

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่จำหน่ายพิซซ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายวีรนาท กุลคิลก
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ศรีสุดา แซ่ลี
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: พฤษภาคม 2552
จำนวนหน้า	: 71 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อพิซซ่าของผู้บริโภค ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่จำหน่ายพิซซ่า และศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารที่จำหน่ายพิซซ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 322 ตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์มาทำการประมวลผลและวิเคราะห์ผลเพื่อหาการแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารของอาหารประเภทพิซซ่าเป็นแผ่นพับ/ใบปลิว ร้านอาหารที่ได้รับความสนใจและไปรับประทานประจำคือ ร้าน Pizza Hut เพราะรสชาติของอาหารอร่อยกว่า โอกาสในการไปรับประทานพิซซ่าคือช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่นวันขึ้นปีใหม่ นิยมสั่งพิซซ่าหน้า Hawaiian ขอบไส้กรอกชีส ในหนึ่งถาดมี 2 หน้า สั่งเครื่องดื่มเป็นน้ำอัดลม พร้อมทั้งสั่งเฟรนช์ฟรายเป็นอาหารทานเล่นควบคู่ไปด้วย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการซื้อพิซซ่าแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 100 – 200 บาท มีการสั่งพิซซ่ามารับประทานที่บ้านหรือที่ทำงานเพราะสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคพิซซ่ามากที่สุดคือช่วงเวลา 12.01 – 14.00 น. ไปใช้



บริการร้านพิซซ่ากับเพื่อน ซึ่งเพื่อนมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคพิซซ่ามากที่สุด มีการชำระค่าพิซซ่าเป็นเงินสด

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดบริการในภาพรวม 7 ด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัยเรียงตามลำดับคะแนน อันได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านส่งเสริมการตลาด รายละเอียดดังต่อไปนี้ ด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน และมีความสะดวกในการเดินทาง ด้านพนักงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องพนักงานให้บริการอย่างสุภาพ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และการแต่งกายของพนักงานเหมาะสม ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องมีความสะอาดถูกหลักอนามัย วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารสดและใหม่ รสชาติของอาหาร นอกจากนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องมีขนาดพิซซ่าที่สามารถรับประทานคนเดียวได้ ด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องมีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว ความถูกต้องของราคาสินค้ากับป้ายราคา และมีการทบทวนรายการอาหาร ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนและถูกต้อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และพิซซ่าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก ด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในเรื่องมีสถานที่สะอาด ให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องมีการตกแต่งภายในร้านที่สวยงาม แสงสว่างในร้านอยู่ในระดับเหมาะสม และมีกลิ่นหอมของพิซซ่า ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องมีการแสดงให้เห็นถึงกระบวนการผลิตและมีมุมเครื่องเล่นเด็ก ปัจจัยสุดท้าย ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องการให้ของแถม เช่น ซื่อ 1 แกรม 1 มีการจัดเซตเมนูราคาพิเศษ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเทศกาล และผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องการแลกของรางวัล เช่น ซื่อสินค้าครบมูลค่า การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และมีการแจก หรือจัดรางวัล เช่น กูปอง ชิงโชค

การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านพิซซ่าทั้งที่กำลังดำเนินกิจการอยู่และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทพิซซ่า ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับกลยุทธ์และวางแผนการตลาดขององค์กร หรือธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต