

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน

สันติ เฮงสุน¹ ชมพูนุท อ่าช้าง²

¹นิสิตสาขาการจัดการอุตสาหกรรมพาณิชยนาวิ คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²อาจารย์ประจำคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) เพื่อสำรวจลักษณะปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน 2) เพื่อให้ผู้ประกอบการในเขตบางแสนหรือพื้นที่รอบเขตบางแสน สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของอาหารและคุณภาพของการบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไปการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นิสิตชั้นปีที่ 4 สาขาการจัดการอุตสาหกรรมพาณิชยนาวิ มหาวิทยาลัยบูรพา ปี 2564 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำนวน 80 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ SWOT

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังต่อการใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสนมากที่สุด คือ ร้านอาหาร Fast Food รองลงมา คือ ร้านอาหาร Buffet ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี รามง ร้านอาหารจานด่วน ได้แก่ ข้าวมันไก่ สุกี้ ร้านอาหารประเภทเส้น ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่า ผัด และร้านอาหารตามสั่งอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด ตามลำดับ โดยในภาพโดยรวมแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจร้านอาหาร Fast Food สูงที่สุดและให้ระดับความพึงพอใจร้านอาหารตามสั่งต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าร้านอาหาร Fast Food สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของปัจจัยที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ดีที่สุด ส่วนร้านอาหารตามสั่งยังตอบโจทย์ของปัจจัยที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ได้น้อย เราจึงทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อเสริมและพัฒนาจุดแข็ง ลดจุดอ่อนและปรับปรุงคุณภาพของร้านอาหารแต่ละประเภทให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคต่อไป

บทนำ (INTRODUCTION)

ในปัจจุบันนี้ในประเทศไทยมีร้านอาหารเกิดขึ้นมากมายหลายประเภทเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิต ธุรกิจร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญยิ่งต่อภาคบริการและเศรษฐกิจของไทย มีมูลค่าหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 4 แสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 4.7% ของ GDP ภาคบริการธุรกิจร้านอาหารมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยภาคการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี (ศูนย์วิจัยกสิกร,2563)

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจร้านอาหาร มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อประเทศไทย ในการสร้างมูลค่า สร้างชื่อเสียง ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยรสชาติของอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์ มีความสำคัญต่อสังคมในการกระจายรายได้ การสร้างอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ นายจ้างลูกจ้าง เกิดการแข่งขันการค้า ทำให้ในแต่ละครัวเรือนที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารขนาดครอบครัวเกิดความกระตือรือร้นที่จะทำร้านอาหารของตัวเองให้เกิดความแปลกใหม่ โดดเด่นไม่เหมือนใคร ทำให้คนที่ผ่านไปผ่านมาเกิดความสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการ ในส่วนนี้ร้านอาหารในเขตบางแสนก็เกิดธุรกิจร้านอาหารใหม่ๆหรือเจ้าเดิมที่พัฒนารูปแบบ

ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบร้านใหม่ถึงแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด19 ก็ตาม ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสนโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 สาขาการจัดการอุตสาหกรรมพาณิชยนาวิ คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 80 คน เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นควรว่าที่จะมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตบางแสน จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร

บททวนวรรณกรรม (LITERATURE REVIEW)

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาร้านอาหารในเขตบางแสน เพื่อใช้เป็นแนวทางเพื่อส่งเสริมการขาย และเพิ่มคุณภาพของร้านอาหารในเขตบางแสน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดจึงได้สืบค้นความรู้ ทฤษฎี รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทาง ดังต่อไปนี้

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทร้านอาหาร (Type of Restaurants)

กระทรวงพาณิชย์ (2556) แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่

1.1 ร้านอาหารระดับหรู (fine dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่าง ประณีต สวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว

1.2 ร้านอาหารระดับกลาง (casual dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอสสมควรเน้นบรรยากาศแบบสบายๆเป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง

1.3 ร้านอาหารทั่วไป (fast dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก

1.4 ร้านริมบาทวิถี (kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่ายๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร (Food Quality)

