

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ บริการร้านอาหารคิมซ่าประเภทแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้จัดทำ	:	นางสาว มณีรัตน์ เกตุมา
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.เทียน เสรามัญ
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	กรกฎาคม 2554
จำนวนหน้า	:	96 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านอาหารคิมซ่าประเภทแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังทำให้ผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมทางการตลาดในด้านต่างๆให้เหมาะสมเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆเพื่อทำการปรับปรุงกิจการให้การดำเนินงานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสภาวะการแข่งขัน ณ ปัจจุบัน ได้ดียิ่งขึ้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารคิมซ่าประเภทแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 248 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ คือ การหาค่าความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติ ANOVAทดสอบความแตกต่างรายคู่ในกรณีที่ใช้ปฏิเสธสมมติฐานด้วย การหาค่า LSD

พบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ร้านอาหารคิมซ่าประเภทแฟรนไชส์ที่ใช้บริการเป็นประจำคือร้าน โชคดีคิมซ่า เหตุผลที่เลือกไปรับประทานคือมีรสชาติอร่อย/เป็นมาตรฐาน โดยได้รับข้อมูลข่าวสารของร้านจากสื่อโฆษณา เมนูเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคสั่งเพิ่มเติมเป็นประจำนอกเหนือจากการรับประทานคิมซ่าคือ น้ำ

เด็กชายส่วนใหญ่มารับประทานกับเพื่อน ซึ่งมารับประทานนานๆครั้ง ช่วงเวลา 13.00 - 15.00 น. จะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานคิมซ่าต่อครั้งต่อหนึ่งคนประมาณ 251 - 500 บาท

ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคลากร กระบวนการ และ ลักษณะทางกายภาพ ยกเว้นในส่วนของการส่งเสริมการตลาด ที่อยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับอาชีพของลูกค้าที่เข้าใช้บริการ โดยผู้วิจัยเก็บตัวอย่างแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มเป็นจำนวนที่เท่ากัน 4 กลุ่มดังนี้ คือ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/แม่บ้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอาชีพ แต่ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด บุคคลากร และกระบวนการมีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอาชีพ

ข้อเสนอแนะต่างๆในส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ควรมีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นไปที่การโฆษณาออกสื่อที่เป็นแบบ Mass ตอกย้ำในจุดเด่นเรื่องคุณภาพประโยชน์ของอาหาร การรับสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษ การได้รับส่วนลดจากสิทธิพิเศษจากบัตรเครดิตต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต การแจกคู่มือลดราคาอาหาร เพื่อเป็นการกระตุ้นเพิ่มความถี่ในการมารับประทานคิมซ่าให้มากขึ้นการมีบัตรสะสมแต้มในรูปแบบต่างๆควรเน้นในแบบที่ลูกค้าสามารถนำมาเป็นส่วนลดได้จริงและไม่มีความยุ่งยากและไม่ต้องรอคอยในการใช้สิทธิพิเศษส่วนลดต่างๆนานเกินไป จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำจากลูกค้าได้ง่ายและบ่อยมากยิ่งขึ้น