

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ศุภิชัย เพียรสาระ

บทความ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์มากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือของบริการ เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ส่วน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระค่าใช้จ่ายคงที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

คำสำคัญ : ผู้บริโภค, การตัดสินใจ, ร้านอาหารบุฟเฟต์

Abstract

This research has the objective to study the factors affecting the decision of choosing a buffet restaurant. And to compare factors affecting the decision of choosing a buffet restaurant of consumers living in Wang Thonglang District, Bangkok Province. The sample group used in this research is buffet restaurant users living in Wang Thonglang District, Bangkok Province a total of 400 people provided information. The tools used to collect the data were questionnaires over the Internet. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA.

The research results were found that the most influencing factor affecting the decision to choose a buffet restaurant is the quality of service in terms of service reliability. Different sex, there is no difference in deciding to use the buffet restaurant. The age, the highest education level, average monthly income and the fixed charge burden were different. There are differences in the selection of the buffet restaurant.

Keywords: consumer, decision-making, buffet restaurant

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน การบริโภคอาหารบุฟเฟต์นั้น ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ การกินอาหารได้ไม่อั้น โดยจ่ายเงินในราคาเดียว สำหรับหลายๆคนถือว่า “คุ้ม” การศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ จะสามารถเข้าถึงความต้องการโดยตรงของผู้บริโภคได้ และยังสามารถนำมาปรับใช้กับแผนการตลาด เห็นได้จากที่กิจการร้านอาหารบุฟเฟต์เกิดขึ้นมากมาย เรียกได้ว่าเป็นกิจการหลักที่มักจะเลือกทำกัน และส่วนใหญ่มักจะประสบความสำเร็จค่อนข้างมากด้วยเช่นกัน จึงไม่แปลกที่แต่ละร้านจะเลือกใช้กลยุทธ์ของตัวเอง ในการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการร้านของตัวเองมากขึ้น

หลังจากช่วงภาวะการระบาดของโรค โควิด-19 (COVID-19) ทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดปัญหาขึ้น หลายกิจการ หลายบริษัทห้างร้านต้องปิดตัวลง ส่งผลโดยตรงให้เกิดการว่างงานเพิ่มขึ้น รวมถึงมีข่าวการปิดโรงงาน การปลดพนักงาน การลดขนาดองค์กร ลดเงินเดือน อันเป็นเหตุให้ใครหลายๆคน ขาดรายได้ หรือพูดได้ว่า มีกำลังซื้อลดลง ดังนั้นในทุกๆการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน จึงจำเป็นต้องใช้การพิจารณามากกว่าเดิม การเลือกรับประทานอาหารก็ถือว่าเป็นหนึ่งในสิ่งที่จะต้องพิจารณา ถ้าเป็นช่วงก่อนการระบาดของโรค โควิด-19 (COVID-19) การจะตัดสินใจรับประทานอะไร ก็สามารถตัดสินใจได้ง่าย ไม่ว่าจะราคาเท่าไรก็พร้อมจ่าย ยิ่งรับประทานเยอะก็ต้องจ่ายเยอะตามไปด้วย แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรค โควิด-19 (COVID-19) ทำให้ต้องเลือกรับประทานสิ่งที่พิจารณาแล้วว่าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ซึ่งการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ ก็กลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่น่าสนใจอยู่เหมือนกัน เพราะการรับประทานเท่าไรก็ได้ แต่จ่ายเงินในราคาเดียว ทำให้ใครหลายๆคนรู้สึก คุ้มกับเงินที่จ่ายไป

คุณภาพการบริการ ถือว่าเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการให้บริการ การที่ทราบว่ากิจการที่กำลังทำอยู่นั้น ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยใช้ทฤษฎีคุณภาพการบริการข้อไหน ก็จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และปรับปรุงคุณภาพการบริการของกิจการได้อย่างแม่นยำ และตรงจุด ซึ่งผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับก็คือ ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค และผู้บริโภคเลือกใช้บริการมากขึ้น

ดังนั้น การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งส่วนหนึ่งต้องมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยการให้บริการของทางร้าน อันเป็นจุดที่ทำให้ผู้วิจัยอยากทราบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการข้อไหนบ้าง ที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการ อันจะเป็นผลให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา คือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร อ้างอิงจาก ข้อมูลประชากรในพื้นที่เขตวังทองหลาง (ข้อมูลเดือนกันยายน 2563) มีผู้อาศัยอยู่รวมทั้ง ชาย และหญิง ทั้งหมด 107,923 คน

2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษานั้นเลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง ใช้จำนวนสุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งได้จำนวนจากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967)

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบไปด้วย

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งมี

- เพศ
- ระดับการศึกษา
- ภาระค่าใช้จ่ายคงที่ประจำเดือน
- อายุ
- รายได้ต่อเดือน

และปัจจัยด้านคุณภาพบริการ 5 ด้าน ประกอบไปด้วย

- ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ
- ด้านความมั่นใจของการบริการ
- ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

4. สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยเลือกใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ เขตห้วยขวาง ตรงกับหัวข้อวิจัย

5. ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือน สิงหาคม 2563 ถึง เดือน พฤศจิกายน 2563

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับอาหารบุฟเฟต์

การกินอาหารแบบบุฟเฟต์ มีต้นกำเนิดจากประเทศสวีเดน นับตั้งแต่ยุคไวกิง ชาวไวกิง ถูกเรียกว่า โจรสลัดแห่งยุโรปเหนือ เป็นชนเผ่าที่มีทักษะในการเดินเรือที่สูง ดำรงชีพด้วยการซื้อขายสินค้าและปล้นสะดม ส่วนใหญ่พวกเขาใช้ชีวิตบนเรือที่แล่นอยู่กลางทะเล เมื่อเวลาขึ้นฝั่งพวกเขาจึงมักสั่งอาหารที่อยากกินมาวางเต็มโต๊ะ จากนั้นก็ให้แต่ละคนเลือกกินเอาตามใจชอบ จึงเป็นที่มาของอาหารบุฟเฟต์ อารยธรรมการกินอาหารแบบนี้ได้ถูกชาวฝรั่งเศสขนานนามว่า "บุฟเฟต์" (บู๊-เฟ้, buffet) และแพร่หลายไปทั่วโลก ปัจจุบัน การกินอาหารบุฟเฟต์ มีความหลากหลายมากขึ้น โดยมีอาหารทะเล ขนมหวาน และผลไม้เพิ่มเข้ามา แต่จุดเด่นอย่างเดียวที่ไม่เปลี่ยนคือ ต้องบริการตัวเอง

ในภาษาไทย บุฟเฟต์ เรียกการเลี้ยงอาหารแบบที่จัดวางอาหารทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ผู้ที่เป็นแขกในงานเดินไปตักอาหารต่าง ๆ นั้นด้วยตนเอง ในบางครั้งอาจมีผู้ช่วยจัดอาหารไว้ แต่ผู้เป็นแขกก็ต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง ปัจจุบัน คำว่า บุฟเฟต์ ในภาษาไทย ได้ขยายความหมายถึงแบบการขายอาหารซึ่งผู้ขายจัดอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคลด้วย ผู้ซื้อเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ทั้งมีการจัดอาหารหลาย ๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์อาหารเจ บุฟเฟต์ข้าวต้ม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman (1988 อ้างใน ชีรจิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2552) กล่าวว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง โดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการให้ให้เลือกเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ หมายถึงความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Assurance) ซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาดการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอและการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

2. ความมั่นใจ หมายถึงผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) ซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการการสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงานพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ หมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสภาพแวดล้อมเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆซึ่งได้แก่ความทันสมัยของอุปกรณ์สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการแต่งกายของพนักงานเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เป็นต้น

4. ความใส่ใจ หมายถึงสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) ซึ่งได้แก่การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการเวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าโอกาสในการรับทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆของกิจการผู้รับบริการความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงานความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นต้น

5. การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึงความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) ได้แก่ความเต็มใจที่จะให้บริการความพร้อมที่จะให้บริการการติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องการวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีสมการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัด กรุงเทพมหานคร (ข้อมูลเดือนกันยายน 2563) จำนวน 107,923 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่ออกแบบโดยใช้การสร้างคำถามลักษณะนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และภาระค่าใช้จ่ายคงที่ประจำเดือน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงข้อเดียวที่ตรงกับลักษณะของตนเอง

ส่วนที่ 2 วิจัยด้านคุณภาพบริการ เป็นคำถามแบบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยตอบข้อมูลที่ตรงกับลักษณะหรือสิ่งที่เห็นด้วยลงไป โดยประมาณค่ามาตรวัด (Rating Scale) แบบลิคเคอร์ต (Likert) แต่ละข้อมีตัวเลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ถามครอบคลุมในด้านต่างๆดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ
2. ด้านความมั่นใจของการบริการ
3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า
5. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ เป็นคำถามที่ออกแบบโดยการสร้างคำถามลักษณะนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ ประเภทร้านอาหารบุฟเฟต์ที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ช่วงราคาค่าบริการที่จ่าย และบุคคลที่มักจะไปรับประทานอาหารด้วย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกคำตอบเพียงข้อเดียวที่ตรงกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของตนเอง

สรุปผลการศึกษา

วิจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ มากกว่า 30,001 บาท และมีภาระค่าใช้จ่ายคงที่ประจำเดือน คือ มากกว่า 10,001 บาท

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์มากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือของบริการ เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ส่วน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้

เฉลี่ยต่อเดือน และภาระค่าใช้จ่ายคงที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องของการออเดอร์อาหาร เพื่อให้ลูกค้าได้รับอาหารครบถ้วนตามต้องการ และควรแจ้งอาหารที่หมดแล้ว/ไม่มี ก่อนที่ลูกค้าจะเข้ารับบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้สามารถตัดสินใจได้ ในกรณีที่ตั้งใจมารับประทานอาหารแล้วทางร้านไม่มีบริการ

2. ด้านความมั่นใจของการบริการ ผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องของพื้นที่จอดรถที่ปลอดภัย เพราะลูกค้าหลายๆคน มักจะนำรถส่วนตัวเดินทางมาที่ร้าน และลดปัญหาความกังวลในเรื่องของทรัพย์สินของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าสามารถรับประทานอาหารเช้าอย่างเต็มที่ ไม่ต้องคอยพะวงถึงความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าเอง

3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ประกอบการควรจัดหาพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้าอย่างเพียงพอ ยังมีจำนวนโต๊ะมากเท่าไร ก็ควรมีพื้นที่จอดรถมากขึ้นตามไปด้วย เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการมักจะมีรถส่วนตัวกัน หรือหากไม่มีที่จอดรถบริเวณร้าน หรือใกล้ร้าน ก็ควรแนะนำที่จอดรถที่สะดวกที่สุด และใช้บริการรับส่งลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมารับประทานอาหารเช้าอย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ควรให้ความสำคัญในด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยเน้นไปที่การบริการลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ เช่น สอบถามถึงความพึงพอใจของการรับบริการ คอยมันสอบถามปัญหาของการใช้บริการ การเติมอาหาร เติมน้ำดื่ม เติมอุปกรณ์เช่น เติมน้ำเปลี่ยนเตา เติมน้ำซุ๊ป เพื่อให้ลูกค้าที่กำลังรับประทานอาหารเช้าสามารถทานอาหารได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หงุดหงิดหรือต้องร้องขอมากเกินไป และไม่ควรถูก รอนานหลังจากที่รับคำร้องขอของลูกค้ามาแล้ว เพื่อให้การรับบริการเป็นไปอย่างราบรื่น

5. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ เพื่อป้องกันปัญหาที่เกิดจากพนักงานไม่พอ เช่น ไม่มีพนักงานคิดเงินในกรณีที่ลูกค้าต้องการจ่ายเงิน ไม่มีพนักงานทำความสะอาดในกรณีต้อนรับลูกค้าใหม่ที่ต้องนั่งโต๊ะต่อจากลูกค้าเดิม ไม่มีพนักงานจัดคิวในกรณีที่มีลูกค้ามารอใช้บริการเยอะ

6. สำหรับผู้ประกอบการ จากการสำรวจพบว่า อาหารประเภทปิ้งย่าง เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่า ลูกค้าจะเลือกรับประทานมากกว่าที่จะเลือกอาหารประเภทสุกี้/หม้อไฟ แต่ถึงอย่างนั้นต้องดูแลถึงสภาพแวดล้อมที่จัดร้านด้วย เพื่อป้องกันการแข่งขันใน

ตลาดเดียวกัน ส่วนช่วงเวลาที่เหมาะสมก็คือเวลา 16:00 - 20:00 น. เพราะเป็นช่วงเลิกงาน ซึ่งเหมาะกับการพักรับประทานอาหารก่อนที่จะกลับบ้าน และช่วงราคาค่าบริการที่น่าสนใจก็คือ 200-299 บาท และ 500 บาทขึ้นไป ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาของทางร้านได้ เพิ่มตัวเลือกการให้บริการ และลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกได้ง่ายขึ้น

7. สำหรับผู้ที่สนใจจะทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งถือเป็นอีกหัวข้อที่น่าสนใจ เพราะเมื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยสองตัวนี้แล้ว ก็จะสามารถนำไปปรับปรุงร้านของผู้ประกอบการ ตอบโจทย์การบริการ และสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้มากขึ้นอีกด้วย

บรรณานุกรม

- วรรณพร สืบบุญสนธิ์. (2557). **การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น**. การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- กาญจนา โพนโด. (2559). **ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ (Modern Trade) ในจังหวัดปทุมธานี**. การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สมฤดี ธรรมสุวรรณ์. (2554). **ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ : บริษัท ประชาชน จำกัด.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไทเท็กซ์.
- สำนักงานเขตวังทองหลาง. (2563). **สถิติข้อมูลประชากรในพื้นที่เขตวังทองหลาง (ข้อมูลเดือนกันยายน 2563)**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10, 2563. จาก <http://www.bangkok.go.th/wangthonglang/page/sub/สถิติข้อมูลประชากร>
- นิตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์ เปอร์เนท.
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพมหานคร : ประชาชน
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Sanook! กูรู. (2556). **ต้นกำเนิดของอาหารนุฟเฟต**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10, 2563. จาก <https://guru.sanook.com/9050/>
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.