ได้มาสร้างแบบสอบถามชนิดสเกลวัดความพอดีเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อธุรกิจจัดและบริการอาหารแบบโต๊ะจีน ได้จำนวน 335 ราย วิเคราะห์หาความถี่และร้อยละของความถี่ สร้างแผนภาพนามิตด้วยการวิเคราะห์ความสอดคล้อง ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลต่อระดับความพึงพอใจและวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบหลายกลุ่ม พบว่าผู้บริโภค 71.47% พึงพอใจในลักษณะต่างๆของธุรกิจจัดและบริการอาหารแบบโต๊ะจีนในระดับพอดีแล้วแต่ลักษณะด้านความสะอาดของเครื่องแต่งกายของพนักงานเสิร์ฟยังไม่เพียงพอเท่าที่คาดหวังไว้ และพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลมีผลต่อระดับความพึงพอใจในธุรกิจจัดและบริการอาหารแบบโต๊ะจีนด้วย นอกจากนั้นการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบหลายกลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าลักษณะด้านการตอบ สนองความต้องการของผู้บริโภค การบริการที่ดีของพนักงานเสิร์ฟ และความสะอาดในการแต่งกายของพนักงานเสิร์ฟ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ($p = 0.000, 0.004$ และ 0.019 ตามลำดับ) ซึ่งสมการสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง 87.8%

สุมาลี และคณะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพอาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม และความพึงพอใจของผู้บริโภค” การวิจัยในเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 5 ประการ ได้แก่ 1. ศึกษาถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางการเกษตรกรรมที่ใช้ในการประกอบอาหารโต๊ะจีน 2. ศึกษาถึงลักษณะสุขาภิบาลอาหารของการประกอบการโต๊ะจีนและสถานการณ์ความปลอดภัยของอาหารด้านเคมี-จุลินทรีย์ 3. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการขอการรับรองมาตรฐานอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม 4. ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพอาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีน และความต้องการให้มีการพัฒนาปรับปรุง 5. ศึกษาถึงความต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม วิธีการศึกษาใช้ทั้งการศึกษภาคสนามและห้องปฏิบัติการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจำนวน 100 รายจากความสมัครใจของผู้ประกอบการฯ เพื่อให้รู้จักผู้ประกอบการฯ ให้มีความเข้าใจในกิจกรรมและขบวนการประกอบการโต๊ะจีน และทราบถึงความต้องการความช่วยเหลือจากทางราชการ กำหนดโควตาผู้ประกอบการโต๊ะจีนจำนวน 60 รายในการศึกษาลักษณะสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยทางเคมี-จุลินทรีย์ในอาหาร โดยคิดเป็นสัดส่วนกับจำนวนผู้ประกอบการฯ ที่มีอยู่ในแต่ละอำเภอ และผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโต๊ะจีน เก็บตัวอย่างอาหารจากสถานที่จัดเลี้ยงมาวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ สัมภาษณ์เจ้าภาพจัดงานเลี้ยง 46 ราย และผู้รับประทานอาหารโต๊ะจีนในงานเลี้ยงจำนวน 2,845 คนจากงานเลี้ยง 21 ประเภท 80 งานเลี้ยง เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีนและความต้องการให้มีการพัฒนาปรับปรุง ผลการศึกษาได้พบว่า แหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของการประกอบการโต๊ะจีนมีความหลากหลายมาก ทั้งภายในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง แต่แหล่งสำคัญ 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในตัวเมืองนครปฐมที่เรียกว่าตลาดบน-ตลาดล่าง และตลาด

ปฐมมงคล นอกนั้นได้แก่ แพลมมาหัชย และตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร ตลาดปลาแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม ย่านเยาวราชในกรุงเทพมหานคร ในด้านลักษณะสุขาภิบาลอาหารได้พบว่าผู้ประกอบการไต้หวันยังมีความบกพร่องอยู่หลายประการ แต่ผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานไต้หวันมีความบกพร่องน้อยกว่าที่ยังไม่ได้รับการรับรองฯ ในด้านความปลอดภัยทางเคมี-จุลินทรีย์ในอาหาร มีการเก็บตัวอย่างอาหารทั้งหมด 635 ตัวอย่าง พบตัวอย่างที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพียง 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.72 นับว่าความปลอดภัยของอาหารยังอยู่ในเกณฑ์ดี ในจำนวน 30 ตัวอย่างที่ไม่ผ่านเกณฑ์นั้น เป็นการปนเปื้อนตะกั่วในไข่เยี่ยวม้า 21 ตัวอย่าง เกล็ด 6.68 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม พบปริมาณแคดเมียมเกินค่ามาตรฐาน 1 ตัวอย่างในเนื้อปู พบการปนเปื้อนของฟอร์มาลิน 1 ตัวอย่างในปลากระพงแล้ พบบอแรกซ์ 5 ตัวอย่างในขนมจีบ 2 ตัวอย่าง หอยจ๊อ 2 ตัวอย่าง และ กุนเชียง 1 ตัวอย่าง และพบสารปฏิชีวนะกลุ่ม Nitrofurans เกินค่ามาตรฐาน 2 ตัวอย่าง ในเนื้อกุ้ง กุ้งก้ามกรามและเนื้อไก่ การวิเคราะห์หยาฆ่าแมลงในผักต่างๆจำนวน 64 ตัวอย่าง พบการตกค้างของ ยาฆ่าแมลงจำนวน 24 ตัวอย่างเป็นกลุ่ม Carbamate 4 ตัวอย่างในช่วง 0.03-0.08 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม กลุ่ม Pyrethroid 12 ตัวอย่างอยู่ในช่วง 0.01-6.40 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม กลุ่ม Organophosphate 8 ตัวอย่างอยู่ในช่วง 0.01-2.22 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ในด้านความปลอดภัยของ จุลินทรีย์พบตัวอย่างร้อยละ 15.69 มีปริมาณจุลินทรีย์รวมเกินค่ามาตรฐาน (1.0×10^6 CFU/g) ตัวอย่างร้อยละ 9.09 มีปริมาณ ซัลโมเนลลาเกินมาตรฐาน และตัวอย่างร้อยละ 19.56 พบอีโคไลเกินค่ามาตรฐาน

