

NCAME²⁰²⁰

การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ
การบริหาร การจัดการ การศึกษา และสหวิทยาการศึกษา
ครั้งที่ 2 ปี 2563

หัวข้อ “บทบาทของการบริหารและการจัดการในการเสริมพลังทางสังคม”

18 ธันวาคม 2563

ณ อาคารสิรินธร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ การบริหาร การจัดการ การศึกษา และสหวิทยาการศึกษา ครั้งที่ 2
ปี 2563 (NCAME 2020)

ชื่อหนังสือ	การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ การบริหาร การจัดการ การศึกษา และสหวิทยาการศึกษา ครั้งที่ 2 ปี 2563 (NCAME 2020)
หัวข้อการประชุม	บทบาทของการบริหารและการจัดการในการเสริมพลังทางสังคม
หน่วยงานจัดการประชุม	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ISBN (E-book)	978-974-625-918-7
จัดพิมพ์โดย	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170 Tel. +6624416067 E-mail: ncame@rmutr.ac.th Website: https://rcim-ncame.rmutr.ac.th/

คณะกรรมการการจัดงาน

คณะกรรมการอำนวยการ

1. อาจารย์รพี	ม่วงนนท์	ประธาน
2. รศ.ดร.เพ็ญศรี	ฉิรินัง	คณะทำงาน
3. ดร.อำนวยการ	บุญรัตน์ไมตรี	คณะทำงาน
4. ดร.อติชัย	สิริวิศรา	คณะทำงาน
5. ผศ.ดร.กอบกุล	จันทร์โคลิกา	คณะทำงานและเลขานุการ

คณะทำงาน

1. ผศ.ดร.รุจิระ	โรจนประภายนต์	ประธานคณะทำงาน
2. นางสาวจุฑามาศ	วงศ์กันทราร	รองประธานคณะทำงาน
3. ผศ.ดร.ฐิติมา	ให้ล่ายอง	คณะทำงาน
4. ดร.ดรณี	ปัญจรัตน์นกร	คณะทำงาน
5. นายพรชัย	ขันทะวงศ์	คณะทำงาน
6. นางสาวหฤทัย	สมศักดิ์	คณะทำงานและเลขานุการ
7. นายทศพล	บัวไร่ชิง	คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการประเมินผลงานวิชาการ (Peer Reviewers)

ด้านบริหารธุรกิจ

1. รศ.ดร.กมลพร	กัลยาณมิตร	คณะทำงาน
2. ผศ.ดร.กอบกุล	จันทร์โคลิกา	คณะทำงาน
3. ผศ.ดร.พิชิต	รัชตะพิบูลภาพ	คณะทำงาน
4. ผศ.ดร.ชุมพล	รอดแจ่ม	คณะทำงาน
5. ผศ.ดร.รุจิภาส	โพธิ์ทองแสงอรุณ	คณะทำงาน
6. ผศ.ดร.วาสุกาญจน์	งามโหม	คณะทำงาน
7. ผศ.ดร.ศรีสมร	ผ่องพุฒิ	คณะทำงาน
8. ผศ.ดร.ดารารัตน์	สุขแก้ว	คณะทำงาน
9. ผศ.ดร.นพนา	จุลโลบล	คณะทำงาน
10. ผศ.ดร.ชัยฤทธิ์	ทองรอด	คณะทำงาน

11. ผศ.ดร.ศักดิ์ศรีพี	วรวัฒน์ปริญญา	คณะกรรมการ
12. ผศ.ดร.สุติเทพ	ศิริพิพัฒน์กุล	คณะกรรมการ
13. ผศ.ดร.ภาวิน	ชินโชติ	คณะกรรมการ
14. ดร.ศุภาวดี	สังฆมาศ	คณะกรรมการ
15. ดร.เพชรรัตน์	จินตน์พงศ์	คณะกรรมการ
16. ดร.ธัญนันท์	บุญอยู่	คณะกรรมการ
17. ดร.จรินทร์	จารุเสน	คณะกรรมการ
18. ดร.ดวงใจ	คงคาหลวง	คณะกรรมการ
19. ดร.นรินทร์	สมทอง	คณะกรรมการ
20. ดร.ศิริมา	ตันติธำรงวุฒิ	คณะกรรมการ
21. ดร.สุทธิพงษ์	สุวรรณสาธิต	คณะกรรมการ
22. ดร.ธัญนันท์	วรเศรษฐพงษ์	คณะกรรมการ
23. ดร.จุฑามาศ	วงศ์กันทราก	คณะกรรมการ
24. ดร.สุภาพร	เพ่งพิศ	คณะกรรมการ
25. ดร.มาลัย	กมลสกุลชัย	คณะกรรมการ
26. ดร.นำพล	ม่วงอวยพร	คณะกรรมการ
27. ดร.ศศิธร	สุวรรณดี	คณะกรรมการ
28. ดร.ชลลดา	สัจจानीตย์	คณะกรรมการ
29. ดร.มรรษกร	เชื้อทองฮั่ว	คณะกรรมการ
30. ดร.ศุภวัฒน์	สุขะปรเมษฐ	คณะกรรมการ
31. ดร.ธนอมศักดิ์	สุวรรณน้อย	คณะกรรมการ
32. ดร.เกียรติศักดิ์	สมัครสมาน	คณะกรรมการ
33. ดร.ศิริพงษ์	สีไสไพโร	คณะกรรมการ

ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

1. รศ.ดร.กมลพร	กัลยาณมิตร	คณะกรรมการ
2. รศ.ดร.วิพร	เกตุแก้ว	คณะกรรมการ
3. รศ.ดร.อภินันท์	จันตน์	คณะกรรมการ

4. รศ.ดร.เพ็ญศรี	ฉรินัง	คณะทำงาน
5. ผศ.พ.อ.ดร.วรสิทธิ์	เจริญพัฒ	คณะทำงาน
6. ผศ.ดร.ศิริภัสสรค์	วงศ์ทองดี	คณะทำงาน
7. ผศ.ดร.รัชยา	ภักดีจิตต์	คณะทำงาน
8. ผศ.ดร.นิตยา	สินเฮว	คณะทำงาน
9. ผศ.ดร.พิชิต	รัชตะพิบูลภพ	คณะทำงาน
10. ผศ.ดร.ชุมพล	รอดแจ่ม	คณะทำงาน
11. ผศ.ดร.อัมพร	ปัญญา	คณะทำงาน
12. ผศ.ดร.เสาวนารถ	เล็กเลอสินธุ์	คณะทำงาน
13. ผศ.ดร.วิจิต	บุญสนอง	คณะทำงาน
14. ผศ.ดร.ฐิติมา	ไพล่ยอ	คณะทำงาน
15. ผศ.ดร.ชมภูษ	หุ้มนาค	คณะทำงาน
16. ดร.ศิริวัฒน์	เปลี่ยนบางยาง	คณะทำงาน

ด้านการบริหารการศึกษา

1. รศ.ดร.อุดมวิทย์	ไชยสกุลเกียรติ	คณะทำงาน
2. รศ.ดร.จิรศักดิ์	สุรงค์พิพรรณ	คณะทำงาน
3. รศ.ดร.พิภาพ	วชังเงิน	คณะทำงาน
4. ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์	ผกามาศ	คณะทำงาน
5. ผศ.ดร.ชัยวัฒน์	ประสงค์สร้าง	คณะทำงาน
6. ผศ.ดร.สรายุทธ์	เศรษฐขจร	คณะทำงาน
7. ผศ.ดร.วีระวัฒน์	พัฒนกุลชัย	คณะทำงาน
8. ผศ.ดร.วรรณรี	ปานศิริ	คณะทำงาน
9. ผศ.ดร.สำเริง	อ่อนสัมพันธุ์	คณะทำงาน
10. ดร.ประทีป	มากมิตร	คณะทำงาน
11. ดร.สุทธิพนธ์	จิรพรสิทธิ์	คณะทำงาน
12. ดร.อุษา	งามมีศรี	คณะทำงาน
13. ดร.สมใจ	สืบเสาะ	คณะทำงาน

14. ดร.ดรณี	ปัญจรัตนกร	คณะทำงาน
15. ดร.วชิรา	อยู่สุข	คณะทำงาน
16. ดร.อัจฉรา	อินโต	คณะทำงาน
17. ดร.สิริภัทร	จันทะมงคล	คณะทำงาน
18. ดร.ชญารัตน์	บุญพุฒิกร	คณะทำงาน
19. ดร.บุญธิดา	ขุนงาม	คณะทำงาน
20. ดร.อำนวย	บุญรัตน์ไมตรี	คณะทำงาน

ด้านสังคมศาสตร์/สหวิทยาการ

1. ผศ.ดร.รุจิระ	โรจนประภายนต์	คณะทำงาน
2. ผศ.ดร.เชาวฤทธิ์	เชาว์แสงรัตน์	คณะทำงาน
3. ดร.หัสพร	ทองแดง	คณะทำงาน

คณะทำงาน/กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบในกรณีที่มีการคัดลอก ลอกเลียนโดยมิได้มีการอ้างอิงที่ถูกต้อง หรือขัดกับจริยธรรมทางวิชาการ (Plagiarism) ในกรณีการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้อง เช่น สะกดผิด ใช้คำผิด ความหมาย รวมทั้งการพิมพ์ตกบกพร่อง และในกรณีใด ๆ ที่มีข้อผิดพลาดในเนื้อหา และกระบวนการการผลิตบทความ ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของเจ้าของผลงาน

ข้อความและบทความในรายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ การบริหาร การจัดการ การศึกษา และสหวิทยาการศึกษา ครั้งที่ 2 ปี 2563 (NCAME 2020) เป็นแนวคิดของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะทำงาน/กองบรรณาธิการ กองบรรณาธิการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สารบัญ

หน้า

การนำเสนอภาคบรรยาย (Oral Presentation)

ผลกระทบของความสามารถในการประกอบธุรกิจต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน จังหวัดเลย	
ศศิธร กกผ้าย.....	186
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ในจังหวัดเลย	
เมทยา อิ่มเอิบ อำภาภัทร์ วสันต์สกุล และเหมวดี ภายใหญ่.....	198
ปัจจัยที่มีส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี	
จุรีพร ช้อนใจ และศิริระ ศรีโยธิน.....	209
ประสบการณ์ของผู้บริโภคและเทคนิคทางการตลาดดิจิทัลที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางออนไลน์	
กาญจนาภรณ์ พลประทีป.....	221
กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขต จังหวัดสมุทรสงคราม	
ณัฐวดี หอมบุญยงค์ และศิริระ ศรีโยธิน.....	240
การพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์โดยรอบสถานีรถไฟฟ้าและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการรถไฟฟ้ามหานคร	
กึ่งกาญจนา อาสายุทธ และศิริระ ศรีโยธิน.....	255
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการลูกค้าของหน่วยสาธิตภูมิภาคด้านไฟฟ้าในเขต จังหวัดราชบุรี	
ภาณุพงศ์ จุลานพันธ์ และศิริระ ศรีโยธิน.....	266
ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	
ภัทรภัก แดงผจญ.....	279
ประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
จันจรี หอมหวาน จันทณี อภัยสวัสดิ์ และวาทีณี พันธุ์ที่.....	293
กลยุทธ์ตลาดบริการที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร	
สุพรรณษา ยศแสง และศิริระ ศรีโยธิน.....	305
การเข้าถึงสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดสมุทรสาคร	
อังคณา อินเลื้อ ธนวรรณ แฉ่งข้าโถม ศศิธร เปอร์เขียว และพรทิพย์ สุขจำลอง.....	322
ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินของ ธนาคารพาณิชย์ 3 สถาบัน ในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	
นิพนพิณณ์ กมลธีระวิทย์ อังคณา อินเลื้อ และธนวรรณ แฉ่งข้าโถม.....	334

กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่
ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม

Marketing Strategies Influencing Consumers' Purchasing Decision Process A Newly Open
Restaurant In Samut Songkhram Province

ณัฐวดี หอมบุญยงค์¹ และศิริระ ศรีโยธิน²

Natwadee Homboonyong¹ and Sira Sriyothin²

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม 73000²

E-mail: Natwadee.dream@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม (2) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการบริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม (3) เพื่อระบุกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม เครื่องมือสำหรับการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงถดถอย ผลการศึกษาพบว่า (1) ลักษณะประชากรศาสตร์สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุที่ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว (2) ผู้บริโภคทานอาหารนอกบ้านเดือนละ 1-3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารครั้งละ 500-1,000 บาท โดยส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 12.00 – 18.00 น. (3) กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงาน และด้านส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด พฤติกรรมการบริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ

Abstract

The purposes of this study were (1) to explore demographic factors for a newly opened restaurant in Samut Songkhram Province, (2) to explain consumption behavior for a newly opened restaurant in Samut Songkhram Province, and (3) to identify marketing strategies influencing consumers' purchasing decision process for a newly opened restaurant in

Samut Songkhram Province. This study was a quantitative research. The sample was 400 male and female consumers aged 20 years and over who have visited a newly opened restaurant in Samut Songkhram Province. A questionnaire was used as a research instrument. Data were analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation (S.D.) and Regression Analysis. The results of this study indicated that (1) for demographic factors for a newly opened restaurant in Samut Songkhram Province, most of the respondents were females, aged 41 years old and over. Most of them were singles, earned monthly income of 10,001-20,000 baht, and owned private business, (2) in terms of consumption behavior, most of the respondents ate out 1-3 times per month; an average cost per time was 500-1,000 baht; visited a newly opened restaurant between Saturday and Sunday from 12.00 to 18.00 hrs., and (3) marketing strategies influencing consumers' purchasing decision process were process, product, physical evidence, people, and promotion.

Keywords: Marketing strategy, Consumption behavior, Purchasing decision process

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน มีการแข่งขันทางกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น จึงจำเป็นที่ธุรกิจร้านอาหารจะต้องคิดพัฒนาการบริการให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดบริการ การสำรวจปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมผู้บริโภค ล้วนเป็นการแสดงถึงแนวคิดในการบริหารจัดการของธุรกิจบริการร้านอาหารเปิดใหม่ได้อีกด้วย มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยปี 2560 - 2561 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท ผนวกกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นทุกปี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายใหม่ มีความหวังที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

ปัจจุบันจังหวัดสมุทรสงครามถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ซึ่งสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางป่าชายเลน และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของผู้คน จนเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้ตลอดทั้งปี โดยสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามนั้นมีความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก พร้อมไปด้วยร้านค้า ร้านอาหารมากมายที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหารทะเล ขนมหวาน คาเฟ่ต่าง ๆ ของผู้ประกอบการทั้งหน้าใหม่และเก่าที่เข้ามาดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม, 2563) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างมั่นคง และรับมือกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยได้

จากงานวิจัยในอดีตแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พฤติกรรมการบริโภคของคนไทย กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี ซึ่งสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาถึงอิทธิพลปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจร้านอาหารนี้ได้ อีกทั้งยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสรรหาวัตถุดิบให้มีคุณภาพตลอดไปถึงการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด จนเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ (กมลทิพย์ ชิวขานา, 2560) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีส่วนช่วยในการกำหนดกลยุทธ์แข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงเป็นแนวทางที่ดีที่ใช้ประโยชน์และยังสามารถเพิ่มข้อได้เปรียบให้กับทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่ออธิบายพฤติกรรมการบริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อระบุกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด 7P's

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ของสินค้านั้นโดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997) แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการนั้นจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไปกล่าวคือ จะต้องมีการให้ความสำคัญถึงพนักงานที่มีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ และเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจตลอดจนเกี่ยวเนื่องเป็นกระบวนการภายในการให้บริการและเป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมจะเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547)

2. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการจากความคิด วิเคราะห์ และได้ตรง ของจิตใจที่จะกระทำการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งอาจจะอยู่รูปแบบของสินค้าหรือบริการ ล้วนเกิดขึ้นจากความต้องการที่อยู่ในชีวิตประจำวัน โดยผู้บริโภคจะเลือกสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด และความเสียของตัวเลือกที่เกิดขึ้นนั้น ต้องเป็นความเสี่ยงที่น้อยที่สุดจากทางเลือกที่มีอยู่ ฉัตยาพร เสมอใจ (2556) และค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2558) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

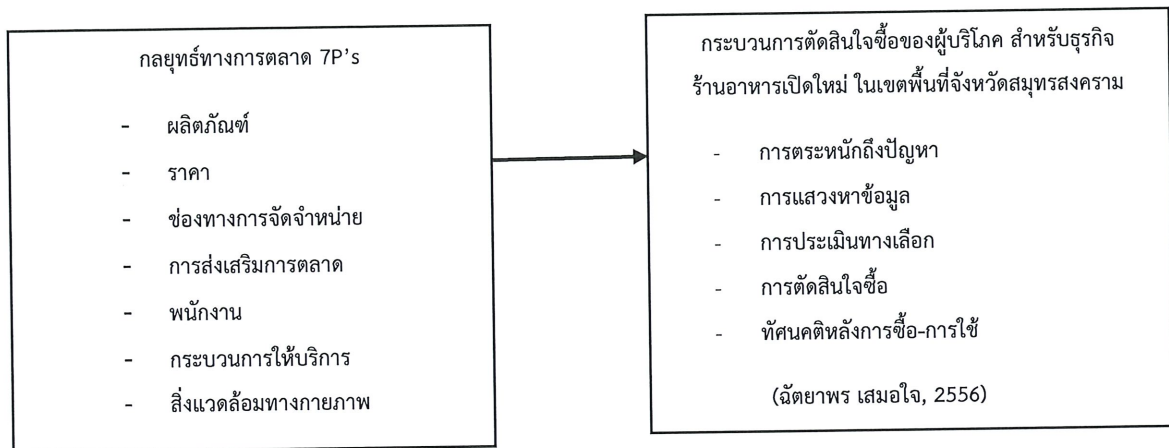
- 1 การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problems / Needs Awareness)
- 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)
- 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives)
- 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)
- 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์

งานวิจัยครั้งนี้ ในส่วนของผู้วิจัยได้เลือกศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์มาศึกษาด้วยเหตุผลที่ว่า การศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถแปลงเป็นค่าสถิติในการกำหนดตลาดเป้าหมายจากกลุ่มลูกค้าได้ เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ในการจัดการร้านอาหารครัวบ้านยาย อาหารทะเล ให้เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด รายละเอียดของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานวิจัยของ ลาวันย์ ทวีผดุง (2559) อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: หน้า 41-42) ว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งเป็นเกณฑ์หลักที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาดด้านประชากรศาสตร์ และได้ถือว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย และเป็นตัวแปรเพื่อที่จะได้กำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม มีกรอบแนวคิดการวิจัยในการวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยมีการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด 7p's สำหรับธุรกิจบริการ ที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับร้านอาหาร และกระบวนการตัดสินใจซื้อ เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค



รูปที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้มีค้นหาข้อมูลที่เป็นตัวเลขทำการออกแบบการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ได้มีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากร โดยใช้สูตรของคอแรน (Cochran) มีการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5% จึงต้องเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างน้อย 400 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้น เครื่องมือสำหรับการวิจัยคือ ซึ่งเหมาะสมกับงานวิจัยของผู้วิจัย เพราะเป็นแบบสอบถามที่มีความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และง่ายต่อการนำไปแปลผล โดยคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของแบบสอบถามที่มีคุณภาพนั้นคือ ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น จะช่วยลดความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการวัด (Error of Measurement) เพราะหากความคลาดเคลื่อนจากการวัดน้อยลง ค่าที่ได้ (Observed Score) จะมีค่าใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น (True Score) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายลักษณะส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้อธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่และกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร และสุดท้ายการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายอิทธิพลระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiplier Regression Analysis)