คุณภาพอาหาร (Food Quality) คือ อาหารตามมาตรฐานการผลิตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในอาหารสามลักษณะทั่วไปที่กำหนดคุณภาพอาหาร คือ ความปลอดภัย ความดึงดูดใจและการยอมรับ ในบรรดาคุณลักษณะเหล่านี้ ความดึงดูดใจประกอบด้วยรายการต่างๆ เช่น รสชาติ การนำเสนอ สดสีและอุณหภูมิ (Sulek & Hensley, 2004)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การถือหลักการดำเนินงานให้บริการที่ปราศจากข้อบกพร่องสามารถทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการและตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ (Kitapic, Akdogan, & Dortyol ,2014)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)

จิตติภา สัมพันธ์พร (2556) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่มาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่และเป็นสื่อที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อย่างรวดเร็วธุรกิจต่างๆ จึงนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็น

ช่องทางในการสื่อสาร เช่น ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น โดยทาง ผู้บริโภคสามารถได้ตอบสนองความคิดเห็นกลับมายังธุรกิจที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ได้อย่างรวดเร็ว

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความใส่ใจในสุขภาพ (Health Concern)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 1948) ได้ให้ความหมายของสุขภาพ คือ ภาวะที่มี ความสมบูรณ์ทั้ง ทางร่างกาย ทางจิตใจ และทางการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี ไม่ใช่เพียงแต่ความจากปราศจากโรค หรือทุพพลภาพ เท่านั้น

พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (2550) ได้ให้ความหมายของสุขภาพ คือ ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทาง ภาย ทางจิต ทางปัญญา และทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล อาหารสุขภาพ คือ อาหารที่ได้รับประทานเข้าสู่ ร่างกายก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพและจิตใจ

6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ (Decision to Use the Service)

นิวต์ กลิ่นงาม (2525) กล่าวว่า วิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจ ประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจการ รับรู้การเรีขนรู้บุคลิกภาพและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งจะสะท้อนถึงความต้องการ ความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือก หลากหลาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องกับข้อสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มาและสุดท้ายคือการประเมิน ค่าของทางเลือกเหล่านั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

1. วนิตา สิงห์จาวลา (2554) ได้ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจร้านอาหารเนื้อย่าง -หมูย่างโนบิตะ
2. นิภาวรรณ สุนทร โอวาท (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหารที่สื่อถึงประเภท อาหารและระดับของร้านอาหาร
3. รัชนีวรรณ วัฒนปริญาและกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. จิตภา สดสี (2557) ได้ศึกษาเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าและคุณภาพบริการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เกอ ช่ง (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจใน สุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย (RESEARCH METHODOLOGY)

