

## การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ( THE DECISION SELECTION RESTAURANT SERVICES OF CONSUMERS IN BANGKOK )

รัชนิวรรณ วัฒนปริญญา <sup>1</sup> กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ <sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อศึกษา ด้านประชากร และด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยใช้แบบสอบถาม เป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน มีการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน ANOVA, T-TEST, F-TEST โดยทดสอบทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง อายุ 20-29 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001 –20,000 บาท และเลือกรูปแบบการใช้บริการรับประทานที่ร้านและซื้อไปรับประทานที่บ้าน ผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหาร คือ 2-3 คน โดยวันที่ชอบมาใช้บริการคือวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ เวลา ที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร ช่วงเวลา 19.01 -22.00 น.ความถี่ในการใช้บริการ คือ จำนวน 1 -2 ครั้ง โดยมีจำนวนเงินต่อครั้งที่รับประทานอาหาร น้อยกว่า 500 บาท /ครั้ง และสื่อที่ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารของร้านอาหารคือป้ายหน้าร้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร คือ เดินทางสะดวกสบาย

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

<sup>2</sup> ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษานโยบายบริหาร มหาวิทยาลัยรังสิต

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในด้าน ลักษณะบริการ จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ วัน เวลา ความถี่ จำนวนเงิน ข่าวดสารข้อมูล เหตุผลที่เลือกใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร

**คำสำคัญ:** ร้านอาหาร, การบริการ

### ABSTRACT

The purpose of the independent study to study demography and the consumer behavior which impact the decision selection restaurant services of consumers in Bangkok by using the 400 questionnaires. The statistic analysis methods are the descriptive statistics and the inferential statistics; One-way Anova : F-test and T- test for testing the hypothesis at 0.05 significant level.

The result of this independent study shown that most of the respondents Are 20-29 years old Single ,Master Degree graduated, working in the private company income is 15,001 -20,000 baht and choose to access the store and buy food to eat. The service at the restaurant is like 2-3 people a day come to the holiday Saturday - Sunday at the chosen restaurant between 19:01 to 22:00 am in the service number is 1 -2 times the amount of time to eat less than 500 baht / time and media. Please note that the information of the restaurants. Facia reasons for Choosin grestaurant is convenient.

The results of hypothesis test revealed that gender, age, marital status, education, occupation, income impact the decision selection restaurant services of consumers in Bangkok and consumer behavior in the style restaurant offers a number of joint time-frequency amount of information. Why options. impact the decision selection restaurant services of consumers.

**KEY WORDS:** RESTAURANT; SERVICES

## บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย มีอยู่ 61,760 ราย สร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 200,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจาก ธุรกิจร้านอาหารของคนไทยส่วนใหญ่ ยังเป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่ยังมีข้อจำกัดในการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันยังขาดกระบวนการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาคุณภาพของธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้ตั้งเป้าผลักดันธุรกิจร้านอาหารเข้า สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั้งชาวไทย และ ชาวต่างประเทศจากการเติบโตดังกล่าว ผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆต้องเร่งปรับตัวใน การพัฒนาร้านอาหาร ให้ดีในการบริการลูกค้า และรสชาติอาหาร ความสะอาด ความสดของอาหาร มีเมนูอาหารที่หลากหลาย และ น่าสนใจโดยนำการบริหารร้านอาหารโดยใช้หลักการตลาดมาช่วยพัฒนาร้านให้ดียิ่งขึ้น

## ลักษณะร้านอาหาร

กระทรวงพาณิชย์ แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่

- 1.ร้านอาหารระดับหรู ( fine dining ) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีต สวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว
- 2.ร้านอาหารระดับกลาง ( casual dining ) เป็นร้านที่มี การออกแบบตกแต่งแบบพอสมควรเน้นบรรยากาศแบบสบายๆ เป็นกันเอง ราคาอาหาร ระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง
- 3.ร้านอาหารทั่วไป ( fast dining ) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก

4.ร้านริมบาทวิถี ( kiosk ) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

### ปัญหาธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารของไทยยังไม่สามารถขยายธุรกิจให้เติบโต เข้มแข็งและไปสู่สากลได้ เนื่องจากมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ได้แก่

