

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โตะจีนในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โตะจีนในจังหวัดนครปฐม กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 160 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35-44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โตะจีนในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 40 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โตะจีนในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	1. รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.58) 2. คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.15)
ด้านราคา	1. ราคาที่เป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) 2. ราคาที่เหมาะสมกับชนิดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตาราง 40 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่สำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านการจัดจำหน่าย	1. ความสะดวกการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.97) 2. ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1. การให้เครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.10) 2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางนามบัตร แผ่นพับบนโต๊ะอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.73)
ด้านผู้ประกอบการ	1. ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) 2. ชื่อเสียงโดยรวมของผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
ด้านกระบวนการบริการ	1. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) 2. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1. ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) 2. ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)
รวม	

3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 จำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ พบว่ามีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 40

ตาราง 41 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	ปัจจัยย่อยที่สำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	รสชาติอาหาร
	หญิง	รสชาติอาหาร
ด้านราคา	ชาย	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	หญิง	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
ด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	หญิง	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	หญิง	การให้เครดิตในการชำระเงิน
ด้านผู้ประกอบการ	ชาย	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	หญิง	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ

ตาราง 41 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	ปัจจัยย่อยที่สำคัญ
ด้านกระบวนการบริการ	ชาย	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	หญิง	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ และความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	หญิง	ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์

3.2 จำแนกตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 41

ตาราง 42 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	รสชาติอาหาร
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	รสชาติอาหาร
	ปริญญาตรี	รสชาติอาหาร
	สูงกว่าปริญญาตรี	ชื่อเสียงผู้ประกอบการโต๊ะจีน รสชาติอาหาร คุณภาพอาหาร และความสะอาดถูกหลักอนามัย
ด้านราคา	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	ราคาที่เหมาะสมกับชนิดของอาหาร และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพอาหาร
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	ปริญญาตรี	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	สูงกว่าปริญญาตรี	ราคาที่เป็นมาตรฐาน ราคาที่เหมาะสมกับชนิดของอาหาร และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพอาหาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 42 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านการจัดจำหน่าย	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	ความเหมาะสมในการขนส่งวัตถุดิบ และความเหมาะสมในการเก็บรักษาวัตถุดิบ
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	ปริญญาตรี	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	สูงกว่าปริญญาตรี	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	การคิดราคาพิเศษ
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	ปริญญาตรี	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	สูงกว่าปริญญาตรี	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางนามบัตร แผ่นพับบนโต๊ะอาหาร และการให้เครดิตในการชำระเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 42 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	ปัจจัยย่อยที่สำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผู้ประกอบการ	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	ชื่อเสียงโดยรวมของผู้ประกอบการ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และความสะอาด ถูกหลักอนามัยของพ่อครัว แม่ครัว และพนักงานบริการ
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	ปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	สูงกว่าปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
ด้านกระบวนการบริการ	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการ ลำดับการออกอาหารก่อนหลัง และความถูกต้องของอาหาร
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	ปริญญาตรี	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	สูงกว่าปริญญาตรี	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการ และความถูกต้องของอาหาร

ตาราง 42 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระดับการศึกษา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	ปวช./ปวส. หรืออนุปริญญา	ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ และความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	ปริญญาตรี	ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	สูงกว่าปริญญาตรี	ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ ใ้ละเงินในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 42

ตาราง 43 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ ใ้ละเงินในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 11,800 บาท	รสชาติอาหาร
	11,800-17,099 บาท	รสชาติอาหาร
	17,100-22,399 บาท	รสชาติอาหาร
	22,400-27,699 บาท	รสชาติอาหาร
	27,700 บาทขึ้นไป	ชื่อเสียงผู้ประกอบการ ใ้ละเงิน และความหลากหลายของอาหาร
ด้านราคา	ต่ำกว่า 11,800 บาท	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	11,800-17,099 บาท	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	17,100-22,399 บาท	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	22,400-27,699 บาท	ราคาที่เป็นมาตรฐาน
	27,700 บาทขึ้นไป	ราคาที่เหมาะสมกับชนิดของอาหาร และราคาที่เหมาะสมกับปริมาณอาหาร

ตาราง 43 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 11,800 บาท	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	11,800-17,099 บาท	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	17,100-22,399 บาท	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	22,400-27,699 บาท	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
	27,700 บาทขึ้นไป	ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการโดยตรง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 11,800 บาท	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	11,800-17,099 บาท	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	17,100-22,399 บาท	การให้เครดิตในการชำระเงิน
	22,400-27,699 บาท	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต
	27,700 บาทขึ้นไป	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางนามบัตร แผ่นพับบนโตะอาหาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 43 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านผู้ประกอบการ	ต่ำกว่า 11,800 บาท	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	11,800-17,099 บาท	ชื่อเสียงโดยรวมของผู้ประกอบการ และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	17,100-22,399 บาท	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	22,400-27,699 บาท	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
	27,700 บาทขึ้นไป	ชื่อเสียงโดยรวมของผู้ประกอบการ และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
ด้านกระบวนการบริการ	ต่ำกว่า 11,800 บาท	ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการ
	11,800-17,099 บาท	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	17,100-22,399 บาท	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	22,400-27,699 บาท	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
	27,700 บาทขึ้นไป	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการ และความถูกต้องของอาหาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 43 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโตะจีนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 2 ลำดับแรก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 11,800 บาท	ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	11,800-17,099 บาท	บุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการ และความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	17,100-22,399 บาท	ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	22,400-27,699 บาท	ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์
	27,700 บาทขึ้นไป	บุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการ ความเหมาะสมของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ รูปแบบการจัดวางภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ และความสวยงามของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นในจังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลลิตภัณฑ์บริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น หากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นสามารถรักษามาตรฐานการให้บริการ และมีการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการ โຕะจิ้นได้เช่นกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นในจังหวัดนครปฐมของผู้ใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านผลลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านผู้ประกอบการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นในจังหวัดนครปฐมของผู้ใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นในจังหวัดนครปฐมของผู้ใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการอาหาร โຕะจิ้นเป็นผู้ประกอบการอาหาร โຕะจิ้นที่ผ่านมาตรฐานในจังหวัดนครปฐม และผู้ให้บริการอาหาร โຕะจิ้นเป็นผู้ซื้อ ไม่รวมถึงผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง เท่านั้น

โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โຕะจิ้นในจังหวัดนครปฐมของผู้ใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นในลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงทรัพย์ กลิ่นตระกูล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด และความต้องการด้านการบริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพอาหาร และการบริการแต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา จินตชนะเดช (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าผู้บริการทั้งผู้ซื้อ และผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่าส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นของผู้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับผลลิตภัณฑ์อาหารเป็นอันดับแรก ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริการที่ทำการศึกษานั้นเป็นทั้งผู้ซื้อ และผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริการจึงน่าจะให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหาร โຕะจิ้นที่สูงกว่า

ข้อค้นพบ

จากการพิจารณาตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7Ps) พบว่า

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ รสชาติอาหาร
2. ปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ ราคาที่เป็นมาตรฐาน
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการ โดยตรง
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ การให้เครดิตในการชำระเงิน
5. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
6. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนให้ความสำคัญ คือ ความสะอาดถูกสุขลักษณะของภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อรสชาติอาหารที่เป็นมาตรฐาน
2. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อราคาที่เป็นมาตรฐาน
3. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการ โดยตรง เนื่องจาก ผู้ใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนยังรู้สึกไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้ประกอบการมากนัก จึงควรมีการเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้ประกอบการให้มากขึ้น
4. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อการให้เครดิตในการชำระเงิน และควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้
5. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ
6. ผู้ประกอบการอาหาร โต๊ะจีนควรให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ และบริการที่สามารถยืดหยุ่นได้ตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

7. ผู้ประกอบการอาหารโต๊ะจิ้นควรให้ความสำคัญต่อความสะอาดสุขลักษณะของ
ภาชนะ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved