บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหารนายหมากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.04 มีอายุ มากกว่า 40 ปี ร้อยละ 35.31 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 33.05 มีอาชีพ พนักงานบริษัท ร้อยละ 40.96 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.64 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 43.50 รองลงมา 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 31.64

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารนายหมา รวม 5 ด้าน คือ การบริหารคน การบริหารเงิน การบริหารวัสดุอุปกรณ์ การบริหารทั่วไป และการบริหารตลาด สามารถสรุปได้ คือ

1. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.79) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74–3.84) ทุกด้าน คือ

1. การบริหารตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2. การบริหารวัสดุอุปกรณ์

3. การบริหารทั่วไป

4. การบริหารเงิน

5. การบริหารคน

2. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารคน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.69–3.86) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ

2. พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี

3. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี

4. พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า

5. พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ

3. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารเงิน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.70–3.79) ทุกรายการ คือ

1. ความเพียงพอของเงินลงทุน

2. การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น การตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผล โดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก

3. มีแหล่งวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ และราคาถูก

4. ความคุ้มค่าของกำไรจากการขาย

4. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.78–3.85) ทุกรายการ คือ

1. โต๊ะมีบริการเพียงพอ

2. ภาชนะใส่อาหารในร้านสะอาด

3. การจัด ตกแต่งร้านน่านั่ง สบายตา

4. วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารสด และสะอาด

5. มีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับการขาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

5. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารงานทั่วไป โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.68–3.86) ทุกรายการ คือ

1. มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน
2. มีระบบคิดเงินที่ถูกต้องและแม่นยำ
3. มีการพัฒนาร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ
4. มีการรับผิดชอบในกรณีที่ลูกค้าเกิดความเสียหาย
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

6. การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.69–3.86) ทุกรายการ คือ

1. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่าง สม่ำเสมอ
2. มีการบริการที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ
3. มีการจัดตกแต่งร้านตามเทศกาล ต่างๆ
4. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับให้บริการลูกค้า
5. ราคาอาหาร ไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนายหมา

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนายหมา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.76–3.84) ทุกรายการ คือ

1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า
2. อาหารราคาไม่แพง
3. มีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ
4. เดินทางสะดวก
5. บริการดีเยี่ยม
6. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

1. ผู้บริโภค ที่มีเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้บริโภค ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เฉพาะด้านการบริหารเงิน ผู้บริโภค มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของการบริหารจัดการร้านอาหารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

1. การบริหารจัดการ ด้านการบริหารคนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทุกรายการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรายการที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มากที่สุด คือ รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ รองลงมา คือ รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า และน้อยที่สุด คือ รายการเดินทาง

2. การบริหารจัดการ ด้านการบริหารเงินมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทุกรายการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรายการที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มากที่สุด คือ รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ รองลงมา คือ รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า และน้อยที่สุด คือ รายการเดินทางสะดวก

3. การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทุกรายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรายการที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มากที่สุด คือ รายการอาหารราคาไม่แพง รองลงมา คือ รายการเดินทางสะดวก และน้อยที่สุด คือ รายการบริการดีเยี่ยม

4. การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทุกรายการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรายการที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มากที่สุด คือรายการบริการดีเยี่ยม รองลงมา คือ รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า และน้อยที่สุด คือ รายการเดินทางสะดวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

5. การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทุกรายการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรายการที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มากที่สุด คือรายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า รองลงมา คือ รายการอาหารราคาไม่แพง และน้อยที่สุด คือ รายการเดินทางสะดวก

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 40 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณี จรัสจารุมนต์ (2547) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทย่างของร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ในศูนย์การค้ามาบุญครอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารนายหมา ผู้บริโภค มีความคิดเห็นในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ ด้านการบริหารตลาด รองลงมา คือ การบริหารวัสดุอุปกรณ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

2.1 ด้านการบริหารคน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ พนักงานมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ รองลงมา คือพนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และเพียงพอสำหรับการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล(2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในด้านราคาและสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภค เวลาที่ใช้ในการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค แต่ในด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภค และเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 แต่ไม่

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สัมพันธ์กับเรื่องค่าใช้จ่าย ในด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภคและเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 แต่ไม่สัมพันธ์กับเรื่องเวลา และค่าใช้จ่าย

2.2 ด้านการบริหารเงิน มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ ความเพียงพอของเงินลงทุน เช่นการตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก รองลงมา คือ การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน และมีแหล่งวัตถุดิบที่ดี และราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การจัดการอาหารควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเช็คอาหารให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ควรมีการตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก ควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ให้มีคุณภาพดี และควรมีการเก็บรักษาที่ดี เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานด้านความสะอาด ความสด และรสชาติของอาหาร

