

ได้ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว
..... นักศึกษา
..... อาจารย์ที่ปรึกษา
..... ประธานหลักสูตร
วันที่ 17 ส.ค. 2556



ขวัญเรือน อัมพะวา. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้า

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).

พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :

รองศาสตราจารย์วันทนีย์ แสนภักดี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 288 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และแอลเอสดี ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างและพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,001 – 20,000 บาท

2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้ารู้จักร้านย่างริมน้ำจากการที่เพื่อนแนะนำ เดินทางมาที่ร้านโดยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ที่ร้านย่างริมน้ำเฉลี่ย 201 - 300 บาทต่อครั้ง มาใช้บริการเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อเดือน ในแต่ละครั้งจะใช้เวลาบริโภคประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง โดยเลือกใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. เลือกมาใช้บริการในวันศุกร์เพื่อการสังสรรค์กัน ในแต่ละครั้งมาใช้บริการประมาณ 3 - 4 คน กับกลุ่มเพื่อนอาหารที่ลูกค้าส่วนใหญ่สั่งเป็นประจำคือ ผักสด และหมูสามชั้น ส่วนอาหารที่ต้องการบริโภคเพิ่มเติมนอกเหนือจากอาหารปิ้งย่างคือข้าวผัด เหตุผลที่ลูกค้าเลือกมาใช้บริการ ร้านย่างริมน้ำ เพราะความอร่อยในรสชาติ สถานที่จอดรถสะดวก และบรรยากาศภายในร้านดี

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านย่างริมน้ำ ผลการศึกษาวิจัยพบว่าระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านย่างริมน้ำอยู่ในระดับมาก พบว่า ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านลักษณะกายภาพ มีผลต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านย่างริมน้ำ อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านย่างริมน้ำ อยู่ในระดับปานกลาง



Kwanruan Ampawa. (2013). **Factors Affecting Decision Making of Using Services of Customers of Ran Yang Rim Nam in Phranakhon Si Ayutthaya Province.**

An Independent Study, M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.

Advisor: Associate Professor Wanthanee Sanpakdee.

ABSTRACT

This research aimed to 1) study personal factors, behavior of using services of customers, 2) investigate factors affecting decision making of customers, and 3) compare factors affecting decision making of customers of Ran Yang Rim Nam in Phranakhon Si Ayutthaya province. The population was 288 customers. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD.

The findings indicated that:

1. Most customers who answered the questionnaire were 147 female, 51.0 percent and 150 women were single, 52.1 percent. Most of them, 107 customers, were 26-35 years, 47.2 percent. 161 customers, 55.9 percent, got bachelor degrees. 126 customers, 43.8 percent, were employees and staff of private sectors. The monthly incomes of 137 customers, 47.6 percent, were 15,001-20,000 baht.

2. The customers were recommended by their friends and they came to the restaurant by car. The average expenses were 201-300 baht once. They used the services here 3-4 times per month and spent 1-2 hours eating their meals, during 18.01-20.00 p.m., especially on Fridays. They came to the restaurant for their entertainment about 3-4 people and met friends. Most customers ordered fresh vegetables and streaky pork. They also had fried rice with grilled pork. The reasons why they came to the restaurant were that the food was delicious, the car park is comfortable and the location is good.

3. The opinions of the sample group towards decision making of using the services of Ran Yang Rim Nam were at the high level. The factors of product, location, staff, physical characteristic affected the decision making of using services at the high level. The price and sales promotion affected the decision making of using services at the moderate level.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์วันทนี้อย่างดี แสนภักดี อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.กิติมา ทามาดี ประธานสอบ และ ดร.ปฐมพงศ์ สุขเลิศ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จึงทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือประสานงานและช่วยแนะนำตลอดงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณประชาชนที่ใช้บริการร้านอย่างริมน้ำ ที่ให้ความร่วมมือด้วยดี ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ขอขอบคุณ พี่ น้องและเพื่อนทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา จึงทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขวัญเรือน อัมพะวา