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์การศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาถึงลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามนั้น สามารถอธิบายได้ว่า จากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.8 เป็นเพศชายร้อยละ 36.2 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41 ปี ขึ้นไป รองลงมาอายุ 31- 40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.0 และมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 39.5 ส่วนใหญ่พบว่ามีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 37.0) รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 18.2) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 33.3) รองลงมา ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 24.8)

2. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านอาหารสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่รับประทานอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 3 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 46.3) รองลงมา มีจำนวนครั้งที่รับประทานอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4 - 6 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 20.8) มีค่าใช้จ่ายในการทานอาหารโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 500 - 1,000 บาท (ร้อยละ 41.0) รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการทานอาหารโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001 - 1,500 บาท (ร้อยละ 24.8) มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม 1 ปี (ร้อยละ 54.3) รองลงมา มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม 1 ปี (ร้อยละ 20.8)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 55.0) รองลงมา มีจำนวนครั้งที่รับประทานที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 3 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 37.8) มีค่าใช้จ่ายในการทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 500 - 1,000 บาท (ร้อยละ 37.5) รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001 - 1,500 บาท (ร้อยละ 30.3) ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ คือ ครอบครัว (ร้อยละ 55.5) รองลงมา คือ เพื่อน (ร้อยละ 37.8) บุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ด้วยโดยส่วนใหญ่ คือ ครอบครัว (ร้อยละ 69.5) รองลงมา คือ เพื่อน (ร้อยละ 45.5)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวันที่ใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่โดยส่วนใหญ่ คือ เสาร์ - อาทิตย์ (ร้อยละ 85.3) รองลงมา คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ (ร้อยละ 24.8) มีช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่โดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 12.01 - 18.00 น. (ร้อยละ 69.8) รองลงมา ระหว่าง 10.00 - 12.00 น. (ร้อยละ 17.4) มีจำนวนอาหารที่สั่งแต่ละครั้งโดยส่วนใหญ่ 4 - 6 อย่าง (ร้อยละ 70.5) รองลงมา มี

จำนวนอาหารที่สั่งแต่ละครั้งโดยส่วนใหญ่ 1 - 3 อย่าง (ร้อยละ 14.3) แหล่งที่ทำให้รู้จักร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ คือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/คู่รัก (ร้อยละ 37.8) รองลงมา คือ ได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ร้อยละ 37.3) และเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ คือ อาหารมีรสชาติดี และมีคุณภาพ สดสะอาด (ร้อยละ 83.0) รองลงมา คือ มีราคาเหมาะสม (ร้อยละ 67.5)

3. กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

การศึกษาประเมินความคิดเห็นกลยุทธ์ทางการตลาด (Service Marketing Mix 7P's) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สรุปได้ว่า

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.59	มาก
ด้านราคา	4.13	0.67	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	0.73	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.81	0.76	มาก
ด้านพนักงานบริการ	4.15	0.69	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.11	0.70	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.16	0.70	มาก
รวม	4.03	0.57	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.59) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.70) ด้านพนักงานบริการ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.69) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.67) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.70) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.76) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย $\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ หลังจากที่ท่านใช้บริการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ท่านคิดว่าจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งเป็นอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.74) หลังจากที่ท่านได้ใช้บริการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่แล้วนั้น ท่านมั่นใจอย่างแน่นอนว่าจะแนะนำ ชักชวน ให้บุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.72) ท่านมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากหลังจากที่ท่านได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่แล้วนั้น ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72) หลังจากที่ท่านได้ข้อมูลร้านอาหารทะเลต่าง ๆ ในละแวกเดียวกับร้านอาหารทะเลเปิดใหม่แล้ว ท่านไม่คิดลี้เลี้ยวที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.78) ท่านคิดว่าร้านอาหารทะเลเปิดใหม่โดยรวมแล้วนั้น ถือเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการบริโภคอาหารทะเลนอกบ้าน ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.75) ร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ สามารถตอบสนองปัจจัยในส่วนนี้ได้ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.73) ท่านมีความเชื่อว่าร้านอาหารทะเลเปิดใหม่จะมีสิ่งพิเศษหรือดีกว่าร้านอาหารทะเลในละแวกเดียวกันเช่น เรื่องของรสชาติอาหาร ราคาอาหาร การบริการภายในร้าน ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.75) และก่อนที่ท่านจะเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ ท่านได้มีการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) มาก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiplier Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล ในสมมติฐาน H1-H7 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiplier Regression Analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยนำค่าการวัดจากตัวพยากรณ์ที่ใช้ศึกษาทั้งหมด 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กับกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล นำเข้าสมการถดถอยพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์ค้นหาตัวพยากรณ์โดยใช้วิธี Stepwise ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล โดยใช้โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiplier Regression Analysis) แบบ Stepwise

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	.238	.117		2.023	.044		
ด้านกระบวนการให้บริการ	.164	.048	.181	3.453	.001	.228	4.384
ด้านผลิตภัณฑ์	.297	.042	.275	7.054	.000	.415	2.412
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.220	.043	.243	5.101	.000	.277	3.613
ด้านพนักงานบริการ	.165	.042	.180	3.894	.000	.296	3.383
ด้านส่งเสริมการตลาด	.091	.028	.110	3.248	.001	.547	1.827
R							
0.867							
R Square							
0.752							
Adjusted R Square							
0.749							
Std. Error of the Estimation							
0.317							
Durbin-Watson							
2.012							
F- ratio							
238.77*							
Dependent Variable: กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล							

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเส้นเชิงแบบพหุพบว่า การทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่า มีตัวแปรปัจจัย 5 ตัว ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงานบริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเลหรือไม่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และจากผลการทดสอบพบว่าค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 มีอิทธิพลกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล

และจากการทดสอบด้วยสถิติ t-test เพื่อวิเคราะห์ว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงานบริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล (Y) และจากผลการทดสอบพบว่า

1. ตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล
2. ตัวแปรปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล
3. ตัวแปรปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล
4. ตัวแปรปัจจัยด้านพนักงานบริการ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล
5. ตัวแปรปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise เพื่อทดสอบหาตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล พบว่าตัวแปรปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่างก็เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล

โดยตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.181 ตัวแปรปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.275 ตัวแปรปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.243 ตัวแปรปัจจัยด้านพนักงานบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.180 และตัวแปรปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.110 และเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ 5 ตัวแปรมีค่าเป็นบวก แสดงว่า

1. หากคะแนนของตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน 0.181 หน่วย (เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้าสมการ)

2. หากคะแนนของตัวแปรปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน 0.275 หน่วย (เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้าสมการ)

3. หากคะแนนของตัวแปรปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน 0.243 หน่วย (เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้าสมการ)

4. หากคะแนนของตัวแปรปัจจัยด้านพนักงานบริการ เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน 0.180 หน่วย (เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้าสมการ)

5. หากคะแนนของตัวแปรปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน 0.110 หน่วย (เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้าสมการ)

จากการวิเคราะห์การวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiplier Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรที่ถูกนำออกจากสมการพยากรณ์ หรือไม่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สรุป

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการวิเคราะห์และประเด็นที่น่าสนใจสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix 7P's) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาเป็นเครื่องมือในการบริหารและควบคุมการจัดการภายในร้านอาหาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดและกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ ชิวชานา (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix 7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัววานาซีฟูดของผู้บริโภค

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดนุรัตน์ ใจดี (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล เนื่องจากร้านอาหารทะเลมุ่งเน้นถึงคุณภาพของอาหารเป็นหลัก โดยคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ไม่เหมือนใคร และยังมีเมนูให้เลือกหลากหลายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา เนียมรักษา (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในระดับมาก โดยให้ความสำคัญไปที่ อาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภท และมีความสะอาด