2.3 ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ โต๊ะมีบริการเพียงพอ รองลงมา คือ ภาชนะใส่อาหารในร้านสะอาด และการจัด ตกแต่งร้านน่านั่ง สบายตา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธะจิต ดังก้อง (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารเป็นสถานที่นัดพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนเนื่องจากบรรยากาศภายในร้านสะอาด และทันสมัย พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ราคาอาหาร และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด

2.4 ด้านการบริหารงานทั่วไป มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน รองลงมา คือ มีระบบคิดเงินที่ถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าปัจจัย ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีข้อเสนอแนะในเรื่องการจัดการอาหารควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเช็คอาหารให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2.5 ด้านการบริหารการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา คือ มีการบริการที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร

3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนายหมา ผู้บริโภค มีความคิดเห็น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ อาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า รองลงมา คือ อาหารราคาไม่แพง และมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การจัดการอาหารควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเช็คอาหารให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ควรมีการตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผล โดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก ควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ให้มีคุณภาพดี และควรมีการเก็บรักษาที่ดี เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานด้านความสะอาด ความสด และรสชาติของอาหาร

4 การเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกับการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ผู้บริโภค ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 ผู้บริโภค ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 ผู้บริโภค ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 ผู้บริโภค ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารนายหมา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ทั้ง 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณศรี ขันเงิน (2547) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารร้านเคเอฟซี ของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารร้านเคเอฟซี ของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

1.1 การบริหารคน

ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ แยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน และคุณสมบัติของงาน ให้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน พร้อมทั้งฝึกอบรมพนักงานให้เตรียมพร้อมสำหรับการบริการอยู่เสมอ มีการคัดเลือก และการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา รู้จักสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจหรือทำให้เกิดการยอมรับการบริการจากลูกค้า

1.2 การบริหารเงิน

ควรจะบริหารต้นทุน ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการกำหนดราคาทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน ดูราคาของคู่แข่งขัน และราคาขายสินค้าทดแทน ประกอบกัน พร้อมทั้งหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม

1.3 การบริหารวัสดุอุปกรณ์

หมั่นดูแลอุปกรณ์ในร้านอย่างสม่ำเสมอ ให้สะอาด และดูสบายตา จัดและตกแต่งร้านให้ดูสวยงามน่านั่ง มีอากาศถ่ายเทสะดวกไม่แออัดมาก จัดบรรยากาศภายในร้านอาหาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ด้วยเสียงเพลง จัดที่นั่งสำหรับลูกค้าที่สะดวกสบาย และการจัดสถานที่เพื่อใช้สำหรับการให้บริการอย่างเหมาะสม

1.4 การบริหารงานทั่วไป

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) ควรเน้นเรื่อง ความสดของอาหาร ปัจจัยด้านราคา ราคาอาหารควรให้เหมาะสมกับคุณภาพอาหารและคุณค่าทางโภชนา มีการตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก ควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ให้มีคุณภาพดี และควรมีการเก็บรักษาที่ดี เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานด้านความสะอาด ความสด และรสชาติของอาหาร ปัจจัยด้านสถานที่ ควรมีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการให้บริการลูกค้า ที่สำคัญต้องไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการลดราคาอาหารในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ให้กับลูกค้า เช่น วันเกิด ปีใหม่ ฯลฯ ปัจจัยด้านพนักงาน พนักงานให้บริการควรใส่ใจในการให้บริการ และการจัดการอาหารควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเช็คอาหารให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เช่น ควรการมีการดูแลรักษาห้องน้ำสะอาดอยู่เสมอ และปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด

1.5 การบริหารการตลาด

พยายามหาเมนูอาหารใหม่ ๆ และปรับปรุงรายการอาหารอย่างสม่ำเสมอ ควรมีอาหารให้เลือกหลายชนิด หลายประเภทที่มีทั้งง่ายและรวดเร็วต่อการรับประทาน พร้อมทั้งควบคุมคุณภาพของอาหาร ให้สด สะอาด และมีกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเทศกาล ปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า มาตอบสนองในเวลาที่เหมาะสม และสร้างความแตกต่างของอาหารให้แตกต่างจากคู่แข่งขัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับผู้ที่มีความสนใจสามารถนำผลที่ได้ไปศึกษาต่อดังนี้

2.1 ควรทำการสอบถามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับปรุงร้าน ผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร เพื่อนำ ผลของการวิจัยที่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และไม่แตกต่าง ในด้านต่าง ๆ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง เพื่อนำ ไปปรับปรุง และหาวิธีในการเปิดอบรม สร้างความเข้าใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และบรรลุวัตถุประสงค์ของการการบริหารจัดการร้านอาหารให้มากที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี