



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของมนุษย์ อีกทั้งร้านอาหารในปัจจุบัน มิได้ทำหน้าที่เพียงแค่เป็นสถานให้บริการอาหารและเครื่องดื่มเมื่อยามหิวแต่กลับกลายเป็นที่พบปะสังสรรค์ ในหมู่เพื่อนฝูงและติดต่อธุรกิจ และการแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ โดยเหตุนี้ธุรกิจร้านอาหารเกิดขึ้นอย่างมากมายมีความหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป และไม่ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวหรือ ชะลอตัวอย่างไร ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มก็เจริญเติบโตมาโดยตลอด ปัจจุบันร้านอาหารที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริงในการที่จะตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วนสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้านนั้นหาได้ยาก เพราะความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของแต่ละบุคคลล้วนแตกต่างกัน แต่ในความแตกต่างกันนั้นทุกคนย่อมต้องการในสิ่งที่ดีคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป เช่น ต้องการอาหารที่อร่อย สะอาด รูปลักษณะสวยงามน่ารับประทาน ต้องการบรรยากาศที่สบาย การบริการที่รวดเร็ว พนักงานสุภาพ เรียบร้อย ต้องการการดูแลและเอาใจใส่อย่างบุคคลสำคัญ แต่เดิมร้านค้าส่วนใหญ่จะเปิดในมุมมองของเจ้าของร้าน หรือใช้ความคิดของบุคคลเพียงไม่กี่คนในการออกแบบและดำเนินธุรกิจทำให้การบริการอาจไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่มากนัก

ถ้าร้านอาหารสามารถทราบถึงความต้องการโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการว่าสิ่งใดที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ในการใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจเลือกใช้บริการ อันส่งผลต่อพฤติกรรมและความถี่การบริโภค และร้านค้าสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด ก็จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าเองก็จะได้รับความสุขความพึงพอใจในการที่จะมีสถานที่ที่สามารถใช้ผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน มีสถานที่ที่ใช้ในการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง มีสถานที่ในการทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวในวันพิเศษ

การดำเนินธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะรอบเกาะเมืองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ได้รับความนิยมนับเป็นอันมากอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เหมาะสมดังกล่าวข้างต้น แต่ร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่ นั้นจากการที่ได้ศึกษาเก็บข้อมูลมาเป็นระยะเวลาอันนานนั้นปรากฏว่ามีเพียงไม่กี่ร้านที่สามารถเปิดและอยู่รอดในระยะยาวได้ บางร้านต้องปิดกิจการลงเพราะเกิดผลขาดทุน ในช่วงแรกที่เปิดดำเนินการจะมีลูกค้ามาก เพราะตามพื้นฐานของมนุษย์มีความอยากรู้อยากลองในสิ่งแปลกใหม่ แต่ในระยะยาวถ้าสิ่งทีเลือกใช้บริการ ไม่สามารถ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2

ตอบสนองความต้องการ ได้อย่างแท้จริง หรือทำให้เกิดความซ้ำซาก เบื่อหน่าย ก็จะทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และเสาะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ หรือกลับไปหาสิ่งเดิม ๆ ที่เคยใช้บริการมา ดังนั้นร้านค้าที่ดำรงอยู่ได้ในระยะยาว มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากอย่างต่อเนื่องต้องมีมาตรฐานชัดเจนเป็นเอกลักษณ์ จนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า

ลูกค้าที่นิยมใช้บริการร้านอาหาร มักจะแสวงหาร้านอาหารที่มีการบริหารจัดการที่ตนเองพึงพอใจมากที่สุด ส่วนร้านอาหารก็พยายามทำทุกวิถีทางที่จะบริหารจัดการร้านอาหารให้เป็นที่ถูกใจลูกค้า แต่จุดใดที่เป็นจุดตัดที่เหมาะสมพอดีที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารดำรงอยู่ได้ และลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร สนใจที่จะกลับมาเยือน นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของร้านอาหารให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

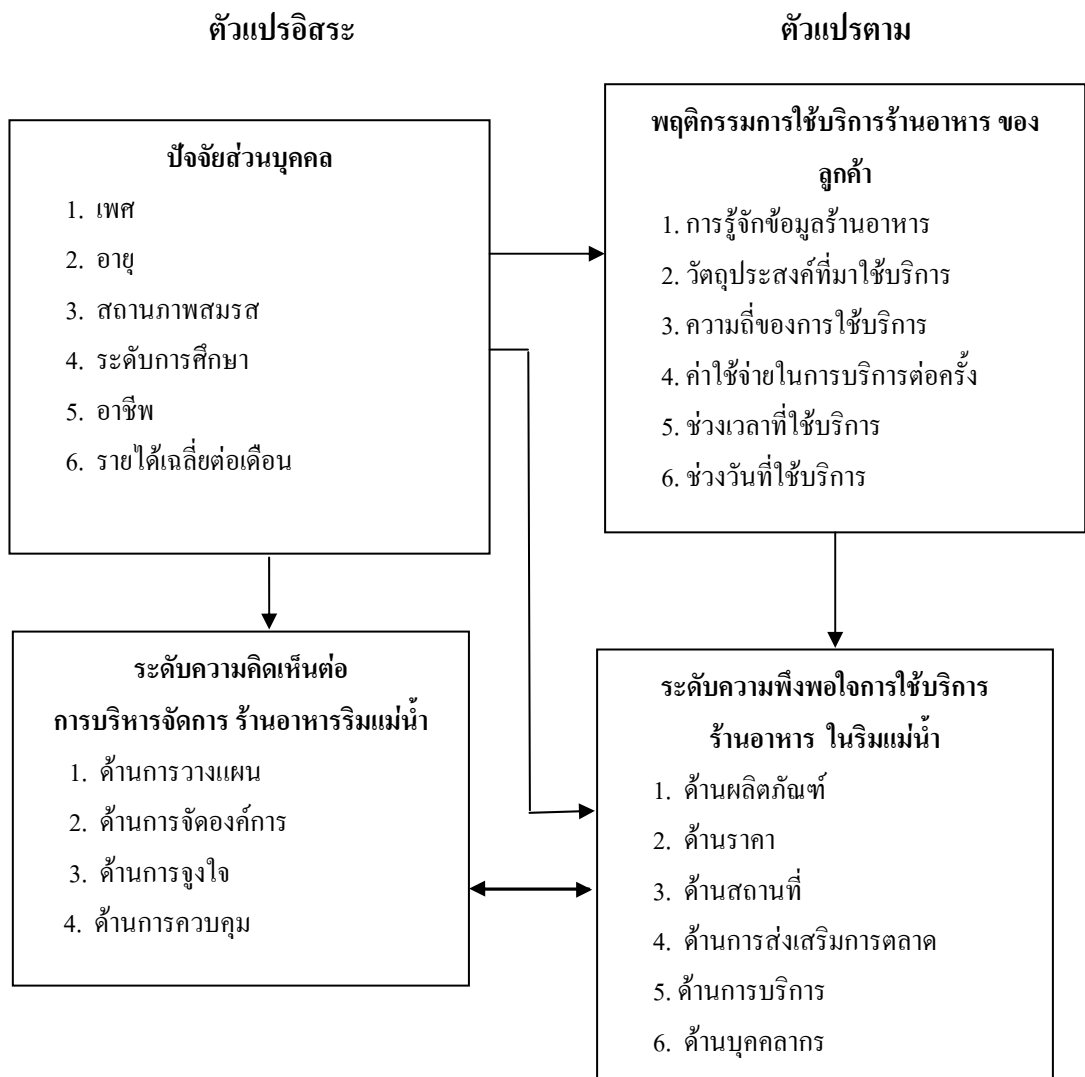
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารริมแม่น้ำ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร และความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา³

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง แสดงเป็นภาพของกรอบแนวคิด ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁴

สมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้า แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า แตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า แตกต่างกัน
4. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำใน เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน
5. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษา การบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดขอบเขต การวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร ในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน
2. ขอบเขตของเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ โดยกำหนดตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ
 - 2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่
 - 2.1.1.1 เพศ
 - 2.1.1.2 อายุ
 - 2.1.1.3 สถานภาพสมรส
 - 2.1.1.4 ระดับการศึกษา
 - 2.1.1.5 อาชีพ
 - 2.1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 2.1.2 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า ได้แก่
 - 2.1.2.1 ด้านการวางแผน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁵

2.1.2.2 ด้านการจัดองค์การ

2.1.2.3 ด้านการจูงใจ

2.1.2.4 ด้านการควบคุม

2.2 ตัวแปรตาม

2.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

2.2.1.1 การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

2.2.1.2 วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

2.2.1.3 ความถี่ของการใช้บริการ

2.2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการบริการต่อครั้ง

2.2.1.5 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

2.2.1.6 ช่วงวันที่ใช้บริการ

2.2.2 ระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าที่มาใช้บริการ
ร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

2.2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.2.2.2 ด้านราคา

2.2.2.3 ด้านสถานที่

2.2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2.2.5 ด้านบริการ

2.2.2.6 ด้านบุคลากร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
แบ่งเป็น 2 กลุ่ม 1. ร้านอาหารที่มีบริการล่องเรือ 2. ร้านอาหารที่ไม่มีบริการล่องเรือ

4. ขอบเขตด้านเวลาการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือน
กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2552

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลที่ได้รับจากการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร
ริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะสามารถนำไปวางแผนและพัฒนาด้านการ
บริหารจัดการร้านอาหารให้เป็นไปตามเป้าหมาย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁶

2. เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน ให้ตรงตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
3. ผลที่ได้รับจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถนำไปพัฒนา และแก้ไขเกี่ยวกับการให้บริการร้านอาหาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการร้านอาหาร
4. สามารถนำข้อมูลที่ได้ ไปเป็นกรณีศึกษาสำหรับปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

การบริหารจัดการร้านอาหาร หมายถึง ขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับร้านอาหาร โดยนำกระบวนการบริหารมาเป็นส่วนในการดำเนินงาน ทั้งด้านการวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ การควบคุม

การวางแผน หมายถึง ร้านอาหารมีการดำเนินการเกี่ยวกับการขายบัตรสมาชิก VIP การโฆษณาทางวิทยุ และมีการวางแผนการส่งเสริมการขายโดยเชิญศิลปินหรือดารามาแสดงในร้าน

การจัดองค์การ หมายถึง ร้านอาหารมีการดำเนินการเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ให้พนักงานในร้านปฏิบัติอย่างเหมาะสม พนักงานรับรถมีความสุภาพ มีการแบ่งงานให้เด็กเสิร์ฟดูแลเป็นล๊อคอย่างทั่วถึง กู้กทำอาหารมีความรวดเร็วเหมาะสมกับเวลา

การจูงใจ หมายถึง ร้านอาหารมีการดำเนินการเกี่ยวกับการลดค่าอาหารให้กับลูกค้าขาประจำ สามารถใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าอาหารได้ มีการแนะนำเมนูอาหารแปลก ๆ ใหม่ ๆ ตลอด มีการให้สะสมยอดการรับประทานอาหารแล้วครบตามเกณฑ์มีโบนัสให้ และมีการจัดร้านให้เหมาะสมตามเทศกาลต่าง ๆ

การควบคุม หมายถึง ร้านอาหารมีการดำเนินการโดยเมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเสร็จมีใบประเมินให้ลูกค้าประเมินคุณภาพการให้บริการ ภายในร้าน อาหารที่ทำมีรสชาติคงที่ กรณีพนักงานไม่สุภาพสามารถร้องเรียนเจ้าของร้านได้โดยตรง ฝ่าฝืนโต๊ะ โต๊ะอาหาร และเก้าอี้มีความสะอาด และถ้วย จาน แก้ว ช้อน มีความสะอาด ปลอดภัย โรค



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร หมายถึง พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ ความถี่ของการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริการต่อครั้ง ระยะเวลาที่ใช้บริการ และช่วงวันที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ

ราคา หมายถึง เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ

สถานที่ หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางการสร้างจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้ว จนเกิดเป็นความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะซื้อได้อย่างสะดวก ส่วนใหญ่ก็จะเลิกล้มความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ต้องใช้พนักงานขาย เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

การบริการ หมายถึง การให้บริการด้านต่างๆ เช่นการให้คำแนะนำเมนูอาหาร ความเอาใจใส่ของพนักงานเสิร์ฟ และความรวดเร็วในการบริการตลอดจนเป็นกันเองกับลูกค้า