

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่
ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค

โดย : นางสาวณัฐชา จันทร์สุวรรณ

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :
(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)
16 / กรกฎาคม / 2559

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแคและเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนี ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และสถิติไคว์สแควร์(Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-4 คน พฤติกรรมของการใช้บริการร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการประมาณ 2-4 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทพิชซ่า โดยส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการ

ร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีในวันเสาร์ ในช่วงเวลา 16.01 น. – 19.00 น. โดยจะใช้บริการอยู่
ระยะเวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือครอบครัว นอกจากนี้ผู้วิจัย
พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
ร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแคในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคาและปัจจัยที่มี
ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านลักษณะกายภาพภายนอก

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่
ร้านอาหารเดอะพิชซ่า คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค ได้แก่ เพศ
อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว
นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ
และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านอาหารเดอะพิชซ่า
คอมปะนีที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค


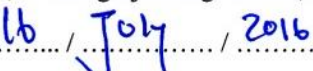
Abstract

Research Title : Behavior on the Service of the Pizza Company Restaurant at
The Mall Department Store, Bangkae Branch

Researcher : Miss Nutch Chansuwan

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor : 
(Dr. Rungroje Songsraboon)


The purposes of this research were to study the demographic characteristics of consumer servicing, the servicing behavior and the servicing satisfaction of the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkae Branch. The samples used for this study are 400 consumers servicing at the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkae Branch. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. T-test, One-way ANOVA and Chi-square test was used for hypothesis testing.

The results of the study showed that most consumers are male, aged between 20-30 years, single, hold bachelor's degree, worked as students, earned below 10,000 Baht and 2-4 members in the family. The servicing behavior of the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkae Branch: the service frequency is 2-4 times per month, most like eating pizza, most of consumers used serving on Saturday, at 4:01 – 7:00 pm. The service is approximately 1-2 hours. The person involved in the decision is the family. In addition, the researcher found that the overall of important level of marketing mix factors affecting on the servicing behavior of the

the overall of important level of marketing mix factors affecting on the servicing behavior of the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkai Branch was high level. The highest important factor was the product. Secondly, it was price. The lowest important was physical evidence.

Hypothesis testing revealed that demographic characteristics of gender, age, occupation, marital status, educational level, income per month and the member in the family are affected on the servicing behavior of the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkai Branch. In addition, the researcher found that marketing mix factors – product, price, place, promotion, people, process and physical evidence related to the servicing behavior of the Pizza Company Restaurant at The Mall Department Store, Bangkai Branch.