

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม*

หิรัญญา กลางนุรักษ์**, สงกรานต์ กลมสุข**, ธีรพัชร ตั้งศรีวงศ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินในสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ที่เป็นผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโตะเงินในจังหวัดนครปฐม ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลคองพาสเท่ากับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของเพียร์สันและการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด และด้านมาตรฐานการสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม (Sig.(2-tailed)) < 0.05 และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ใช้บริการโตะเงินได้รับการกระตุ้นหรือส่งเสริมด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด และด้านมาตรฐานการสุขาภิบาลอาหารมากเท่าไร จะยิ่งทำให้มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม มากยิ่งขึ้นซึ่งผู้ประกอบการโตะเงินควรให้ความสำคัญ

คำสำคัญ : โตะเงิน, สมาคมโตะเงิน, การบริการโตะเงิน

* ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยคริสเตียน

** อาจารย์ประจำ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

Corresponding author, e-mail: air440136@hotmail.com, Tel.092-2657499

Received : December 26, 2018; Revised : February 21, 2019; Accepted : March 9, 2019

The Factor Influencing Chinese Banquet Service of Nakhon Pathom Province Chinese Banquet Association*

Hiranya Klangnurak**, Songkran Klomsook**, Keerapat Tangsriwong**

Abstract

This research entitled The Factor Influencing Chinese Banquet Service of Nakhon Pathom Province Chinese Banquet Association aimed to analyze the selecting decision on Chinese banquet of Nakhon Pathom Banquet Association and to analyze the relationship of the factors of product quality, price, provider, service procedure, market promotion and hygiene and sanitation and to analyze the purchasing decision of the customer by using 300 respondents who experienced in Chinese banquet in Nakhon Pathom. The research analyzations were Percentage (x-bar), Standard Deviation (S.D.) and Person Correlation.

The research finding presented 3.91 or highest level of all factors affecting to purchasing decision of Nakhon Pathom Chinese Banquet while the market promotion factor has the highest purchasing decision of all factors.

The hypothesis testing found that the product, price, provider, service procedure, market promotion, hygiene and sanitation were related to the decision making of purchasing decision of Nakhon Pathom Chinese Banquet (Sig.(2-tailed)) < 0.05, (r>0)) representing the direct variation of all factors to the decision making of purchasing decision of Nakhon Pathom Chinese Banquet.

Keyword : Chinese Banquet, Chinese Banquet Association, Chinese Banquet Service

* Research Paper Granted by Christian University of Thailand

** Instructor, Multidisciplinary College, Christian University of Thailand

Corresponding author, e-mail: air440136@hotmail.com, Tel.092-2657499

Received : December 26, 2018; **Revised** : February 21, 2019; **Accepted** : March 9, 2019

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์และได้รับการยอมรับจาก ชาวต่างชาติว่ามีเอกลักษณ์ด้านรสชาติ ความคิดสร้างสรรค์ ความประณีตงดงาม รวมทั้งมีประโยชน์ ต่อสุขภาพ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) เพื่อรณรงค์ให้อาหารไทยมีคุณภาพ และมาตรฐานเป็นไปตามหลักสากล ในการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย และช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญ (ศูนย์สารสนเทศสถาบันอาหาร, 2551) ซึ่งจังหวัดนครปฐมได้ตอบรับนโยบายดังกล่าวโดยจัดทำ “โครงการเพิ่มศักยภาพการผลิตอาหารโต๊ะจีนนครปฐม สะอาดปลอดภัย” ไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดปี 2547 ที่ผ่านมาเพื่อให้การสนับสนุนผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนของจังหวัดนครปฐม ในเรื่องกำหนดเกณฑ์มาตรฐานอาหารโต๊ะจีน (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2551) ซึ่งโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ในเรื่องการโภชนาการ ระบบการผลิต ขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบสถานที่ประกอบอาหาร เพื่อรับรองมาตรฐานโต๊ะจีน การอบรมพนักงานเสิร์ฟอาหาร และบริการ ทั้งนี้ โดยเน้นเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และได้มาตรฐานเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังให้การสนับสนุนในด้านการเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัดอีกด้วย เพราะการบริการอาหารโต๊ะจีนของจังหวัดนครปฐมเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปทั้งในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียงเช่น สุพรรณบุรี กรุงเทพฯ ราชบุรี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สมุทรปราการและจังหวัดอื่นๆ ซึ่งสามารถสร้างเอกลักษณ์ อาชีพ และรายได้ให้ประชาชนในจังหวัดได้เป็นอย่างดี