สมมติฐานที่ 2 ผลการศึกษางานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านราคา เนื่องจากร้านอาหารในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม มีราคาอาหารที่ใกล้เคียงกับร้านในบริเวณใกล้เคียง จึงไม่เกิดเป็นข้อแตกต่างมากนักในการเลือกราคาอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตวุฒิ รัตตกุล (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของ พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษางานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ อาจจะเป็นเพราะว่า ท่าเลที่ตั้งของร้านเดินทางได้สะดวก สถานที่จอดรถพอเพียง และยังอยู่ในเขตเที่ยวเที่ยว ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับเรื่องของรสชาติอาหารเสียมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า สถานที่และ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่เนื่องจากร้านอาหารทะเลมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ทั้งโทรศัพท์ เฟสบุ๊ก (Facebook) อิน스타그램 (Instagram) โดยการใช้การโฆษณาผ่านทางรายการโทรทัศน์ หรือการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมส่วนลดต่าง ๆ เช่น ส่วนลดวันเกิด หรือแม้แต่การแชร์รูปภาพลงในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร ป้อมเชียงพิณ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคใน จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านส่งเสริมการขาย มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารซึ่งอยู่ในระดับที่มาก

สมมติฐานที่ 5 ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านพนักงานบริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ เนื่องจากพนักงานที่ให้บริการภายในร้านอาหารอาหารทะเลบริการด้วยหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ เป็นกันเอง บวกกับพนักงานดูแลเอาใจผู้บริโภคเป็นอย่างดี นอกจากนี้พนักงานยังมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการและให้บริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา เนียมรักษา (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ผู้ประกอบการกิจการร้านในตลาดน้ำ อัมพวา ควรแสดงอัธยาศัยที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดจาสุภาพ มีมารยาทในการต้อนรับ และจัดหาผู้ขายให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 6 ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ เนื่องจาก มีบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า รายการอาหารที่ทำออกมาถูกต้องตามที่สั่ง นอกจากนี้ใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องแสดงรายการอาหารอย่างชัดเจน และยังมีการรับชำระเงินผ่านทาง โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ กมลทิพย์ ชิวชานา (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix 7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ร้านอาหารครัววาสนา ซื้ฟู้ดของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ร้านอาหารครัววาสนาซื้ฟู้ด

สมมติฐานที่ 7 ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ เนื่องจาก ป้ายร้านมองเห็นได้ง่าย มีเอกลักษณ์เป็นที่ย่อยต่อการจดจำ สิ่งของต่าง ๆ ภายในร้านมีความสะอาด เรียบร้อย จัดวางเป็นระเบียบ นอกจากนี้ ห้องน้ำยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก และสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิวรรณ วัฒนปริญา และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ผลของงานวิจัยพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในป้ายหน้าร้าน หรือแม้แต่ด้านความสะอาดภายในร้าน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ ในเขตจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อเป็นแนวทางในการบริหาร ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ต่าง ๆ ร้านอาหารทะเลในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม และร้านอาหารประเภทอื่น ๆ ได้นำไปใช้ประโยชน์ไม่มากนักน้อย ซึ่งผลการวิจัยจากการศึกษาในครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลเปิดใหม่ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

บรรณานุกรม

- Kotler, P. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. (9th ed). New Jersey: A simon & Schuster Company.
- กมลทิพย์ ชิวชานา. (2560). *การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix 7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัววาสนาซื้ฟู้ดของผู้บริโภค*. (การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *ธุรกิจร้านอาหาร*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ธุรกิจร้านอาหาร : บทวิเคราะห์ธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_20_1902.pdf
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม 2561-2565*. สืบค้นจาก www.samutsongkhram.go.th
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บจก.โพกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- จิตตวุฒิ รัตตกุล. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม = small business management*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: บจก.ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ดนตรีรัตน์ ใจดี. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.*
- รัชนิวรรณ วัฒนปัญญา และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการตลาดและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต, 1(2 (เมษายน – มิถุนายน)), 317-333.*
- ลาวัญญ์ ทวีผดุง. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารจานด่วน เคเอฟซี ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- ศศิธร ป้อมเชียงพิณ. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.