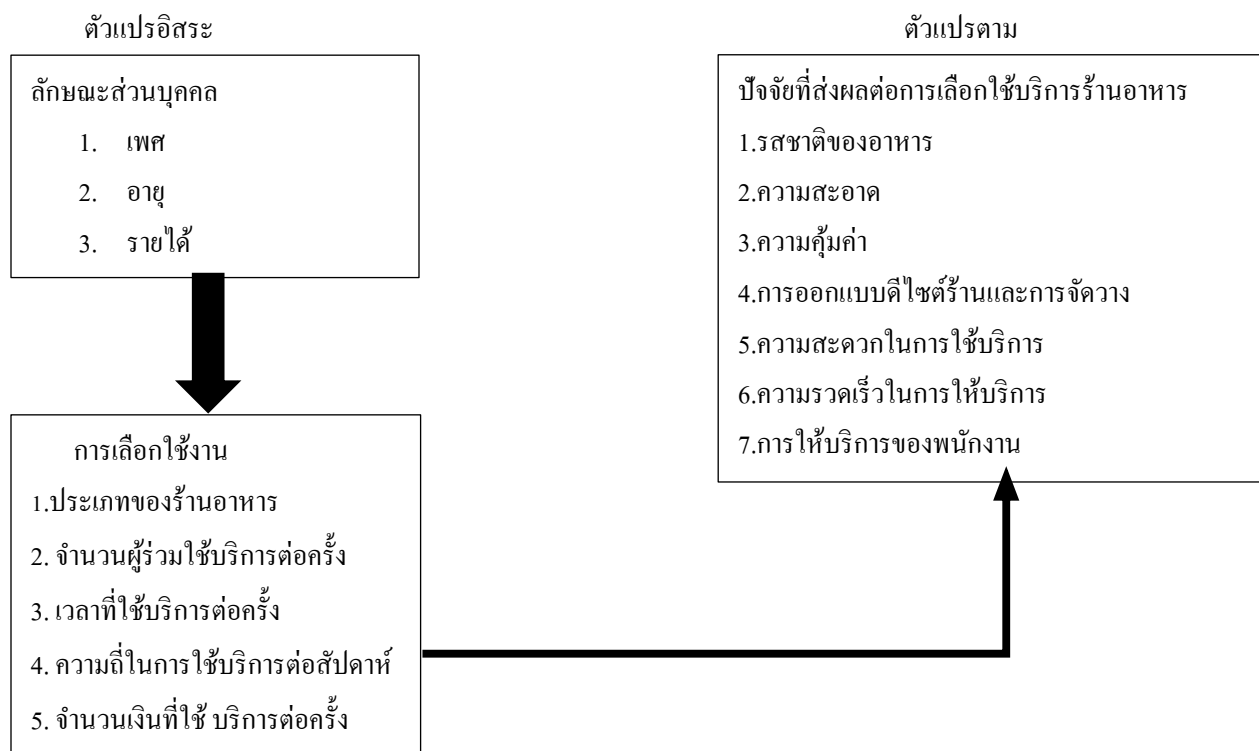
การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้การทำแบบสอบถามและทำการกำหนดกลุ่ม ตัวอย่างแบบสุ่มโควต้า เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน โดยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน ขึ้นมาจากนิสิตชั้นปีที่ 4 สาขาการจัดการอุตสาหกรรมพาณิชยนาวิ คณะ โลกีสติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นผู้ที่ มีประสบการณ์การใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Forms เนื่องจากเป็นวิธีการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย และสร้างความสะดวกสบายให้กับกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ลดระยะเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

รวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล โดยมีใจความดังต่อไปนี้

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน โดยเริ่มจากการค้นคว้า รวบรวมข้อมูลความรู้ ทำการพิจารณาแหล่งที่มาของข้อมูล ความน่าเชื่อถือ จากนั้นนำข้อมูลต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT Analysis เมื่อเลือกใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อเป็นวิธีในการเก็บข้อมูลแล้วก็ได้ทำการออกแบบแบบสอบถามวิเคราะห์การตัดสินใจในการใช้บริการและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ในส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการและคุณภาพที่ได้รับ ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นในการใช้บริการ เมื่อทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการส่งแบบสอบถามให้ทำในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเป็นความสะดวกแก่ผู้ทำแบบสอบถาม และหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จากนั้นทำการรวบรวมผลสำรวจเพื่อสรุปผลและอภิปรายผลที่ปรากฏ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสนมีกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบดังนี้



ผลการศึกษา (RESEARCH FINDING)

ตาราง 1: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารแต่ละประเภท

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหาร	ตามสั่ง \bar{X}	จานด่วน \bar{X}	เส้น \bar{X}	Fast food \bar{X}	Buffet \bar{X}	ญี่ปุ่น \bar{X}	เฉลี่ย
1.รสชาติของอาหาร	4.07	4.25	4.22	4.43	4.58	4.53	4.34
2.ความสะอาด	3.72	3.83	3.80	4.36	4.06	4.38	4.02
3.ความคุ้มค่า	4.13	4.18	4.03	4.16	4.53	4.12	4.19
4.การออกแบบดีไซน์ร้านและการจัดวาง	3.43	3.52	3.55	4.37	4.11	4.28	3.87
5.ความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน สั่งอาหารได้ง่าย	3.91	3.93	3.92	4.35	4.23	4.27	4.10
6.ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.85	3.91	3.96	4.15	3.95	3.82	3.94
7.การให้บริการของพนักงาน เช่น การพูดจาไพเราะ ยิ้มแย้ม	3.95	3.93	3.90	4.40	4.33	4.32	4.13
เฉลี่ย	3.86	3.93	3.91	4.31	4.25	4.24	

โดยรวมแล้วคนส่วนใหญ่พึงพอใจประเภทของร้านอาหาร ดังนี้ คนส่วนใหญ่พึงพอใจกับร้านอาหารประเภท Fast food อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาตามลำดับคือ ร้านอาหาร Buffet อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี รามงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ร้านอาหารจานด่วน ได้แก่ ข้าวมันไก่ สุกีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) ร้านอาหารประเภทเส้น ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่าผัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และร้านอาหารตามสั่งอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดคือ ($\bar{X} = 3.86$)

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (DISCUSSION/CONCLUSION)

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการ มีประเด็นที่สามารถนำมา อภิปรายผลได้ดังนี้

โดยรวมแล้วคนส่วนใหญ่พึงพอใจประเภทของร้านอาหาร ดังนี้ คนส่วนใหญ่พึงพอใจกับร้านอาหารประเภท Fast food อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ ร้านอาหาร Buffet อยู่ในระดับมากที่สุด ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี รามงอยู่ในระดับมากที่สุด ร้านอาหารจานด่วน ได้แก่ ข้าวมันไก่ สุกีอยู่ในระดับมาก ร้านอาหารประเภทเส้น ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่าผัดอยู่ในระดับมากและร้านอาหารตามสั่งอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน ได้แก่ ด้านรสชาติของอาหาร ด้านความสะอาด ด้านความคุ้มค่า ด้านการออกแบบดีไซน์ร้านและการจัดวาง ด้านความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน

สั่งอาหารได้ง่าย ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการให้บริการของพนักงาน เช่น การพูดจาไพเราะ ยิ้มแย้ม ส่วนใหญ่
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมาก
ที่สุดและมาก ซึ่งสามารถอภิปรายเป็นแต่ละด้านเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดตามลำดับได้ดังนี้

1. ด้านรสชาติของอาหาร พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
ได้แก่ ร้านอาหาร Buffet ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารตามสั่ง
2. ด้านความคุ้มค่า พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่
ร้านอาหาร Buffet ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารประเภทเส้น
ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่าผัด
3. ด้านการให้บริการของพนักงาน เช่น การพูดจาไพเราะ ยิ้มแย้ม พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจาก
การให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารประเภท Fast food ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ใน
ระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารประเภทเส้น ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่าผัด
4. ด้านความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน สั่งอาหารได้ง่าย พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึง
พอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารประเภท Fast food ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้
บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารตามสั่ง
5. ด้านความสะอาดเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 5 พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการ
ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี ราเมง ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ใน
ระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารตามสั่ง
5. ด้านความสะอาด 5 พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่
ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี ราเมง ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ
ร้านอาหารตามสั่ง
6. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับ
มาก ได้แก่ ร้านอาหารประเภท Fast food ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ
ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี ราเมง
7. ด้านการออกแบบดีไซน์ร้านและการจัดวาง พบว่า ร้านอาหารที่มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่
ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารประเภท Fast food รองลงมา คือ ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น แกงกะหรี ราเมง ระดับความพึงพอใจ
ที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมาก คือ ร้านอาหาร Buffet ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการอยู่ในระดับมาก
แต่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้านอาหารตามสั่ง

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการนำไปใช้ จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตบางแสน ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารประเภทต่างๆและความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทางร้านอาหารในเขตบางแสนและใกล้เคียง รวมทั้งร้านอาหารที่อื่นๆก็สามารถศึกษาปัจจัยและแนวทางกลยุทธ์ในการปรับตัวให้รู้ถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยทางกลุ่มเรามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ร้านอาหารทั้ง 6 ประเภทควรเสริมในเรื่อง ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการและด้านการออกแบบดีไซน์ร้านและการจัดวางให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากยังคงเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความพึงพอใจค่อนข้างน้อย
2. ร้านอาหารทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ร้านอาหารตามสั่ง ร้านอาหารประเภทเส้น ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว มาม่าผัดและร้านอาหารจานด่วน ได้แก่ ข้าวมันไก่ สุกี้ ถึงแม้ผู้บริโภคจะเข้าใช้บริการร้านอาหารเหล่านี้มากที่สุดเพราะ อาหารมีรสชาติอร่อยและคุ้มค่า แต่ร้านอาหารเหล่านี้ยังคงได้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยอื่นๆน้อยอยู่ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรศึกษากลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างปัจจัยอื่นๆตามไปด้วย
3. ร้านอาหารต่างๆควรมีทักษะในเรื่องของการถ่ายรูปอาหารแล้วลงผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการโฆษณาอาหารของตนเองเนื่องจากผู้บริโภคบางคนมีความสนใจในเรื่องของการลองอะไรใหม่ๆ หากเป็นเมนูที่ทางร้านได้คิดค้นมาใหม่ ผู้บริโภคกลุ่มนั้นก็อาจจะให้ความสนใจอย่างมาก
4. เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้สะดวกสบาย เช่น Grab, Line man, Food Panda ดังนั้นเราควรหากเราทำการจัดหมวดหมู่อาหารในร้านของเราโดยเฉพาะให้เป็นระเบียบ ผู้บริโภคก็จะสนใจ เช่น เมนูอาหารที่ใครมาก็ต้องสั่ง เมนูที่พลาดไม่ได้ของทางร้าน หมวดของทอด ผัด ต้ม แกง ของหวาน เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้ไปหน้าร้าน การจัดระเบียบและการแนะนำแบบนี้ก็ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ
5. ร้านอาหารควรมีการสร้างฟอร์มให้ลูกค้า เพื่อให้คะแนน รีวิว หรือข้อความแนะนำหลังจากที่รับประทานอาหารเสร็จ ว่ารสชาติอาหารและการบริการของทางร้านเป็นอย่างไร ควรปรับปรุงตรงไหนบ้าง และทางร้านเองก็นำคำแนะนำของผู้ใช้บริการ ไปปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความใส่ใจและการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงทางร้านอาหารเองก็ได้มุมมองหรือคำแนะนำไปพัฒนาร้านต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ ชมพูนุช อ่ำช้าง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและขอมอบความกตัญญูตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียวและยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและรัชนิวรรณ วัฒนปริญญา. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก <http://thaiejournal.com/journal/2556volumes2M/18.pdf>
- เกอ ช่ง. (2559). คุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2660>
- จรรยา เหมไพบุลย์. (2562). การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารยกยอริมคลองจังหวัดสมุทรสาคร. เข้าถึงได้จาก <https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2020/11/MBA-2020-IS-The-Decision-Making-of-Going-to-Eat-at-Yokyorrimkong-Restaurant-compressed.pdf>
- จิตาภา สดดี. (2557). สื่อสังคมออนไลน์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1911/1/jidapa_sods.pdf
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2558). ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2109/1/nattawut_rung.pdf
- แทนพงศ์ แทนชัยกุล. (2559). แผนธุรกิจร้านชาบูฟาร์ม (Shabu Farm). เข้าถึงได้จาก https://www.smeleader.com/files/business_plan/business_plan_buffet_restaurant02.pdf
- นลินนาถ กุ๋พวงไพโรจน์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5602030073_902_257.pdf
- นิภาวรรณ สุนทรโอวาท. (2555). ปัจจัยการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหารที่สื่อถึงประเภทอาหารและระดับของร้านอาหาร กรณีศึกษา : ร้านอาหารญี่ปุ่น. เข้าถึงได้จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/748>
- วนิดา สิงห์จาวลา. (2554). แผนธุรกิจร้านอาหารเนื้อย่าง - หมูย่าง โนบิตะ. เข้าถึงได้จาก https://www.smeleader.com/files/business_plan/business_plan_buffet_restaurant10.pdf
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2564). หลักสำคัญการ เปิดร้านอาหารตามสั่ง ขายได้แค่ไหนถึงจะไม่เจ๊ง. เข้าถึงได้จาก https://www.sentangedtee.com/exclusive/article_137343