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการขอการรับรองมาตรฐานไต้หวันของผู้ประกอบการได้แก่ผู้ประกอบการเห็นว่ากฎเกณฑ์การรับรองมีความยุ่งยาก เสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงสถานที่ประกอบการมาก เกณฑ์บางอย่างไม่อาจปฏิบัติตามได้ ขายอาหารได้มากอยู่แล้วแต่ไม่ได้รับการรับรองฯ และกลัวเรื่องการเสียภาษีที่อาจมีการเชื่อมโยงไปถึงสรรพากร ในด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ทั้งเจ้าภาพจัดงานเลี้ยงและผู้ที่มารับประทานอาหารในงานเลี้ยงต่างมีความพึงพอใจต่ออุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร อาหาร และการบริการของพนักงานเสิร์ฟตามลำดับเช่นเดียวกัน ถ้าเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไต้หวันแล้วและยังไม่ได้รับรอง ได้พบว่าเจ้าภาพจัดงานเลี้ยงมีความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการรับรองมากกว่า ในขณะที่ผู้ที่รับประทานอาหารในงานเลี้ยงมีความพึงพอใจในลักษณะตรงกันข้าม อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของบุคคลทั้ง 2 กลุ่มก็มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้ง 2 กลุ่มยังต้องการให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาอาหารและการให้บริการหลายประการ เช่น เลือกวัตถุดิบที่มีความสะอาด ปราศจากสารปนเปื้อนมาประกอบอาหารรักษาความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ในการรับประทานอาหาร พนักงานเสิร์ฟมีชุดแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย เหมาะกับงานเลี้ยงและฤดูกาล มีมารยาทในการเสิร์ฟอาหาร และมีใจรักการบริการ ในด้านผู้ประกอบการไต้หวันต้องการให้มีการผ่อนผันเกณฑ์รับรองมาตรฐานไต้หวันการจับรถขนส่งอาหารของตำรวจ หน่วยราชการภายในอำเภอช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการภายในอำเภอเมื่อมีการจัดงานเลี้ยง ช่วยประชาสัมพันธ์ไต้หวันของจังหวัดให้มากขึ้น และขอโอกาสในการศึกษาดูงานด้านอาหารและการบริการจากโรงแรมและภัตตาคารที่มีมาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เอกวุฒิ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ห่วงโซ่คุณค่าของการบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของการบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม โดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้บริการที่ผ่านเกณฑ์การประเมินและได้รับป้ายมาตรฐานอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 14 ราย และศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของผู้บริโภคจากการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 408 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า การบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีการพัฒนาอุปกรณ์และระบบการจัดการต่างๆ อยู่ตลอดจนเป็นรูปแบบที่สวยงาม ห่วงโซ่คุณค่าของการบริการด้านการนำเข้าวัตถุดิบ ต้องมีคุณภาพดี ราคาถูก และตรงความต้องการ โดยสัมพันธ์กับการเก็บรักษาและการเบิกใช้คุณภาพของอาหารจะเป็นสิ่งกำหนดราคาของการจัดบริการ การตั้งราคาจะทำให้สามารถจัดบริการด้วยอาหารที่มีคุณภาพ และการส่งเสริมการตลาดจะเป็นเพียงส่วนประกอบในการดึงผู้ใช้บริการกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ การจัดซื้อจัดหา แต่ละกิจการจะมีมาตรฐานในการเลือกใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆ แตกต่างกัน การพัฒนารายการอาหารจะเกิดขึ้นไม่มากนัก การจัดการพนักงานจะใช้ความสัมพันธ์ของนายจ้างและลูกจ้าง ในกิจการขนาดใหญ่จะต้องมีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และการดำเนินงานจะมีใบสั่งงานแจ้งให้ทราบรายละเอียดการจัดงาน ส่วนผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่าเกือบทุกปัจจัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและให้ผู้ใช้บริการขนาดใหญ่ ได้รับความพึงพอใจในด้านต่างๆ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในหลายประเด็น

วาณี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งได้เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนที่เลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมที่ผ่านมาตรฐานโต๊ะจีนประจำจังหวัดนครปฐม โดยเลือกจากผู้ประกอบการโต๊ะจีน 4 ราย ที่มีผู้ใช้บริการใกล้เคียงกัน ในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2552 ได้จำนวนประชากร 160 คน โดยตัดตามสัดส่วนประชากร 40 คน ต่อผู้ประกอบการ 1 ราย ซึ่งจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ โดยวัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35 - 44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100 - 22,399 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา คือราคาที่เป็นมาตรฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือรสชาติของอาหาร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ คือความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการโต๊ะจีน

ธนิดา (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม” การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม 2) เปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐมจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และสภาพของผู้ใช้บริการ และ 3) หาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการอาหารโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ซื้อและผู้บริโภค จำนวน 410 ราย ซึ่งได้มาด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่าส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนประสมการตลาด ก็พบว่าอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ กระบวนการบริการ ราคา มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ตามลำดับ

2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และสภาพของผู้ใช้บริการต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนไม่แตกต่างกันในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และราคา ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพและอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน และด้านผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพเป็นผู้ซื้อและผู้บริโภคให้ความสำคัญแตกต่างกัน

3. แนวทางในการพัฒนาบริการอาหารโต๊ะจีน ควรมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคา มาตรฐานสำหรับอาหารแต่ละชุด มีผู้ให้ข้อมูลที่ผู้บริโภคมั่นใจ มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น มีการแนะนำตัวผู้ให้บริการ มีการจัดอบรมมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน มีการเพิ่มอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และเชิญชวนผู้บริการโต๊ะจีนที่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน เข้าร่วมโครงการอบรมมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้านี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของร้านจุงโกชนา ระหว่างเดือนธันวาคม 2558 – พฤศจิกายน 2559 โดยมีผู้ให้บริการรวมทั้งปี จำนวน 29,900 คน จำแนกเป็นผู้ซื้อ (เจ้าภาพจัดงานเลี้ยง) จำนวน 87 คน และผู้บริโภค (แขกในงานเลี้ยง) จำนวน 29,813 คน ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนโต๊ะและผู้บริโภคระหว่างเดือน ธันวาคม 2558 – พฤศจิกายน 2559

ลำดับ	เดือน	จำนวนโต๊ะ (ตัว)	ผู้บริโภค (คน)
1	ธันวาคม 2558	188	1,880
2	มกราคม 2559	297	2,970
3	กุมภาพันธ์ 2559	107	1,070
4	มีนาคม 2559	217	2,170
5	เมษายน 2559	122	1,220
6	พฤษภาคม 2559	337	3,370
7	มิถุนายน 2559	455	4,550
8	กรกฎาคม 2559	374	3,740
9	สิงหาคม 2559	518	5,180

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) แสดงจำนวนโต๊ะและผู้บริโภคระหว่างเดือน ธันวาคม 2558 – พฤศจิกายน 2559

ลำดับ	เดือน	จำนวนโต๊ะ	ผู้บริโภครวม
10	กันยายน	239	2,390
11	ตุลาคม 2559	118	1,180
12	พฤศจิกายน 2559	206	2,060
	รวม	2,990	29,900

ที่มา : วรรษัย (2559)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีร้านจุงโกชนา โดยมีลักษณะของเครื่องมือและการสร้างเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งวางแผนคำถามตามประเด็นในกรอบแนวคิดที่ศึกษา โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย ลักษณะคำถามปลายปิด (Closed-End Question) และลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-End Question) แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ประกอบด้วย โอกาสที่ท่านเลือกใช้บริการ เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการ ช่องทางในการติดต่อกับทางร้าน ราคาอาหารต่อโต๊ะที่ท่านเลือกใช้บริการ โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ มีข้อความจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีร้านจุงโกชนา ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 34 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีข้อความจำนวน 1 ข้อ

3.2.2 การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยพิจารณาหาค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เมื่อทำการทดสอบแล้วมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1 โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

ให้คะแนน	+1	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	ไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงวัตถุประสงค์

สรุปผลรวม ข้อคำถามทั้งหมดได้คะแนนมากกว่า 0.5 ทุกข้อ โดยได้ค่าเฉลี่ย 0.986 ถือว่า ข้อคำถามทั้งหมดสามารถวัดได้ และสอดคล้องกับจุดประสงค์

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้า ได้ใช้ข้อมูลตามแหล่งที่มา 2 ส่วน ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้แบบสอบถาม รวบรวมโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 390 คน ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2560

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลที่ได้จากเอกสารทางวิชาการ วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งค้นได้จากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ หอสมุดแห่งชาติ รวมทั้งการสืบหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมที่ใช้ในการสนับสนุนการศึกษาค้นคว้านี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลมี 4 ขั้นตอนดังนี้

3.4.1.1 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.1.2 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ใช้วิธีหาค่าความถี่ แล้วสรุปผลเป็นค่าร้อยละ

3.4.1.3 การคำนวณหาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย

(Mean: \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนด R ค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้ (ธานีรินทร์, 2557)

ระดับการตัดสินใจ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าการตัดสินใจ กำหนดเป็น ช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.4.1.4 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา แล้วสรุปเป็นค่าความถี่ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

3.4.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่

3.4.2.1 ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

3.4.2.2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

3.4.3 ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.4.3.1 ค่าสถิติ t - test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม โดยนำมาใช้ทดสอบข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ โดยใช้สูตร Independent t - test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (ธานีรินทร์, 2557)

3.4.3.2 ค่าสถิติ F - test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวกัน (One-way ANOVA Analysis of Variance) ใช้การทดสอบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแปรปรวนมากกว่า 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธีของ Scheffé (ธานีรินทร์, 2557)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมาย และการนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบคำบรรยาย มีลำดับการนำเสนอ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติหาค่าความถี่ และสรุปผลเป็นคำร้อยละ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ใช้สถิติหาค่าความถี่ และสรุปผลเป็นคำร้อยละ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ โดยใช้สถิติหาค่า t-test ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติหาค่า F-test ถ้าพบว่าผลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยใช้สูตรตามวิธีของ Scheffe'

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยสรุปเป็นค่าความถี่เรียงลำดับจากมากไปน้อย

4.6 อภิปรายผล

ในการรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนด สัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน t-test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
df	แทน	ค่าความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง (Mean of Squares)

Sig.	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
*	แทน	ปฏิเสธสมมติฐานนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าความถี่ และสรุปผลเป็นค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 390)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	37.7
หญิง	243	62.3
รวม	390	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	33	8.5
20 - 30 ปี	130	33.3
31 - 40 ปี	117	30.0
มากกว่า 40 ปี	110	28.2
รวม	390	100.0
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	315	81.6
ปริญญาตรี	69	17.9
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.5
รวม	386	100.0
อาชีพ		
เกษตรกร	93	23.7
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	6.7
ธุรกิจส่วนตัว	88	22.6
รับจ้างทั่วไป	142	36.5
อื่นๆ คือ พนักงานบริษัท	41	10.5
รวม	390	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 390)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	25.6
10,001 - 15,000 บาท	165	42.4
15,001 - 20,000 บาท	61	15.5
20,001 - 25,000 บาท	21	5.2
25,001 ขึ้นไป	44	11.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเพศชาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และอายุต่ำกว่า 20 ปี มีน้อยที่สุดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ อาชีพเกษตรกร จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อาชีพอื่นๆ คือ พนักงานบริษัท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีน้อยที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีรายได้ระหว่าง 25,001 ขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีน้อยที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา วิเคราะห์ค่าความถี่ และสรุปผลเป็นค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

(n = 390)

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน	ค่าร้อยละ
1. ใช้บริการร้านจุงโกชนาในงานเลี้ยงใด		
งานอุปสมบท	206	52.8
งานมงคลสมรส	65	16.7
งานเลี้ยงสังสรรค์	73	18.7
งานอวมงคล	-	-
อื่นๆ คือ งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่	46	11.8
รวม	390	100.0
2. เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านจุงโกชนา		
ชอบรสชาติอาหาร	266	69.0
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับปริมาณอาหารและบริการ	37	9.2
บริการยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า	13	2.9
มีคนแนะนำบอกต่อ	58	14.7
อื่นๆ คือ เจ้าของร้านเป็นกันเอง/พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	16	4.2
รวม	390	100.0
3. ช่องทางในการติดต่อ		
ติดต่อด้วยตนเอง/ทางโทรศัพท์	318	89.8
ติดต่อผ่านนายหน้า	24	6.8
ติดต่อทางสื่อออนไลน์	12	3.1
รวม	390	100.0
4. ราคาอาหารต่อโต๊ะที่เลือกใช้บริการ		
1,500 บาท	167	47.2
1,800 บาท	145	41.0
2,000 บาท	30	8.5
2,500 บาท	10	2.8
3,000 บาท	2	0.6
รวม	390	100.0
5. โอกาสที่จะกลับมาใช้ซ้ำ		
กลับมาใช้บริการซ้ำ	292	74.7
ไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ	-	-
ยังไม่แน่ใจ	98	25.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา พบว่า เลือกใช้ในงานอุปสมบทมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา คือ งานเลี้ยงสังสรรค์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 งานมงคลสมรส จำนวน 65 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.7 และอื่นๆ คือ งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ชอบรสชาติอาหาร จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมามีคนแนะนำบอกต่อ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับปริมาณอาหารและบริการ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 อื่นๆ เจ้าของร้านเป็นกันเอง/พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และบริการยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า มีน้อยที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ด้านช่องทางการติดต่อ พบว่า ส่วนใหญ่ติดต่อด้วยตนเอง/ทางโทรศัพท์ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาติดต่อผ่านนายหน้า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และติดต่อทางสื่อออนไลน์ มีน้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ด้านราคาอาหารต่อโต๊ะที่เลือกใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการเลือกราคาอาหารราคา 1,500 บาทต่อโต๊ะ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมา ราคา 1,800 บาทต่อโต๊ะ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ราคา 2,000 บาทต่อโต๊ะ จำนวน 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.5 ราคา 2,500 บาทต่อโต๊ะ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และราคา 3,000 บาทต่อโต๊ะ มีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 สำหรับโอกาสที่จะกลับมาใช้ซ้ำพบว่า ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 ที่เหลือยังไม่แน่ใจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 4.3 – ตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	0.70	มาก
2. ด้านราคา	4.09	0.76	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.05	0.76	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	0.78	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
5. ด้านบุคลากร	4.27	0.70	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.06	0.77	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.09	0.81	มาก
รวม	4.11	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา โดยภาพรวม พบว่า มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.27$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.21$) ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.06$) ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.05$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. รสชาติอาหาร	4.35	0.78	มาก
2. คุณภาพ ความสดใหม่	4.21	0.80	มาก
3. อุณหภูมิของอาหารเหมาะสมในการบริการ	4.16	0.81	มาก
4. การจัดตกแต่งอาหารน่ารับประทาน	4.15	0.80	มาก
5. ความสะอาดในการประกอบอาหาร	4.20	0.82	มาก
รวม	4.21	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อรสชาติอาหารเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ คุณภาพความสดใหม่ ($\bar{X} = 4.21$) และความสะอาดในการประกอบอาหาร ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.16	0.82	มาก
2. ราคาให้เลือกหลากหลาย	4.11	0.83	มาก
3. ราคาเหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการ	4.06	0.87	มาก
4. ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น	4.06	0.83	มาก
5. มีระบบการชำระเงินที่เหมาะสม เช่น วางมัดจำ 30% ของเงินทั้งหมด ที่เหลือชำระหลังงานเลี้ยงเล็ก	4.08	0.87	มาก
รวม	4.09	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านราคา พบว่ามีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ ราคาให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.11$) และมีระบบการชำระเงินที่เหมาะสมเช่น วางมัดจำ 30% ของเงินทั้งหมด ที่เหลือชำระหลังงานเลี้ยงเล็ก ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. มีความสะดวกในการติดต่อได้หลายช่องทาง	4.10	0.89	มาก
2. สามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง	4.21	0.83	มาก
3. มีการติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย(นายหน้า)	3.80	1.10	มาก
4. การขนส่งอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ เหมาะสม	4.08	0.89	มาก
5. การเก็บรักษาอาหารขณะขนส่งสะอาดปลอดภัย	4.10	0.86	มาก
รวม	4.05	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อสามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรงเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ มีความสะดวกในการติดต่อได้หลายช่องทาง และการเก็บรักษาอาหารขณะขนส่งสะอาด ปลอดภัย ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. สามารถเลือกอาหารตามความต้องการได้	4.24	0.79	มาก
2. มีอาหารให้ชิมก่อนการตัดสินใจซื้อ	4.03	0.83	มาก
3. มีโปรโมชั่นต่างๆ ในราคาประหยัด	3.96	0.94	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ	3.96	0.96	มาก
5. ได้รับการรับรองมาตรฐานโต๊ะจีน (ใบประกาศรับรองคุณภาพ)	4.07	0.92	มาก
รวม	4.05	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อสามารถเลือกอาหารตามความต้องการได้เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือ ได้รับการรับรองมาตรฐานโต๊ะจีน (ใบประกาศรับรองคุณภาพ) ($\bar{X} = 4.07$) และมีอาหารให้ชิมก่อนการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. เจ้าของโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือ	4.38	0.79	มาก
2. ความเหมาะสมของเครื่องแบบของพนักงาน	4.26	0.77	มาก
3. ความสะอาดของพนักงาน เช่น เครื่องแต่งกาย เล็บมือ ทรงผม เป็นต้น	4.31	0.81	มาก
4. พนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	4.21	0.74	มาก
5. พนักงานปฏิบัติตามคำร้องขอของลูกค้าอย่าง เหมาะสม	4.21	0.81	มาก
รวม	4.27	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านบุคลากรพบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อเจ้าของโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมา คือ ความสะอาดของพนักงาน เช่น เครื่องแต่งกาย เล็บมือ ทรงผม เป็นต้น ($\bar{X} = 4.31$) และความเหมาะสมของเครื่องแบบของพนักงาน ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การดูแลความสะอาดของอาหารระหว่างให้บริการ	4.16	0.85	มาก
2. มีถุงพลาสติก สำหรับเก็บอาหารที่เหลือ	3.88	0.98	มาก
3. ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ	4.07	0.83	มาก
4. อาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลง	4.13	0.85	มาก
5. การให้บริการอาหารมีความต่อเนื่อง	4.07	0.87	มาก
รวม	4.06	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อการดูแลความสะอาดของอาหารระหว่างให้บริการเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ อาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลง ($\bar{X} = 4.13$) และการให้บริการอาหารมีความต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความพอเพียงของภาชนะบนโต๊ะอาหาร เช่น ถ้วย จาน แก้วน้ำ ตะเกียบ ช้อน เป็นต้น	4.18	0.87	มาก
2. ความสวยงามของการจัดโต๊ะอาหาร	4.07	0.85	มาก
3. ความสะอาด ปลอดภัยของภาชนะและอุปกรณ์	4.08	0.88	มาก
4. การจัดวางเครื่องจิ้มสวยงาม ได้แก่ น้ำปลา จิ๊กโฉ่ว น้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มออเดิฟเย็น	4.02	0.90	มาก
รวม	4.09	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนให้ความสำคัญในข้อความพอเพียงของภาชนะบนโต๊ะอาหาร เช่น ถ้วย จาน แก้วน้ำ ตะเกียบ ช้อน เป็นต้น เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ความสะอาด ปลอดภัยของภาชนะและอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.08$) ความสวยงามของการจัดโต๊ะอาหาร ($\bar{X} = 4.07$) และการจัดวางเครื่องจิ้มสวยงาม ได้แก่ น้ำปลา จิ๊กโฉ่ว น้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มออเดิฟเย็น ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

4.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ โดยใช้สถิติ t-test ส่วนด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA Analysis of Variance)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติเพื่อการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐาน H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันไม่มีผลทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่างกัน

สมมติฐาน H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีผลทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่างกัน

4.4.1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ โดยใช้สถิติ t-test แสดงดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	ชาย (n=147)		หญิง (n=243)		t	sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	0.70	4.20	0.70	0.39	0.70
2. ด้านราคา	4.10	0.79	4.08	0.74	0.26	0.79
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06	0.76	4.05	0.76	0.21	0.83
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.04	0.77	4.06	0.79	-0.18	0.85
5. ด้านบุคลากร	4.30	0.69	4.25	0.72	0.62	0.53
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.08	0.76	4.05	0.78	0.32	0.74
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.11	0.82	4.07	0.81	0.47	0.64
รวม	4.13	0.70	4.10	0.71	0.30	0.76

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้วยค่าสถิติ t-test แบบ 1 กลุ่ม ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ด้านอายุ แสดงดังตารางที่ 4.12 ด้านระดับการศึกษา แสดงดังตารางที่ 4.13 ด้านอาชีพ แสดงดังตารางที่ 4.16 และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.48	3	0.16	0.32	0.81
	ภายในกลุ่ม	191.85	385	0.50		
	รวม	192.33	388			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.48	3	0.49	0.85	0.47
	ภายในกลุ่ม	224.14	384	0.58		
	รวม	225.63	387			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.56	3	0.52	0.89	0.45
	ภายในกลุ่ม	225.63	385	0.59		
	รวม	227.19	388			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.46	3	0.49	0.78	0.50
	ภายในกลุ่ม	239.71	386	0.62		
	รวม	241.17	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.68	3	0.23	0.45	0.72
	ภายในกลุ่ม	194.32	385	0.50		
	รวม	195.00	388			
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.17	3	0.39	0.65	0.58
	ภายในกลุ่ม	232.30	385	0.60		
	รวม	233.47	388			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.80	3	0.27	0.39	0.76
	ภายในกลุ่ม	259.46	385	0.67		
	รวม	260.26	388			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.10	3	0.37	0.73	0.54
	ภายในกลุ่ม	191.95	380	0.51		
	รวม	193.06	383			

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้วยสถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.94	2	1.47	3.04	0.05*
	ภายในกลุ่ม	184.68	382	0.48		
	รวม	187.62	384			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.59	2	1.30	2.26	0.11
	ภายในกลุ่ม	218.52	381	0.57		
	รวม	221.11	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.63	2	1.32	2.28	0.10
	ภายในกลุ่ม	220.54	382	0.58		
	รวม	223.18	384			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.04	2	3.02	5.00	0.01*
	ภายในกลุ่ม	231.12	383	0.60		
	รวม	237.16	385			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.03	2	0.52	1.04	0.35
	ภายในกลุ่ม	189.66	382	0.50		
	รวม	190.69	384			
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.98	2	0.99	1.66	0.19
	ภายในกลุ่ม	227.48	382	0.60		
	รวม	229.46	384			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.61	2	0.80	1.20	0.30
	ภายในกลุ่ม	255.69	382	0.67		
	รวม	257.30	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.58	2	1.29	2.61	0.07
	ภายในกลุ่ม	186.53	377	0.49		
	รวม	189.11	379			

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ด้วยสถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ มีจำนวน 2 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.14 และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ มีจำนวน 1 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านผลิตภัณฑ์

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.25	4.05	4.80
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.25	-	0.2	-0.55*
ปริญญาตรี	4.05		-	-0.75*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.80			-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ scheffe' ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คู่ที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.11	3.79	4.30
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.11	-	0.32*	-0.19
ปริญญาตรี	3.79		-	-0.52
สูงกว่าปริญญาตรี	4.30			-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ scheffe' ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรีมากกว่ากลุ่มปริญญาตรี ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	9.56	4	2.39	5.01	0.00*
	ภายในกลุ่ม	182.73	383	0.48		
	รวม	192.30	387			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	11.86	4	2.97	5.31	0.00*
	ภายในกลุ่ม	213.52	382	0.56		
	รวม	225.38	386			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	11.12	4	2.78	4.93	0.00*
	ภายในกลุ่ม	216.00	383	0.56		
	รวม	227.12	387			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้าน จุ่งโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	13.66	4	3.41	5.76	0.00*
	ภายในกลุ่ม	227.49	384	0.59		
	รวม	241.15	388			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5.43	4	1.36	2.75	0.03*
	ภายในกลุ่ม	189.29	383	0.49		
	รวม	194.72	387			
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.96	4	2.24	3.82	0.00*
	ภายในกลุ่ม	224.40	383	0.59		
	รวม	233.36	387			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.37	4	2.09	3.18	0.01*
	ภายในกลุ่ม	251.87	383	0.66		
	รวม	260.24	387			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	9.30	4	2.33	4.78	0.00*
	ภายในกลุ่ม	183.74	378	0.49		
	รวม	193.05	382			

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ด้วยสถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม อาชีพเป็นรายคู่ มีจำนวน 1 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.17 ด้านราคา จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ มีจำนวน 2 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.18 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม อาชีพเป็นรายคู่ มีจำนวน 1 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.19 ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม อาชีพเป็นรายคู่ มีจำนวน 1 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.20 ด้านบุคลากร มีจำนวน 2 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.21 ด้านกระบวนการให้บริการ มีจำนวน 3 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.22 และด้านลักษณะทางกายภาพ มีจำนวน 2 คู่ แสดงดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านผลิตภัณฑ์

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.15	4.07	4.11	4.41	3.98
เกษตรกร	4.15	-	0.08	0.04	-0.26	0.17
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.07		-	-0.04	-0.34	0.09
ธุรกิจส่วนตัว	4.11			-	-0.3	0.13
รับจ้างทั่วไป	4.41				-	0.43*
อื่นๆ	3.98					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ scheffe' ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีจำนวน 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านราคา

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.05	3.82	3.97	4.31	3.88
เกษตรกร	4.05	-	0.23	0.08	-0.26	0.17
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.82		-	-0.15	-0.49	-0.06
ธุรกิจส่วนตัว	3.97			-	-0.34*	0.09
รับจ้างทั่วไป	4.31				-	0.43*
อื่นๆ	3.88					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านราคา พบว่า มีจำนวน 2 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คู่ที่ 1 ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.02	3.76	3.91	4.27	3.92
เกษตรกร	4.02	-	0.26	0.11	-0.25	0.1
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.76		-	-0.15	-0.51	-0.16
ธุรกิจส่วนตัว	3.91			-	-0.36	-0.01
รับจ้างทั่วไป	4.27				-	0.35*
อื่นๆ	3.92					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีจำนวน 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.00	3.77	3.89	4.29	3.90
เกษตรกร	4.00	-	0.23	0.11	-0.29	0.1
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.77		-	-0.12	-0.52	-0.13
ธุรกิจส่วนตัว	3.89			-	-0.4*	-0.01
รับจ้างทั่วไป	4.29				-	0.39
อื่นๆ	3.90					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีจำนวน 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มธุรกิจส่วนตัว ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านบุคลากร

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.22	4.24	4.20	4.42	4.07
เกษตรกร	4.22	-	-0.02	0.02	-0.2*	0.15
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.24		-	0.04	-0.18	0.17
ธุรกิจส่วนตัว	4.20			-	-0.22	0.13
รับจ้างทั่วไป	4.42				-	0.35*
อื่นๆ	4.07					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านบุคลากร ไม่พบรายคู่อื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) ด้านบุคลากร พบว่า มีจำนวน 2 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คู่ที่ 1 ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มเกษตรกร คู่ที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านกระบวนการให้บริการ

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.00	3.92	3.97	4.26	3.85
เกษตรกร	4.00	-	0.08	0.03	-0.26*	0.15
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.92		-	-0.05	-0.34*	0.07
ธุรกิจส่วนตัว	3.97			-	-0.29*	0.12
รับจ้างทั่วไป	4.26				-	0.41
อื่นๆ	3.85					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่พบรายคู่ใดที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีจำนวน 3 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มเกษตรกร ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านลักษณะทางกายภาพ

อาชีพ	\bar{X}	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ
		4.04	3.88	3.99	4.28	3.91
เกษตรกร	4.04	-	0.16	0.05	-0.24*	0.13
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.88		-	0.11	-0.4	-0.03
ธุรกิจส่วนตัว	3.99			-	0.29*	0.08
รับจ้างทั่วไป	4.28				-	0.37
อื่นๆ	3.91					-

* Sig. \leq 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบของ Scheffe' ด้านลักษณะทางกายภาพไม่พบรายคู่ใดที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีจำนวน 2 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คู่ที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มรับจ้างทั่วไปมากกว่ากลุ่มเกษตรกร คู่ที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวมากกว่ากลุ่มรับจ้างทั่วไป ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจูงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.15	4	0.54	1.08	0.36
	ภายในกลุ่ม	188.79	381	0.50		
	รวม	190.93	385			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.87	4	0.72	1.23	0.30
	ภายในกลุ่ม	220.84	380	0.58		
	รวม	223.71	384			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.97	4	1.24	2.15	0.07
	ภายในกลุ่ม	220.14	381	0.58		
	รวม	225.10	385			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.35	4	1.09	1.77	0.13
	ภายในกลุ่ม	234.72	382	0.61		
	รวม	239.07	386			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.12	4	0.28	0.55	0.70
	ภายในกลุ่ม	192.71	381	0.51		
	รวม	193.83	385			
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.92	4	0.73	1.21	0.30
	ภายในกลุ่ม	228.68	381	0.60		
	รวม	231.60	385			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.73	4	1.43	2.16	0.07
	ภายในกลุ่ม	252.43	381	0.66		
	รวม	258.16	385			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.66	4	0.66	1.32	0.26
	ภายในกลุ่ม	188.60	376	0.50		
	รวม	191.26	380			

