บทที่ 1
บทนำ

สภาพสังคมไทยในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปสู่การเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในโลกโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วทั่วทุกมุมโลก ข้อมูลข่าวสาร มีการแลกเปลี่ยนกันได้อย่างง่ายดาย ในยุคการติดต่อสื่อสารที่ฉับไวและพัฒนาไปสู่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้ อาจทำให้เอกลักษณ์แต่ละประเทศลดน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังรู้จักการผสมผสานกันระหว่างของเก่าและของใหม่ได้อย่างลงตัว ประเทศไทยถือเป็นประเทศเสรีในการรับข้อมูลข่าวสาร ทำให้รับอารยธรรมและวัฒนธรรมจากหลายๆ ประเทศเข้ามาที่สำคัญวัฒนธรรมด้านการบริโภคที่เข้ามามีบทบาทกับคนไทยอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งอาหารจีน เวียดนาม อิตาเลียน ฝรั่งเศส เกาหลี เป็นต้น อาหารต่างชาติเช่น เคเอฟซี (KFC) ซึ่งก็ถูกดัดแปลงให้เป็นอาหารจานด่วนให้เข้ากับรสชาติของคนไทย เช่น สูตรกระเพาไก่ ยำไก่ราดข้าว เพื่อให้ถูกปากคนไทย

เนื้อย่างเกาหลีก็เช่นเดียวกัน แต่เดิมเป็นอาหารประจำชาติของประเทศเกาหลี แต่เมื่อได้มีการเผยแพร่ในไทย ก็ทำให้ได้รับความนิยมแถบทั่วทุกภาคของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอาหารที่สด ทั้งเนื้อสัตว์ ผักต่างๆ อีกทั้งยังราคาไม่แพง เนื้อย่างเกาหลีที่เข้ามาในไทยนั้นได้มีการปรุงเปลี่ยนรสชาติไปจากต้นตำหรับ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความนิยมของคนไทย อาหารเกาหลีจะนิยมใช้น้ำมันงาในการหมักอาหาร และต้นฉบับเนื้อย่างเกาหลีของประเทศเกาหลีนั้นจะไม่มีน้ำซุป ย่างบนกระทะแบนๆ ร้อนๆ ส่วนน้ำจิ้มจะใช้กิมจิที่มีรสชาติเค็มๆ หอมๆ เวลารับประทานจะเอาเนื้อย่างแล้วห่อเข้ากับผัก แล้วนำมาจิ้มกับกิมจิ ส่วนเนื้อย่างเกาหลีในประเทศไทยการรับประทานเนื้อย่างเกาหลีจะมีน้ำจิ้มโดยมีการปรับเปลี่ยนให้มีรสจัด คือ เผ็ด เปรี้ยว และหวาน เพื่อให้รสชาติถูกปากคนไทย เนื้อย่างเกาหลีในไทยมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าหมูกระทะ ที่เรียกอย่างนี้เนื่องมาจากประเทศไทยไม่นิยมรับประทานเนื้อวัว แต่จะนิยมรับประทานเนื้อหมู ดังนั้นจึงเรียกว่า หมูกระทะ แต่ในเกาหลีนิยมรับประทานเนื้อวัว จึงเรียกว่า เนื้อย่างเกาหลี

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีร้านที่จำหน่ายเนื้อย่างเกาหลีเปิดขึ้นมาใหม่มาก ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง ทั้งด้านการบริการ ราคา ส่วนลด และอาหารที่นำมาย่างก็จะมีให้เลือกในปริมาณที่มากขึ้น บางร้านจะมีอาหารประเภทอื่นเข้ามาเสริมให้แก่ลูกค้า เช่น ข้าวผัด หมี่หยก ของหวาน ไอศกรีม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการดึงดูดให้ลูกค้าโดยการนำเครื่องฉาย (Projector) มาเปิด (รัตนา งามจันทึก. 2547 : 3) โดยเป็นการถ่ายทอดสดให้ลูกค้าได้ชมขณะรับประทานเนื้อย่างเกาหลี การแข่งขันที่เกิดขึ้น ได้ส่งผลต่อตัวผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อย่างเกาหลี ในด้านการหากล