- ด้านบุคลากร ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ และสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ
- ด้านเงินทุนหมุนเวียน ไม่สามารถหาแหล่งเงินกู้ใหม่ ๆ ได้เนื่องจากขาดข้อมูลข่าวสาร และวิธีการเขียนแผนธุรกิจ
- ด้านการตลาด ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และควมมีเอกลักษณ์โดดเด่นของร้าน
- ด้านการบริหารจัดการ ไม่มีความพร้อมในการจัดหาและพัฒนา ระบบวิธีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ และการฝึกอบรมยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ

จากปัญหาดังกล่าวผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจึงต้องมีการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลประกอบการที่ดีเลิศ และ ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสรรหาและ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารหรือเสนอความคิดเห็น เพื่อสร้างความรัก และ รักดีต่อองค์กรมีบริการที่ดีและเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการ สร้างชื่อร้าน หรือเอกลักษณ์ของร้านเพื่อให้ลูกค้าระลึกและจดจำได้ง่าย เสนอบริการรูปแบบอาหารใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลประชากร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพ , การศึกษา , อาชีพ ,รายได้ ที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร

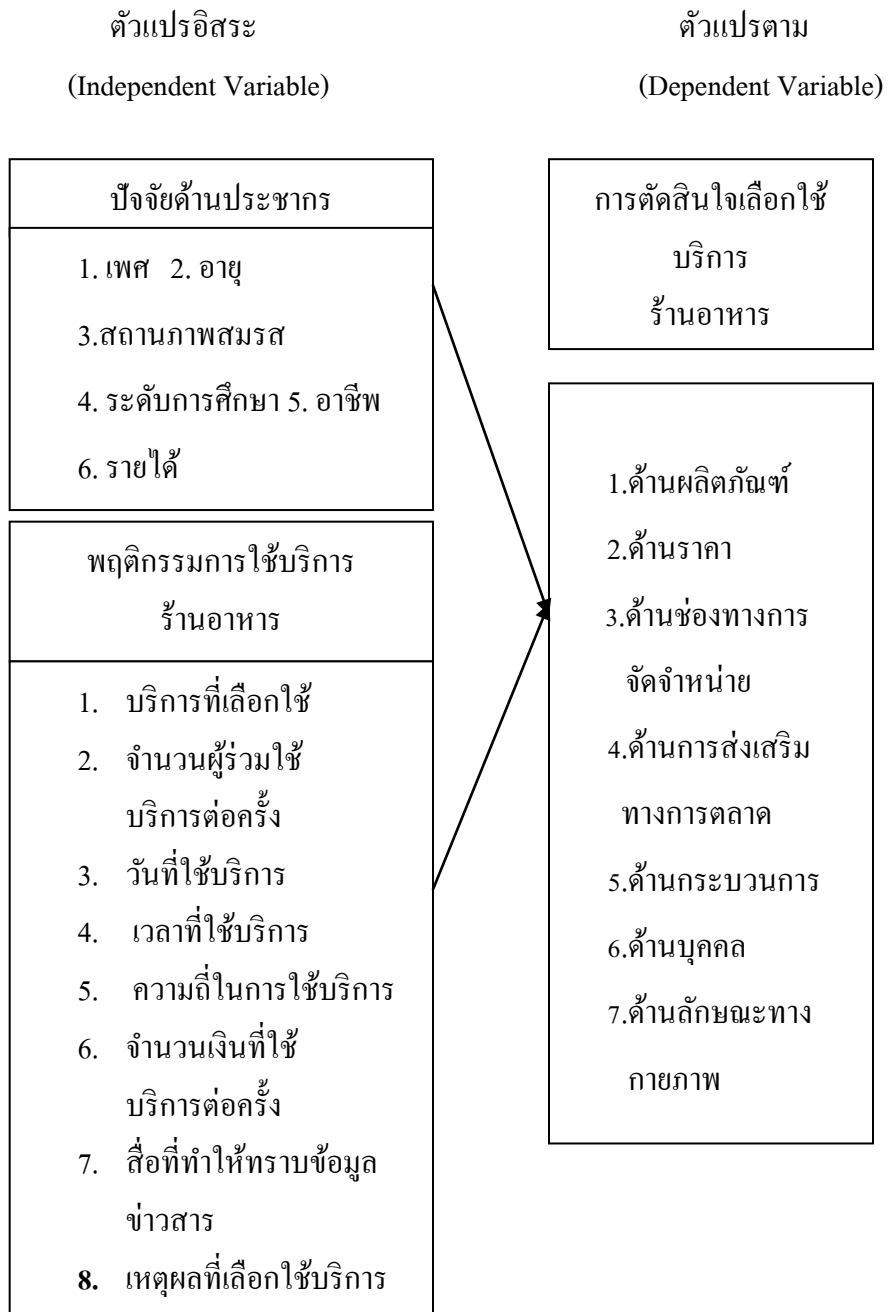
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคประกอบด้วยบริการที่เลือกใช้, จำนวนผู้ร่วมใช้บริการต่อครั้ง, วันที่ใช้บริการ, เวลาที่ใช้บริการ, ความถี่ในการใช้บริการ, จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง, สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสาร และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร

#### **สมมติฐานของการวิจัย**

1. ปัจจัยด้านประชากรมีความแตกต่างกับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมีความแตกต่างกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลข้อมูลปัจจัยด้านประชากรที่ได้จากการศึกษาไปใช้ทำการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค
2. เพื่อนำผลข้อมูลด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบทางการตลาด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร
3. เพื่อนำผลข้อมูลด้าน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ได้ จากการศึกษาไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อลดความเสี่ยง ในการทำธุรกิจ และจะทำให้ประสบความสำเร็จ

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียวซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยการใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดขนาดตัวอย่างและการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากรการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) F-test, (T-test) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดย สเกลของข้อมูลแบ่งออกเป็น 6 ระดับ ( RATING SCALE )

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001 –20,000 บาท

## 2. สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกรูปแบบการให้บริการแบบใช้บริการทั้งสองอย่าง ผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหาร คือ 2-3 คน โดยวันที่ชอบมาใช้บริการ คือวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ เวลา ที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร คือระหว่างเวลา 19.01 -22.00 น.ความถี่ในการใช้บริการ คือ จำนวน 1 -2 ครั้ง โดยมีจำนวนเงินต่อครั้งที่รับประทานอาหาร น้อยกว่า 500 บาท /ครั้ง และสื่อที่ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารของร้านอาหารคือ ป้ายหน้าร้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร คือ เดินทางสะดวกสบาย

## 3. สรุปผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติที่ถูกต้องปากของอาหาร ด้านราคา ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านอาหาร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย บรรยากาศการตกแต่งร้านดูดีสวยงามมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการขายมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดค่าอาหาร ด้านกระบวนการ ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการและลูกค้าได้รับบริการอย่างรวดเร็ว การบริการพนักงานภายในร้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมารยาท และมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีพื้นที่ให้บริการสะอาด กว้างขวางไม่แออัด



### ตารางแสดงผลสรุป การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในเขตกรุงเทพฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร	ปัจจัยด้านประชากร					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1.ผลิตภัณฑ์	√			√		
2.ราคา	√			√		
3.สถานที่จัดจำหน่าย			√	√		√
4.การส่งเสริมการตลาด			√	√	√	
5.ด้านกระบวนการ		√				
6.ด้านการบริการพนักงานภายในร้าน						
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ		√	√	√	√	√

สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมีความแตกต่างกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร	พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหาร							
	บริการที่เลือกใช้	จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ	วันที่ใช้บริการ	เวลาที่ใช้บริการ	ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวนเงินต่อครั้ง	สื่อที่ข้อมูลข่าวสาร	เหตุผลที่ใช้บริการ
1.ผลิตภัณฑ์	√							√
2.ราคา				√		√	√	
3.สถานที่จัดจำหน่าย	√		√			√	√	√
4.การส่งเสริมการตลาด	√	√		√				√
5.ด้านกระบวนการ	√	√	√	√		√		
6.ด้านการบริการพนักงานภายในร้าน	√	√		√				
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ	√	√				√		√

### ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้	ค่านัยสำคัญที่ได้	ผลลัพธ์
<u>สมมติฐานที่ 1</u>			
เพศ	t-Test	0.262	ปฏิเสธ
อายุ	F-Test	0.335	ปฏิเสธ
สถานภาพสมรส	F-Test	0.357	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	F-Test	0.062	ยอมรับ
อาชีพ	F-Test	0.267	ปฏิเสธ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-Test	0.228	ปฏิเสธ
<u>สมมติฐานที่ 2</u>			
บริการที่เลือกใช้	F-Test	0.027	ปฏิเสธ
จำนวนผู้ร่วมใช้บริการต่อครั้ง	F-Test	0.192	ปฏิเสธ
วันที่ใช้บริการ	F-Test	0.118	ปฏิเสธ
เวลาที่ใช้บริการ	F-Test	0.114	ปฏิเสธ
ความถี่ในการใช้บริการ	F-Test	0.343	ปฏิเสธ
จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง	F-Test	0.124	ปฏิเสธ
สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสาร	F-Test	0.245	ปฏิเสธ
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	F-Test	0.196	ปฏิเสธ

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าเพศ, อายุ, สถานภาพ, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปไม่มีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร และพฤติกรรมการใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งนี้

จากผลการวิจัยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ มีผู้ร่วมรับประทานอาหารในแต่ละครั้ง 2-3 ท่าน และ เวลาที่ชอบไปทานอาหารคือวันหยุด เสาร์ – อาทิตย์ โดยจะ ใช้บริการ 1-2 ครั้ง /สัปดาห์ทำให้เห็นว่า ควรเตรียมพร้อมในการให้บริการโดยจัดสินค้าและ บริการให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะการบริการภายในร้านอาหาร และกระบวนการให้บริการ ต้องรวดเร็ว และครบถ้วน

ผลการวิจัยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายในช่วงเวลาวันหยุด ซึ่งจะตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นหากร้านค้า ต้องการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้โดยผ่านช่องทาง จึงควรเลือกทำป้ายโฆษณาที่หน้าร้านดีที่สุด ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากที่สุดและควรทำWEB SIDE ร้านอาหาร เป็นอีกช่องทางที่ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักและรับทราบข่าวสารข้อมูลจากทางร้าน ผลิตภัณฑ์ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจคืออาหารจะต้องมีความสดใหม่ และรสชาติที่ถูกปากและราคาอาหารต้องเหมาะสมไม่แพงจนเกินไปและ รวมทั้งการบริการของพนักงานในร้านที่สำคัญต้องบริการที่ดี เป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและทำให้ลูกค้ากลับมาทานอาหารที่ร้านอีก

### 5.4 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ด้านการบริการพนักงานภายในร้านจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านพนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ดังนั้นร้านอาหารเป็นธุรกิจให้บริการ ซึ่งบุคลากรมีความสำคัญมากในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจได้ ดังนั้นทางร้านจึงต้องทำการคัดเลือกบุคลากรที่มีรักในงานบริการ และทำการจัดฝึกอบรมทั้งในเรื่องหน้าที่การทำงาน รายละเอียดของสินค้า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมถึงการให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจ และพึงพอใจในการมาใช้บริการ ทำให้อยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคา การกำหนดเมนูอาหารควรมีการวางแผนด้านรายการอาหารที่หลากหลาย รวมถึงเมนูที่มีความชำนาญเป็นพิเศษของทางร้าน ควรทำการศึกษาประเภทอาหารที่ลูกค้าชอบ และ หาราคาลินค้าที่เหมาะสมของร้านอาหารให้ตรงกับความพึงพอใจของลูกค้าและร้านอาหารมีกำไรจากการขาย ควรทำการศึกษาหาวิธีการจะสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้เป็นลูกค้าประจำ และเป็นผู้โฆษณาสินค้าให้อีกด้วย

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ป้ายหน้าร้าน ด้านความสะอาด ภายในร้านอาหาร ดังนั้นร้านอาหารควรจัดให้มีพนักงานประจำคอยดูแลความสะอาดทั้งภายในและบริเวณรอบๆร้านอย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจร้านอาหาร และควรให้ความสำคัญกับการดูแลในเรื่องความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ควรจัดบรรยากาศภายในร้านให้มีความรู้สึกเป็นกันเอง อบอุ่น โល่งกว้างขวาง นั่งสบาย ไม่อึดอัด และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ รวมทั้งการจัดจุดให้บริการสำหรับนั่งรอคิว

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. 2546. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, เอกชัย อภิศักดิ์กุล, และจตุพร เลิศล้ำ. การวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:วิรัตน์ เอ็ดดวู้ช, 2553.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, ไกรจิต สุตะเมื่อง, เฉลิมพร เย็นเชือกและเรวดี อันนันทน์. ระเบียบวิธีวิจัยพิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:วิรัตน์ เอ็ดดวู้ช, 2554.
- จันทิมา ไชยศักดิ์นเรศ. “พฤติกรรมการใช้บริการสถานจำหน่ายอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