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยสถิติ F-test จากวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ลำดับที่	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
1	รสชาติอาหารอร่อย	5
2	เจ้าของโต๊ะจีนมีความเป็นกันเอง	4
3	พนักงานควรคุยกันเบาๆ	3
4	ออกอาหารเร็วไป/ออกอาหารให้ช้ากว่านี้ทานไม่ทัน	2
5	การแต่งกายของพนักงานควรใส่รองเท้าผ้าใบให้เรียบร้อย	2
6	พนักงานควรใส่ผ้ากันเปื้อนทุกคน	2
7	จัดโต๊ะ เก้าอี้เปียดกัน ควรวางให้ห่างกันหน่อย	2
8	การวางภาชนะไม่สม่ำเสมอกับคนนั่ง	2
9	ขอไม้จิ้มฟันเพิ่ม	1
10	ถ้วยอาหารเล็กเกินไป	1

ตารางที่ 4.25 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ลำดับที่	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
11	การสื่อสาร	1
12	ขอถุงพลาสติกไว้ใส่อาหาร	1
13	ควรมีแก้วเก็บจำนวนคนที่นั่งโต๊ะ	1
14	ขออนามบัตรในการติดต่อ	1
15	ควรเพิ่มการระดมความคิดเห็นให้มากกว่านี้	1
16	ภาษาบางอย่างซ้ำควรเปลี่ยน เช่น ซ้อน	1
17	รอให้แขกนั่งเต็มโต๊ะก่อนแล้วค่อยออกอาหาร	1

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รสชาติอาหารอร่อยมีความถี่มากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าของโต๊ะจีนมีความเป็นกันเอง และพนักงานควรคุยกันเบาๆ ตามลำดับ

4.6 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา สามารถอภิปรายผล ดังรายละเอียดดังนี้

4.6.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา พบว่า ผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนร้านจุงโกชนาเป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสราทิพย์ (2558) เรื่อง ธุรกิจ รับผิดชอบนอกสถานที่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 22.5 มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.3 และมีอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวาณี (2552) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100 - 22,399 บาท

4.6.2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านจุงโกชนาในงานอุปสมบท ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสราทิพย์ (2558) เรื่อง ธุรกิจรับผิดชอบนอกสถานที่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโอกาสที่ใช้บริการงานเลี้ยงวันเกิด ร้อยละ 26 เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านจุงโกชนาชอบรสชาติอาหาร ช่องทางในการติดต่อด้วยตนเอง/ทางโทรศัพท์ ราคาอาหารต่อโต๊ะที่เลือกใช้บริการ 1,500 บาท และมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.6.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค โดยภาพรวมมีความคิดเห็นเป็นส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

4.6.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า รสชาติอาหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค พบว่า โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในประเด็นการให้บริการมีความสะดวกเป็นลำดับแรก รองลงมาคืออาหาร มีรสชาติอร่อย สะอาด มีคุณภาพ ตามลำดับ ซึ่งสิทธิโชค (2555) ได้กล่าวว่า ธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีทั้งสินค้า คืออาหารและบริการควบคู่กันจึงต้องมี อาหารที่มีคุณภาพดี มีรสชาติอร่อย สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณที่เหมาะสมกับราคา ตลอดจนชื่อเสียงของเจ้าของโต๊ะจีนต้องเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับของลูกค้า สามารถติดต่อใช้บริการได้สะดวก พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและเป็นกันเอง

4.6.3.2 ด้านราคา มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ เป็นลำดับแรก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับบริการ ราคาเป็นมาตรฐาน และราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ตามลำดับ

4.6.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่าสามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค พบว่า โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการติดต่อมีความสะดวกเป็นอันดับแรก รองลงมาคือสามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง

4.6.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับการตัดสินใจมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารเป็นอันดับแรก รองลงมาคือกระบวนการบริการ ราคา มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ตามลำดับ ซึ่งสุดาตวง (2543) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการทำให้กลุ่มผู้บริโภคของเราเกิดความพอใจในตัวสินค้า นักการตลาดจึงต้องพยายามหาวิธีการติดต่อสื่อสารที่จะทำให้ผู้เป็นลูกค้าเกิดความสนใจให้ได้ แต่ความสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อข่าวสารนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสื่อหรือข้อความที่ใช้เป็นอย่างเดียว แหล่งของข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญ จะทำให้ผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวสารเกิดความสนใจด้วย

4.6.3.5 ด้านบุคลากร มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า เจ้าของโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดใน

การเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเจ้าของโต๊ะเงินมีความน่าเชื่อถือ และเป็นกันเองเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับงานวิจัยของวาณี (2552) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะเงินในจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา คือราคาที่เป็นมาตรฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือรสชาติของอาหาร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ คือความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการโต๊ะเงิน

4.6.3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า การดูแลความสะอาดของอาหารระหว่างให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับอาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การบริการมีความรวดเร็ว การออกอาหารจัดเรียงลำดับตามที่ตกลง และบริการยืดหยุ่น ตามความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งกนกพรรณ (2557) ได้กล่าวว่า กระบวนการบริการต้องมีกระบวนการที่ชัดเจน มีการออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการ ต้องมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานในทิศทางเดียวกัน

4.6.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ความพอเพียงของภาชนะบนโต๊ะอาหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับตะเกียบ ถ้วย ช้อน สะอาด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการจัดวางแก้ว ถ้วย ช้อน คร่ำ เรียบร้อย โต๊ะ เก้าอี้ มีผ้าคลุมสะอาดสวยงาม และภาชนะ จาน ชาม ใส่อาหารเหมาะสม ตามลำดับ

4.6.4 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านลุงโภชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศไม่แตกต่างกัน โดยภาพรวมด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิดา (2550) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และสถานภาพของผู้ใช้บริการต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินไม่แตกต่างกันในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และราคา ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพและอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน และด้านผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพเป็นผู้ซื้อและผู้บริโภคให้ความสำคัญแตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บการข้อมูลจากผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีน ร้านจุงโกชนา เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการร้านจุงโกชนา จำนวน 390 คน จากนั้นนำไปวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา มีดังนี้

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท

5.1.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการในงานอุปสมบท เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะ ชอบรสชาติอาหาร ติดต่อด้วยตนเอง/โทรศัพท์ ราคาที่เลือกใช้บริการ 1,500 บาทต่อโต๊ะ ส่วนใหญ่ผู้บริการเลือกที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา โดยภาพรวม ผลการประเมินอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ผู้บริการให้ความสำคัญ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

5.1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า รสชาติอาหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ คุณภาพความสดใหม่ ความสะอาดในการประกอบอาหาร อนุภูมิภาคของอาหารเหมาะสมในการบริการ และการจัดตกแต่งอาหารน่ารับประทาน ตามลำดับ

5.1.3.2 ด้านราคา มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ มีราคาให้เลือกหลากหลาย มีระบบการชำระเงินที่เหมาะสม เช่น วางมัดจำ 30% ของเงินทั้งหมด ที่เหลือชำระหลังงานเลี้ยงเลิก ราคาเหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการ และราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ตามลำดับ

5.1.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า สามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อได้หลายช่องทาง การเก็บรักษาอาหารขณะขนส่งสะอาด ปลอดภัย การขนส่งอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ เหมาะสม และมีการติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย (นายหน้า) ตามลำดับ

5.1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า สามารถเลือกอาหารตามความต้องการได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ได้รับการรับรองมาตรฐานโต๊ะจีน (ใบประกาศรับรองคุณภาพ) มีอาหารให้ชิมก่อนการตัดสินใจซื้อ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ และมีโปรโมชั่นต่างๆ ในราคาประหยัด ตามลำดับ

5.1.3.5 ด้านบุคลากร มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า เจ้าของโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความสะอาดของพนักงาน เช่น เครื่องแต่งกาย เล็บมือ ทรงผม เป็นต้น ความเหมาะสมของรูปแบบของพนักงาน พนักงานปฏิบัติตามคำร้องขอของลูกค้าอย่างเหมาะสม และพนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

5.1.3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า การดูแลความสะอาดของอาหารระหว่างให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ อาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลง การให้บริการอาหารมีความต่อเนื่อง ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ และมีอุปกรณ์สำหรับเก็บอาหารที่เหลือตามลำดับ

5.1.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ข้อความพอเพียงของภาชนะบนโต๊ะอาหาร เช่น ถ้วย จาน แก้วน้ำ ตะเกียบ ช้อน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความสะอาด ปลอดภัยของภาชนะและอุปกรณ์ ความสวยงามของการจัดโต๊ะอาหาร และการจัดวางเครื่องจิ้มสวยงาม ได้แก่ น้ำปลา จิ๊กฉ่ำ น้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มออเดิร์ฟเย็น ตามลำดับ

5.1.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ F-test ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า

เพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

อายุ พบว่า ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

ระดับการศึกษา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

5.2.1 จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป เกษตรกร ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนและเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเจ้าของร้านจุงโกชนาและผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีน รวมถึงผู้ที่สนใจใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ให้บริการเป็นเพศหญิงอายุ 20 – 30 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท เพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพในการประกอบธุรกิจอาหารโต๊ะจีน ขั้นตอนในการผลิตอาหารของผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นการปรุง การเสิร์ฟอาหาร ภาชนะสิ่งของที่ใช้บรรจุ และอุปกรณ์ที่มีส่วนร่วมในการใช้จัดโต๊ะจีน จึงต้องคำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ควรมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงจนเกินไป พนักงานบริการทุกคนควรบริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้บริโภค

5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ทุกปัจจัยล้วนมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน ร้านจุงโกชนา ของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้านบุคลากร เจ้าของธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนมีความเป็นกันเอง พนักงานต้องแต่งกายเรียบร้อย ควรใส่รองเท้าผ้าใบ และใส่ผ้ากันเปื้อนทุกคน พุดจาสุภาพ พุดคุยกันเบาๆ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีความเป็นกันเอง ด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติอาหารอร่อย ควรมีอาหารให้เลือกหลากหลายประเภทเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น ด้านราคา ควรมีหลายราคาให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการไม้จิ้มฟันเพิ่ม ถุงพลาสติกไว้ใส่อาหาร ควรมีแก้วเก็บจำนวนคนที่นั่งโต๊ะ นามบัตรในการติดต่อ ควรเพิ่มกระดาษทิชชูให้มากกว่านี้ ถ้วยอาหารเล็กเกินไป ภาชนะบางอย่างชำรุดควรเปลี่ยน เช่น ช้อน ด้านกระบวนการให้บริการ ต้องการให้มีบริการที่สุภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ควรจัดโต๊ะ เก้าอี้ไม่ให้เบียดกัน เพื่อความสบายของผู้ใช้บริการ และควรวางภาชนะให้สม่ำเสมอกับคนนั่ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ขอนามบัตรในการติดต่อ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

5.3.1 ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเป็นเรื่องของความรูสึกของบุคคล อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา สภาพแวดล้อม และสภาพเศรษฐกิจ

5.3.2 ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีน โดยเปรียบเทียบกับธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนรายอื่น

เอกสารอ้างอิง

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. 2557. ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์
ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์. 2557. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง
เฮ้าส์.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. 2544. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2548. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. 2557. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิดา จินตธนะเดช. 2550. “ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของ
ผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ ภาควิชาการจัดการทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.
พิมพ์ครั้งที่ 15. นนทบุรี : เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.
- นงศักดิ์ จิรวัดนวนิจิตร. 2554. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน)” ภาคกลางสาม สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์
ภาควิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. 2557. การจัดการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- . 2558. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วรชัย สมสุขหวัง. 2559. สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2559.
- วาทณี หาญแก้ว. 2552. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
จากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม” เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2548. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : Diamond in Business
World.
- สมฤดี บุญตานนท์. 2554. การจัดทำแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ทการพิมพ์.
- สราทิพย์ หาสุนทรีย์. 2558 “ธุรกิจจัดเลี้ยงนอกสถานที่” บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการ
บริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2543. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ประกายพริกกการพิมพ์.
- สุนา อยู่โพธิ์. 2530. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุมาลี เทพสุวรรณและคณะ. 2554. “คุณภาพอาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีน
ในจังหวัดนครปฐม และความพึงพอใจของผู้บริโภค”. กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

เอกฎติ ชินโสภณพันธ์. 2554. “ห่วงโซ่คุณค่าของการบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม”.
วิทยานิพนธ์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะ
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม



เลขที่.....

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

คำชี้แจง แบบสอบถามผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการพิเศษในระดับปริญญาตรี สาขาวิชา อดุสาหกรรมการบริการอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา ผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของ ผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ประกอบการอาหารโต๊ะจีนของ จังหวัดนครปฐม และผู้สนใจ คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการศึกษาครั้งนี้ ผู้จัดทำโครงการ พิเศษจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ โดยจะนำไปใช้สรุปผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์จะช่วยให้การศึกษาดำเนินไปด้วยความถูกต้อง ผู้จัดทำ โครงการพิเศษใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน อย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน ของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา เป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 34 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโภชนา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีข้อความจำนวน 1 ข้อ

ผู้จัดทำโครงการพิเศษขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยดี มา ณ โอกาสนี้

สิรินาถ สมสุขหวัง

โทรศัพท์มือถือ 08-4007-7426

มณีนรัตน์ เหลืองสุกใส

โทรศัพท์มือถือ 08-7980-0354

นักศึกษาสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20-30 ปี 3. 31 - 40 ปี
 4. มากกว่า 40 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. เกษตรกร 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 3. ธุรกิจส่วนตัว
 4. รับจ้างทั่วไป 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,001 - 15,000 บาท 3. 15,001 - 20,000 บาท
 4. 20,001 - 25,000 บาท 5. 25,001 บาท ขึ้นไป

6. ท่านใช้บริการร้านจูงโกชนาในฐานะใด

1. เจ้าภาพ 2. ผู้บริโภคหรือแขกในงานเลี้ยง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
กรณีศึกษาร้านจุง โภชนา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ต้องการ

7. ท่านมาใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของร้านจุงโภชนาในงานเลี้ยงโอกาสใด

1. งานอุปสมบท 2. งานมงคลสมรส
 3. งานเลี้ยงสังสรรค์ 4. งานอวมงคล เช่น งานศพ เป็นต้น
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนร้านจุงโภชนา

