

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในเขตจังหวัด ชลบุรี
นักศึกษา	นางสาวบุษกร รักรการ
รหัสนักศึกษา	55671202
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์อมรศรี ต้นพิพัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

ศูนย์การค้าเป็นที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นมากกว่าร้อยละ 50 ด้วยอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 15-20 ต่อปี และมีมูลค่าตลาดสูงถึง 14,000 ล้านบาท นอกจากนี้เรื่องของภาพลักษณ์ที่ดูหรูหรา และกระแสของสุขภาพที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นจุดแข็งของอาหารญี่ปุ่นรสชาติต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถปรับเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้แนวโน้มของธุรกิจนี้ดีขึ้น ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้ เน้นเลือกตลาดในส่วนของอาหารญี่ปุ่นเพื่อแสดงถึงความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ อาทิเช่น ซูชิ ราเมน อุด้ง โชบะ หม้อไฟ ชาบู ข้าวราดแกงกะหรี่ ข้าวหน้าต่าง ๆ ของญี่ปุ่น เป็นต้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในเขตจังหวัดชลบุรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 390 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในจังหวัดชลบุรี และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ร้อยละ และสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพื่อนโดยนิยมรับประทานซูชิ ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ เหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพราะชื่นชอบในรสชาติ และตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยตัวเอง โดยรับประทานเป็นมือปกติ และมักจะเข้าใช้

บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการจะเป็นเวลา 16.01-21.00 น. ร้านที่นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ ฟุจิ มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อมื้อ 500-1,000 บาท โดยรู้จักและรับข่าวสารร้านอาหารญี่ปุ่นจากสื่ออินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอาหารญี่ปุ่น พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าควรให้ความสำคัญในด้านโภชนาการให้มากขึ้น เช่น แนะนำคุณค่าทางโภชนาการที่ควรได้รับในแต่ละวัน เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์การเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ และควรมีการเพิ่มปริมาณให้เหมาะสมกับราคา เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากในห้างสรรพสินค้ามีคู่แข่งที่เป็นร้านอาหารชนิดอื่นอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเพิ่มบริการสั่งออนไลน์ได้ และจัดส่งด้วยความรวดเร็ว ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของร้านอาหารทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ข่าวสารถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เน้นการอบรมพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น และจัดสรรพื้นที่ในร้านให้เพียงพอต่อความต้องการเข้าใช้บริการของลูกค้า