

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการภัตตาคารและผับบริเวณถนน ศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรปราการ
นักศึกษา	นางสาวจิราวรรณ ทองบุญเรือง
รหัสนักศึกษา	52641212
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการออกไปรับประทานอาหารข้างนอกบ้านและพักผ่อนในช่วงกลางคืน โดยไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูงตามภัตตาคารและผับกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มคนวัยทำงาน การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการภัตตาคารและผับ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริเวณถนนศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวิธีการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต และไคสแควร์

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 26 - 30 ปี ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ผู้บริโภครู้จักภัตตาคารและผับจากการแนะนำของเพื่อน ชอบบริเวณพื้นที่โล่ง อากาศถ่ายเทสะดวก เหตุผลการไปใช้บริการเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนเดือนละ 1 ครั้งหรือต่ำกว่า ในช่วงวันศุกร์-วันเสาร์ โดยเริ่มใช้บริการในช่วงเวลา 20.00 - 22.00 น. เพื่อนหรือผู้ร่วมงานเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านโดยใช้บริการครั้งละ 3-4 คน ประเภทอาหารที่ชอบเป็นประเภททอด สำหรับประเภทเครื่องดื่มที่สั่งเป็นสุราหรือวิสกี้ และค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยแต่ละครั้งจำนวนมากกว่า 1,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) มีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมากต่อผู้บริโภค โดยมีระดับความสำคัญมากที่สุด 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน เช่น กริยามารยาท และคุณภาพของพนักงาน การยิ้มแย้ม แจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และด้านกระบวนการให้บริการ เช่น การดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าของพนักงาน การได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็วและถูกต้อง และการคิดเงินถูกต้อง ระดับความสำคัญมาก 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความปลอดภัยในการใช้บริการ ความสะอาดของสถานที่ และความสะดวกสบายของโต๊ะที่นั่ง ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาอาหารมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น สะดวกต่อ

การเดินทาง และสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย และด้านผลิตภัณฑ์ ความไพเราะของเสียงดนตรีและเสียงร้อง และรสชาติของอาหาร ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการภัตตาคารและผับในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคารและผับ นำไปพัฒนาปรับปรุงธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ เพศชายใช้บริการภัตตาคารและผับมากกว่าเพศหญิง โดยจะเลือกร้านที่มีบริเวณที่โล่ง อากาศถ่ายเทได้สะดวก มักไปภัตตาคารและผับ ในวันศุกร์และเสาร์ ซึ่งวันรุ่งขึ้นเป็นวันหยุด ดังนั้นจึงควรจัดให้มีการแสดงโชว์ต่าง ๆ ที่มีผู้หญิงเป็นผู้แสดงสำหรับลูกค้าเพศชาย และถ้าหากต้องการเพิ่มยอดขายในช่วงวันธรรมดา (จันทร์ – พฤหัสบดี) ควรมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การจัดโปรโมชั่นมิกเซอร์ เป็นต้น จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการและด้านบุคลากรมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการในการรับคำสั่งอาหาร การได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีการให้บริการอย่างเสมอภาครวมทั้งมีการคิดเงินได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วดังนั้นจึงควรเน้นในเรื่องของกระบวนการต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องและรวดเร็วอยู่เสมอ โดยอาจมีการพัฒนาใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสั่งอาหาร เครื่องดื่ม และคิดเงินจากลูกค้า เป็นต้น ส่วนในด้านของบุคลากรควรมีการตรวจสอบพนักงานที่ทำหน้าที่จากทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ โดยอาจจะมีบุคคลภายในตรวจสอบด้วยตนเองตามตารางที่กำหนด และมีการรับคำแนะนำจากลูกค้าที่มาใช้บริการไปพร้อม ๆ กันด้วย