1. ชอบรสชาติอาหาร
 2. ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับปริมาณอาหารและบริการ
 3. บริการยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า
 4. มีคนแนะนำ บอกต่อ
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านมาใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของร้านจุงโภชนาในการจัดเลี้ยงช่วงเวลาใด

1. ช่วงเช้า 2. ช่วงกลางวัน 3. ช่วงเย็น

10. ท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อกับทางร้านจุงโภชนา

1. ติดต่อด้วยตนเอง/ทางโทรศัพท์
 2. ติดต่อผ่านนายหน้า
 3. ติดต่อทางสื่อออนไลน์

11. ราคาอาหารต่อโต๊ะที่ท่านเลือกใช้บริการ

1. 1,500 บาท 2. 1,800 บาท 3. 2,000บาท
 4. 2,500 บาท 5. 3,000 บาท

12. โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

1. กลับมาใช้บริการซ้ำ 2. ไม่กลับมาใช้บริการอีก 3. ยังไม่แน่ใจ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ตรงระดับการตัดสินใจของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
อาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อาหารโต๊ะจีน	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. รสชาติอาหาร					
2. คุณภาพ ความสดใหม่ของอาหาร					
3. อุณหภูมิของอาหารที่เหมาะสมในการบริการ เช่น อาหารร้อนเสิร์ฟร้อน เป็นต้น					
4. การจัดตกแต่งอาหารนำรับประทาน					
5. ความสะอาดในการประกอบอาหาร					
ด้านราคา					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร					
2. ราคาให้เลือกหลากหลาย					
3. ราคาเหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการ					
4. ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
5. มีระบบการชำระเงินที่เหมาะสม เช่น วางมัดจำ 30% ขอเงินทั้งหมด ที่เหลือชำระหลังงานเลี้ยงเลิก					
ด้านการจัดจำหน่าย					
1. มีความสะดวกในการติดต่อได้หลายช่องทาง					
2. สามารถติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง					
3. มีการติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย (นายหน้า)					
4. การขนส่งอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ เหมาะสม					
5. การเก็บรักษาอาหารขณะขนส่ง สะอาด ปลอดภัย					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อาหารโต๊ะจีน	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. สามารถเลือกอาหารตามความต้องการได้					
2. มีอาหารให้ชิมก่อนการตัดสินใจซื้อ					
3. มีโปรโมชั่นต่างๆ ในราคาประหยัด					
4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ					
5. ได้รับการรับรองมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ของจังหวัดนครปฐม (ใบประกาศรับรองคุณภาพ)					
ด้านบุคลากร					
1. เจ้าของโต๊ะจีนมีความน่าเชื่อถือ					
2. ความเหมาะสมของเครื่องแบบของพนักงาน					
3. ความสะอาดของพนักงาน เช่น เครื่องแต่งกายเล็บมือ ทรงผม เป็นต้น					
4. พนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน					
5. พนักงานปฏิบัติตามคำร้องขอของลูกค้าอย่าง เหมาะสม					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. การดูแลความสะอาดของอาหารระหว่างให้บริการ					
2. มีถุงพลาสติก สำหรับเก็บอาหารที่เหลือ					
3. ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ					
4. อาหารมีความถูกต้องตามข้อตกลง					
5. การให้บริการอาหารมีความต่อเนื่อง					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. ความพอเพียงของภาชนะบนโต๊ะอาหาร เช่น ถ้วย จาน แก้วน้ำ ตะเกียบ ช้อน เป็นต้น					
2. ความสวยงามของการจัดโต๊ะอาหาร					
3. ความสะอาด ปลอดภัยของภาชนะและอุปกรณ์					
4. การจัดวางเครื่องจิ้มสวยงาม ได้แก่ น้ำปลา จิ๊กโฉ่ว น้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มออเดิร์ฟเย็น					

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ประกอบการอำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษาร้านจุงโกชนา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณค่ะ

ภาคผนวก ข.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงศ์ วิสุทธิพงศ์ ฝ่ายครุภัณฑ์การบิน
บริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงสิริ วิชิรานนท์ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานิตย์ แก้ววงษ์ศิริ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาคผนวก ค.
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	34

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล นางสาวสิรินาถ สมสุขหวัง

วันเดือนปีเกิด 21 กรกฎาคม 2537

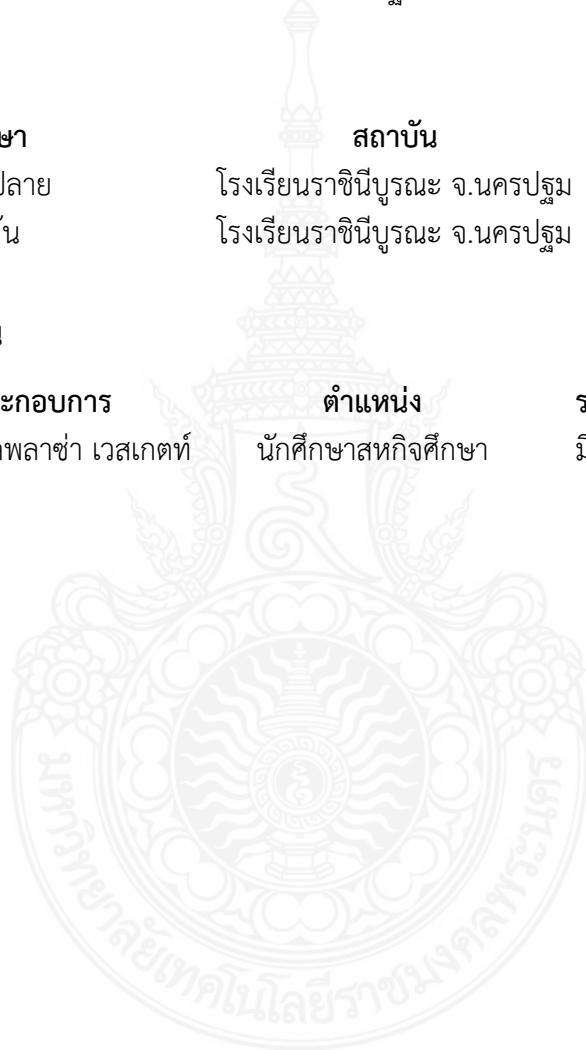
ที่อยู่ปัจจุบัน 28 ม.5 ต.บางภาษี อ.บางเลน จ.นครปฐม 73130

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนราชินีบูรณะ จ.นครปฐม	2555
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนราชินีบูรณะ จ.นครปฐม	2552

ประวัติการทำงาน

ชื่อสถานประกอบการ	ตำแหน่ง	ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
KFC สาขา เซ็นทรัลพลาซ่า เวสเกตท์	นักศึกษาสหกิจศึกษา	มิถุนายน 59 - กันยายน 59



ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล นางสาวณิรัตน์ เหลืองสุกใส
วันเดือนปีเกิด 12 พฤษภาคม 2537
ที่อยู่ปัจจุบัน 45/274 ซ.ม.พงษ์ศิริชัย 4 ถ.มาเจริญ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม
กรุงเทพฯ 10160

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม	2555
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม	2552

ประวัติการทำงาน

ชื่อสถานประกอบการ	ตำแหน่ง	ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers	นักศึกษาสหกิจศึกษา	มิถุนายน 59 – กันยายน 59