จิราวรรณ ทองบุญเรือง. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการภัตตาคารและผับบริเวณถนนศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรปราการ” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง , 2554  
 ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. หลักการจัดการ:องค์การ และการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ชนิดา เสถียรธนากร. “คุณค่าตราสินค้าและทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการของผู้บริโภคที่มีต่อภัตตาคารอาหารฟู้จี้” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , กรุงเทพมหานคร, 2551.

ฐิตาภัทร์ รัตน์นิธิพงศ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารแบบเร่งด่วนของชนชั้นกลางของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.

ธงชัย สันติวงษ์ .พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด .พิมพ์ครั้งที่10. กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนาพานิช ,2546.

ธนชัย ใจเที่ยง. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในตลาดกระบี่” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง , 2554  
 ชีรภิกดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา. การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

นพดล เจริญวิริยะธรรม. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.

บรรยงค์ โดจินดา .องค์การและการจัดการ.พิมพ์ครั้งที่ 4 .กรุงเทพฯ:รวมสาสน์ ,2548.

พิกุล ทักษิณวราจาร. รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า. สัมภาษณ์โดย ASTV ผู้จัดการออนไลน์. 29 มีนาคม 2555.

ฟิลิป คอตเลอร์ .หลักการตลาด แปลโดย วาโรณี ตันติวงษ์วานิชและคณะ.กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด, 2545.

เรวัตี แสงสุริยงค์ . “ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ : ตัวแบบสำหรับการให้บริการสาธารณะของไทย” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รัฐศาสตร์ดุสิตบัณฑิตสาขาวิชารัฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

วเรช จันทรศร. “ การพัฒนาต้นแบบการบริการสาธารณะที่เป็นเลิศ: กรณีศึกษาจากต่างประเทศ”. กรุงเทพมหานคร: สหยาบสื่อและการพิมพ์, 2544.

วัฒนา รัตนเรืองรักษ์. “ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในช่วงมือเย็น ของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร”, รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , 2551.

วันทนี วัฒนธนากร. “ พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสำหรับร้านอาหารเด็กในเขตกรุงเทพมหานคร”, รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2553.

ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2546.

สิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป, 2547.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี: ชวนพิมพ์, 2548.

สมคิด บางโม. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์, 2548.

- สันธนี พรหมอักษร. “คุณค่าตราสินค้าที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกาารของผู้บริโภคต่อ  
ภัตตาคารเอ็มเคโกลด์” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , 2551.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัย. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี:  
ชวนพิมพ์, 2548.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9 . กรุงเทพมหานคร: ขงพลเทรคคิง,  
2543.
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด . พิมพ์ครั้งที่ 1 .  
กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- Hawkins, Best and Coney. Consumer behavior, Market surveys. Boston: McGraw-  
Hill, 1998.
- Hoffman, K. Douglas and Bateson, John E.G. (2006). Services marketing :  
concepts, strategies & cases. Australia : Thomson/South-western.
- Kotler, Philip. Marketing Management. Englewood Cliffs: Prentice Hall. Meyer  
Research Center by POPAL, 2003.
- Millet, John D. Management in the Public Service . New York : McGraw  
Hill Book Company, 1954 .
- Rhodes, R.A. 1996. “The New Governance: Governing without Government.”  
Political Studies, 44, 4 (September). 652-667.
- Stanton, William J, & Futrell, Charles. (1987). Fundamentals of marketing  
(8 th ed.). New York : McGraw - Hill.
- Yamane, Taro. Statistics : An Introductory Analysis. Tokyo: Harper International  
Edition, 1970.



กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. “ธุรกิจร้านอาหาร / ภัตตาคารโครงสร้าง  
ธุรกิจ ลักษณะ ร้านอาหาร ” เข้าถึงได้จาก

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=705>

ภัตตาคารวิวัฒนาการของภัตตาคารในไทย ,การจำแนกประเภทโดย  
กระทรวงสาธารณสุข,เข้าถึงได้จาก ภัตตาคาร - วิกีพีเดีย

<http://th.wikipedia.org/wik>