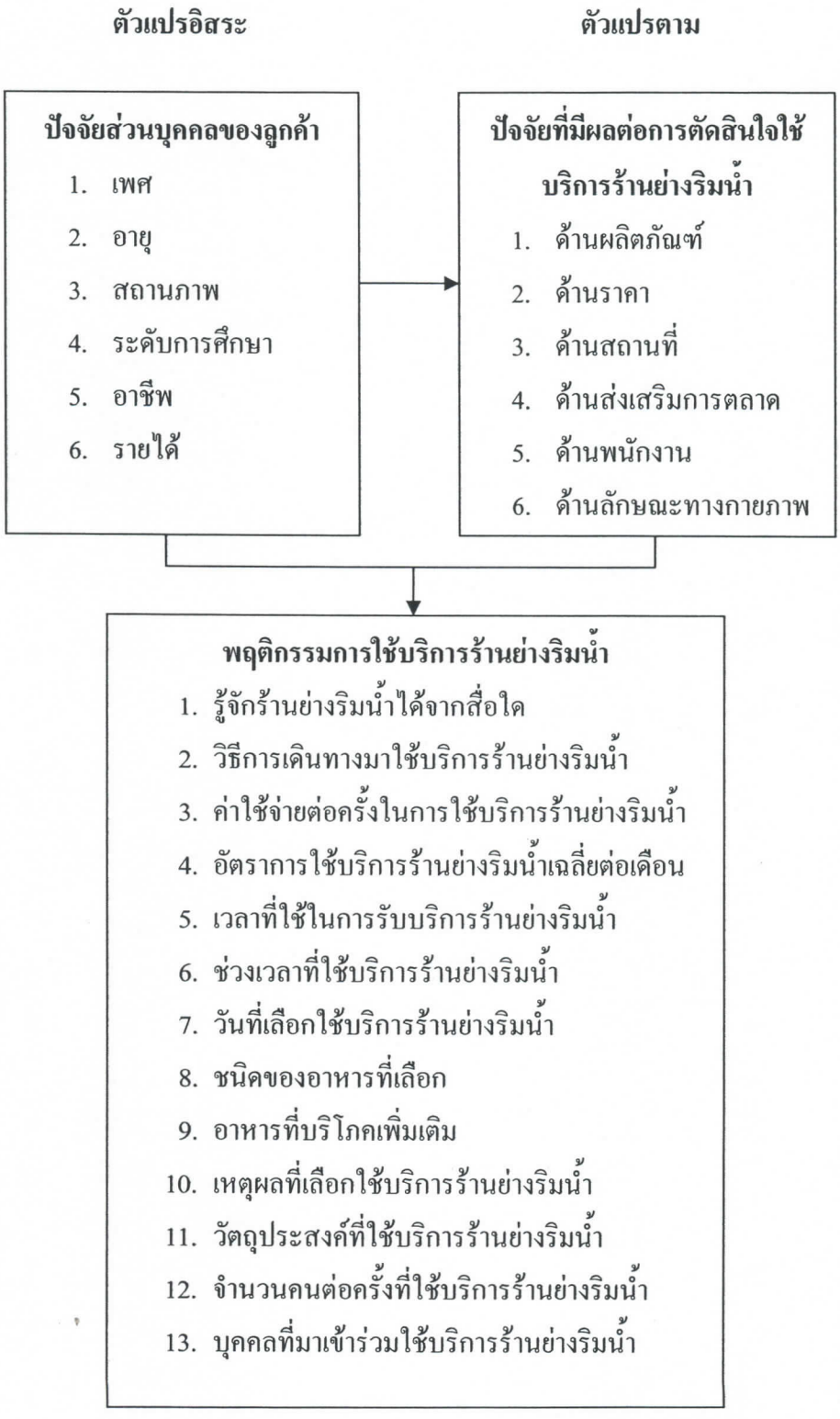
ยุทธ์และวิธีการต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการของตน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงข้อบกพร่องและพัฒนาการประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำ ซึ่งได้กำหนดกรอบแนวความคิดไว้ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ใช้บริการร้านย่างริมน้ำที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการร้านย่างริมน้ำแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เข้ามาใช้บริการร้านย่างริมน้ำ รวมทั้งสิ้น 288 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เข้ามาใช้บริการร้านย่างริมน้ำ

3. ขอบเขตด้านสถานที่

ด้านสถานที่ คือ แจกแบบสอบถามที่ร้านย่างริมน้ำ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ขอบเขตด้านเวลา

ด้านเวลา คือ มีระยะเวลาในการศึกษาจำนวน 1 เดือน ระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2555 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

ร้านย่างริมน้ำ หมายถึง ร้านจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อย่างเกาหลี ตั้งอยู่ที่ 20 หมู่ 2 ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการให้ได้มาและการใช้สินค้าและบริการ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการคัดเลือกที่เป็นประโยชน์สูงสุดจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก ที่จะทำให้สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่บุคคลผู้ทำการตัดสินใจตั้งไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำ หมายถึง การตัดสินใจใช้บริการโดยรับอิทธิพลด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง เนื้อวัว เนื้อหมู หมูสามชั้น ตับ ปลาหมึกสด กุ้ง เนื้อปลาสด ผักสด วุ้นเส้น

ด้านราคา หมายถึง ราคาของอาหารในรายการต่างๆของร้านย่างริมน้ำ

ด้านสถานที่ หมายถึง ทำเลที่ตั้งของร้านย่างริมน้ำ ป้ายโฆษณา สถานที่จอดรถ พร้อมทั้งการตกแต่งสถานที่ตลอดจนการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่

ด้านส่งเสริมการตลาด หมายถึง การประชาสัมพันธ์ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขายของร้านย่างริมน้ำ

ด้านพนักงาน หมายถึง มีพนักงานเพียงพอกับการให้บริการ พนักงานพูดจาไพเราะ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มารยาทของพนักงาน และความเป็นกันเองของพนักงาน

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะของสภาพแวดล้อมภายในร้านย่างริมน้ำ ทั้งการตกแต่งร้าน การประดับไฟ ตลอดจนการสร้างความบันเทิงภายในร้าน เช่น เปิดเพลง ฉายรายการโทรทัศน์ แข่งขันฟุตบอล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านย่างริมน้ำ
2. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านย่างริมน้ำ
3. ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อย่างเกาหลีเพื่อให้สอดรับกับความต้องการของลูกค้า