โครงการดังกล่าว จะทำให้ผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ได้รับมาตรฐานโต๊ะจีนประจำจังหวัดจำนวน 41 ราย (โครงการอาหารโต๊ะจีนนครปฐม สะอาดปลอดภัย นครปฐม,สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม,2549) จึงต้องมีการพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง ในการดึงดูดการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า โดยผู้ให้บริการต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาส่วนประสมการตลาด ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ และลักษณะทางกายภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป้าหมาย ซึ่งเดิมองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการของลูกค้า นั้นจะเน้นในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (วาณี หาญแก้ว,2552)

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ มีผู้วิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการ เช่น ดนุรัตน์ ใจดี (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์

กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบางด้าน และ วิลาสินี พิพัฒน์พลลภ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในอันดับแรกของแต่ละส่วน ประสมการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย คือ เดินทางไปร้านได้สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การโฆษณา เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความ ด้านกระบวนการให้บริการ คือ กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารัฐกิจโต๊ะจีนให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาการบริการอาหารโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมให้มีมาตรฐานต่อไป

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมมีอะไรบ้าง
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมมีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

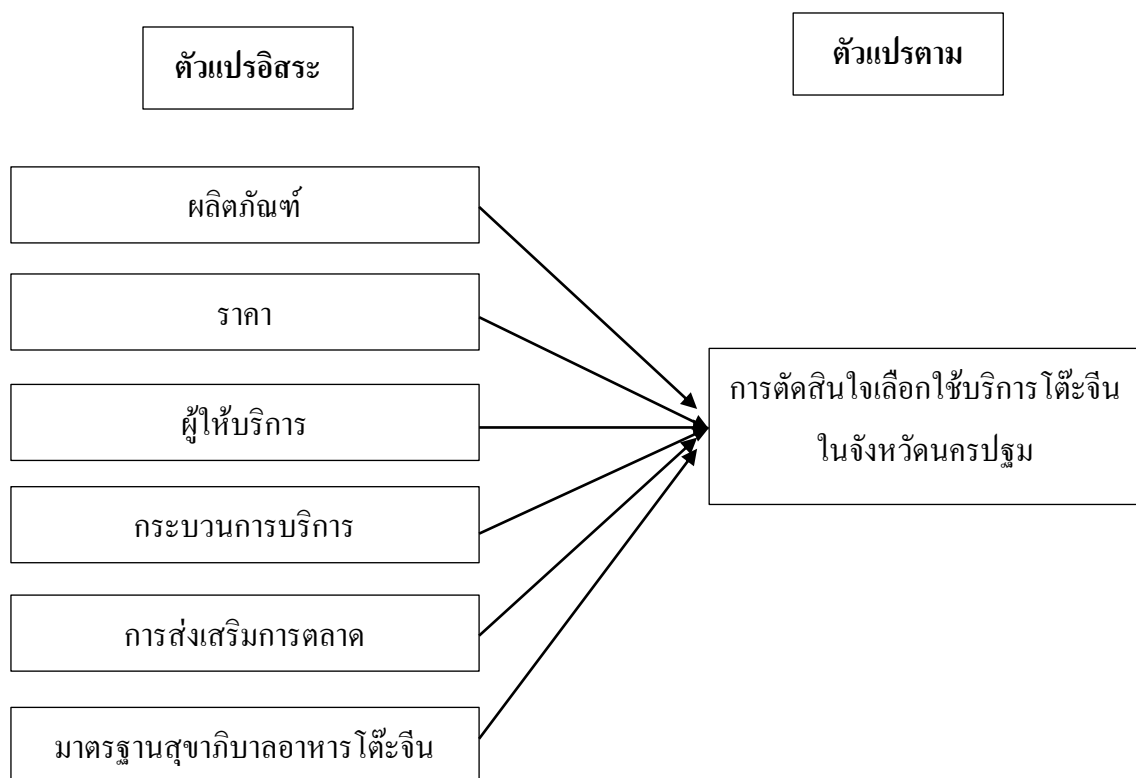
1. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาล มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม
2. ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาลได้ใช้ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อนำทฤษฎีไปใช้วางแผนการจัดบริการเพื่อให้ผู้รับบริการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาด ชื่อ John Farley และคณะ ได้พัฒนาทฤษฎีขึ้นจากการวิเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analyses เรียกว่า “Consumer Decision Model (CDM)” หรือ ทฤษฎีการตัดสินใจ



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมในด้าน

- 1) ผลิตภัณฑ์
- 2) ราคา
- 3) ผู้ให้บริการ
- 4) กระบวนการบริการ
- 5) การส่งเสริมการตลาด
- 6) มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน

2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมจำนวน 41 ราย

2.2 ผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี โดยเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560

4. นิยามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

4.1 โต๊ะจีน หมายถึง ธุรกิจบริการอาหารที่สังกัดในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

4.2 การเลือกใช้บริการโต๊ะจีน หมายถึง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีน หมายถึง องค์ประกอบหลักของการให้บริการของธุรกิจโต๊ะจีนในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม เป็นองค์ประกอบที่ประชาชนที่ใช้บริการนำมาใช้พิจารณาตัดสินใจใช้บริการธุรกิจโต๊ะจีน ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด และมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนในสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม” เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสร้างเครื่องมือ และการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม จำนวน 41 ร้าน

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ซึ่งได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamané . อ้างในจิรภา แสนเกษม และคณะ, 2545) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม โดยมีโครงสร้าง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการจังหวัดนครปฐม ซึ่งประกอบด้วย ผลลัพธ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าระดับ ดังนี้

- 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก
- 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อย
- 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เป็นคำถามปลายเปิดซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้เสนอแนะความคิดเห็นลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เรื่องอาหารโต๊ะจีน จำนวน 5 คน ผู้ให้บริการที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 5 คน ผู้ซื้อเป็นประจำ 5 คน และผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนเป็นประจำ 5 คน รวม 20 คน

2. ผู้วิจัยศึกษาเอกสารงานวิจัยและจากการสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแล้วนำผลการศึกษามาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อปรับปรุงตัวแปรแต่ละปัจจัยของตนุรัตน์ ใจดี (2553) รวมทั้งกำหนดตัวแปรเพิ่มเติมแต่ละปัจจัยเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3. ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยนำเครื่องมือที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านเนื้อหา ข้อคำถาม และภาษาที่ใช้ให้สอดคล้องกับ นิยามศัพท์เฉพาะตรงตามวัตถุประสงค์ด้วยวิธีหาสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence: IOC.) และเลือกเฉพาะข้อที่มี IOC.>0.50 พร้อมรับคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำไปทดสอบ (Try out) กับผู้ที่เคยใช้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มที่ไปเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนด้วยตนเองโดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากประชาชนผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโต๊ะจีนที่สังกัดสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมโดยใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของเพียร์สัน
4. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสภาพสมรสโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาทต่อเดือน

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าไม่มีโต๊ะจีนที่ใช้บริการเป็นประจำ ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาคุณสมบัติของโต๊ะจีน เครื่องหมายรับรอง มาตรฐาน จากป้ายสะอาด รสชาติอร่อย สำหรับโอกาสในการใช้โต๊ะจีนมากที่สุด คือ งานฉลองมงคลสมรส/งานอุปสมบท/งานขึ้นบ้านใหม่ ด้านความถี่ในการใช้บริการโต๊ะจีนที่มากที่สุดคือ 3 ครั้งต่อปี และหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการโต๊ะจีน คือ ราคา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโต๊ะจีน 1,200-1,999 บาท/โต๊ะ ในแต่ละครั้ง

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.05 และมีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 โดยมีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.83 แต่ยังมีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับมาก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาล กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐมนั้นพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านมาตรฐานการสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม ($\text{Sig. (2-tailed)} < 0.05$ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ใช้บริการโตะเงินได้รับการกระตุ้นหรือส่งเสริมด้วยปัจจัยด้านต่างๆข้างต้นมากเท่าไร จะยิ่งทำให้มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม มากยิ่งขึ้น

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะเงินในสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้ที่เคยใช้บริการอาหารโตะเงินในจังหวัดนครปฐม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาทต่อเดือน สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าไม่มีโตะเงินที่ใช้บริการเป็นประจำ ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาคุณสมบัติของโตะเงิน เครื่องหมายรับรอง มาตรฐาน จากป้ายสะอาด รสชาติอร่อย สำหรับโอกาสในการใช้โตะเงินมากที่สุด คือ งานฉลองมงคลสมรส/งานอุปสมบท/งานขึ้นบ้านใหม่ โดยมีความถี่ในการใช้บริการโตะเงินที่มากที่สุดคือ 3 ครั้งต่อปี และหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการโตะเงิน คือ ราคา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโตะเงิน 1,200-1,999 บาท/โตะ ในแต่ละครั้ง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด และด้านมาตรฐานการสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินของสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม ($\text{Sig. (2-tailed)} < 0.05$ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$))

อภิปรายผล

ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนของสมาคมโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านราคา สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญธิกา แก้วศิริ (2560) ที่ได้กล่าวว่าปัจจัยในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์เพราะด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ใช้บริการเพราะด้านสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการ ใช้บริการเพราะด้านราคา ใช้บริการเพราะด้านพนักงาน และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และใช้บริการเพราะด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เช่นเดียวกันกับ ธนิตา จินตชนเดช (2558) ได้กล่าวว่าผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่าส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนของผู้ใช้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ กระบวนการบริการ ราคา และมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารโต๊ะจีน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ามีมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง จากงานวิจัยของเกศรินทร์ ทิพย์เนตร์ (2555) ได้กล่าวว่า เหตุผลที่ถูกค่าใช้บริการโต๊ะจีน คือ พิจารณาในเรื่องของรสชาติของอาหารที่อร่อยมากที่สุด รองลงมาคือ มีพนักงานคอยให้บริการ และใช้งบประมาณได้คุ้มค่าตามลำดับ และกิจติมา ลุ่มภักดี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านการมีความสุขที่ได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนี้ถูกต้องแล้วอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้แล้วจากงานวิจัยของวาณี หาญแก้ว (2552) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมของผู้ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา จินตชนเดช (2558) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภคของอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก อัญธิกา แก้วศิริ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มาก และส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ความสะอาดของอาหารมากที่สุด และเกศรินทร์ ทิพย์เนตร์ (2555) ได้ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมกรให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจัดเลี้ยงนอกสถานที่ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจัดเลี้ยงนอกสถานที่ให้ระดับความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาล กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม ด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านมาตรฐานการสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม ($\text{Sig. (2-tailed)} < 0.05$ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ใช้บริการไ้้เงินได้รับการกระตุ้นมากเท่าไร จะยิ่งทำให้มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ผลการทดสอบ ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาดและมาตรฐานสุขาภิบาล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม พบว่า หากกระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการด้วยปัจจัยด้านผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวพร วงศ์คุณ (2558) กล่าวว่า (1) เพศ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนันทนาการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางการภาพ และด้านกระบวนการการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนันทนาการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม

ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินโดยพิจารณาคุณสมบัติของไ้้เงิน เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน จากป้ายสะอาด รสชาติอร่อย สำหรับโอกาสในการใช้ไ้้เงินมากที่สุด คือ งานฉลองมงคลสมรส/งานอุปสมบท/งานขึ้นบ้านใหม่ ด้านความถี่ในการใช้บริการไ้้เงินที่มากที่สุดคือ 3 ครั้งต่อปี และหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการไ้้เงิน คือ ราคา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไ้้เงิน 1,200-1,999 บาท/ไ้้เงิน ในแต่ละครั้ง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐมโดยประเด็นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับแรก คือ มีการให้ชิมอาหารก่อนการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ด้านกระบวนการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยเช่นกันโดยประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไ้้เงินของสมาคมไ้้เงินจังหวัดนครปฐม เป็นลำดับแรก คือ มีบริการระหว่างการเสิร์ฟ เช่น เปลี่ยนจานใหม่ให้จานใส่เศษอาหาร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการไ้้เงินในจังหวัดนครปฐมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

- กิจติมา ลุมภักดี (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหาร ธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2(4), 19-35.
- กันตวัฒน์ สุวรรณราช. (2557). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด และความเป็นได้ของพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารบุฟเฟต์สไตล์ญี่ปุ่น ประเภท บั๊ววัง. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เกสรินทร์ ทิพย์เนตร์. (2555). ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม การให้บริการของผู้ประกอบการ โต๊ะจีนจัดเลี้ยงนอกสถานที่ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบัน เทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จำรัส พุ่มจันทร์ (2553). กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเนื้อย่างเกาหลีใน เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี : ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จันทร์เพ็ญ ขาประดิษฐ์ (2558). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ โต๊ะจีนจังหวัด นครปฐม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปากร, 8(2), 1207-1222.
- ณิชากรีย์ จรัสจรรยาวงศ์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนกฤต สิงห์คะราช. (2558). พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนของผู้บริโภควัยทำงานต่อการเลือก ศูนย์อาหารในศูนย์การค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนิดา จินตชนะเดช. (2550). ส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการอาหาร โต๊ะจีนของผู้ใช้บริการ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- นันทิกา เจิตจรัส. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคบุฟเฟต์ปิ้งย่างในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนทพร โฉมมงคล (2550). การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในจังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วศินี พงศ์พัฒนศักดิ์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของคนทำงานในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วาณี หาญแก้ว. (2552). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการ โต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2551). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ ศูนย์สารสนเทศสถาบันอาหาร.(2551).[ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 20มกราคม 2560,จาก www.nfi.or.th
- ศิวพร ชนะนนนท์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- อัญธิกา แก้วศิริ. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*.
- Kotler, Philip. (1997) . *Marketing Management : analysis, planning, implementation, and control*. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster company

