

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์  
ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา  
THE DECISION TO CHOOSE BUFFET RESTAURANT SERVICES  
OF THE POPULATION IN SONGKHLA PROVINCE

สุดา ประสมพงศ์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Suda Prasompong

Email: katainoi03@hotmail.com

Master of Business Administration, Accounting

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ไม่ต่างกัน และประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลหรือพนักงาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

ใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา และปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, การใช้บริการ , ร้านอาหารบุฟเฟต์

### **Abstract**

The objectives of this study were 1) to study the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province. 2) to study the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province separated by personal. 3) to study market mix factor and service quality factor influencing the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province.

The sample group was 400 population in Songkhla province. To use for buffet restaurant services. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression.

The results of hypothesis testing showed that population in Songkhla province with personal factors include gender, level of education were different, making the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province was no different. With personal factors include age, occupation and income per month were different, making the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province was different. Moreover 7P's of marketing mix included product, place, physical evidence and processes evidence affect to the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province. 7P's of marketing mix included price, promotion and people evidence no affect to the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province. As for the service quality factor, tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy, evidence affect to the decision to choose buffet restaurant services of the population in Songkhla province

**Keywords :** Decision, Service ; Buffet restaurant

## บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมหลายอย่างในชีวิตเปลี่ยนไป รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภค โดยคนส่วนใหญ่นิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เพื่อพบปะสังสรรค์กับครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน ส่งผลให้ร้านอาหารเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทยมากขึ้น ซึ่งร้านอาหารบุฟเฟต์ถือเป็นตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะสามารถทานได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีอาหารให้เลือกหลากหลาย สามารถรับประทานอาหารได้ไม่อั้น โดยจ่ายเงินในราคาเดียว ดังนั้นร้านอาหารบุฟเฟต์จึงเป็นตัวเลือกสำคัญที่คนส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันและแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ ฉะนั้น เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้า ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาในเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยมีแนวคิดในการวิจัย คือ การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ที่แตกต่างกันว่ามีความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุง และประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

## วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

## ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจะทำการกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรของงานวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตจังหวัดสงขลา และเป็นผู้พักอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัย จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยจะศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความแตกต่างกัน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงมุมมองในการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้ ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการสามารถใช้ผลการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ของกิจการและหาข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

### ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทความทางวิชาการต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัยจากหลากหลายแหล่งที่มา ทั้งที่เป็นเอกสารหนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งสามารถจำแนกเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

#### 1. แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากร

ภทธีรา ประพฤติธรรม (2559 อ้างถึงใน สุทามาศ พรหมชัย 2565) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่มีนิยมนำมาใช้ศึกษากันมากที่สุด ในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภคแล้วอาศัยตัวแปรศึกษา ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติศาสนา ขนาดครอบครัว หรือวงจรชีวิต ครอบครัวนั้นนำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือจูงใจให้ผู้บริโภคอยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอ

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ธัญญ์ธิดา รักชาติ (2559) ส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่ใช้วางแผนกลยุทธ์ของบริษัทเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่บริษัทจะต้องปรับใช้ ออกแบบให้เหมาะสมสามารถสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและเกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

เชิดชาติ ตะโกจีน (2559 อ้างถึงใน วรวิมลสิญา ศุภธนโชติพงศ์ 2562) ได้กล่าวถึง การสร้างมิติแห่งการบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการนั้นพอดีที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้และรู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากต้นทุนที่ได้ใช้จ่ายออกไป เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว ซึ่งได้กำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้และสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangible) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy)

## 4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การตัดสินใจ

ณัฐธิดา อินตะพรหม (2559) ได้ให้ความหมายของ การตัดสินใจซื้อ หมายถึงการเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดในหลายๆ ทางที่มีอยู่ โดยพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภิชัย เพียรสาระ (2563 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์มากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือของบริการ เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ส่วน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระค่าใช้จ่ายคงที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

อกนิษฐ์ เขยคำดี (2560 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ ส่วนอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ

ชนพล อมรกิจจา (2564) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประสมทางการตลาด ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านคุณภาพการบริการ, และด้านการแนะนำปากต่อปาก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยยะสำคัญตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย กลับไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตามที่มีการตั้งสมมุติฐานไว้

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรของการศึกษางานวิจัย ได้แก่ ประชากรที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มสะดวก (Convenience Sampling)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นลักษณะแบบคำถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive statics ) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงประมาณ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

#### 2. สถิติอนุมาน ( Inferential Statistics ) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จัก และเข้าใจลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ ด้านการแสวงหาข้อมูล และให้ความสำคัญระดับมาก ด้านการพิจารณาทางเลือก

2. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ไม่ต่างกัน และประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลหรือพนักงาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ มีความต้องการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ที่มีสภาพแวดล้อมที่สะอาด

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา มีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารบุฟเฟต์ จากการรื้อวีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ

1.3 ด้านการพิจารณาทางเลือก ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา มีการพิจารณาทางเลือกโดยการเปรียบเทียบคุณค่าของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

1.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ เนื่องจากสถานที่ตั้งของร้านอาหาร สามารถเดินทางได้สะดวก บรรยากาศภายในร้านสะอาด สวยงาม อากาศถ่ายเท ไม่แออัด และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา มีพฤติกรรมหลังจากใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยมีความพึงพอใจรสชาติและคุณภาพของอาหารที่ได้รับ

ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ ญัฐธิดา อินตะพรม (2559) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจซื้อ หมายถึงการเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากหลายๆ ทางที่มีอยู่โดยพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยลำดับขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และสอดคล้องกับวิจัยของพิชญภา มุสิกเตุ (2562) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร



ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟน แตกต่างกัน โดยพบว่ากระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ กระบวนการตระหนักถึงปัญหา และการประเมินทางเลือก รองลงมาคือ การแสวงหาข้อมูลการตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลการซื้อ ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการไม่ต่างกัน ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภิชัย เพียรสาระ (2563 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

2.2 ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีอายุต่างกัน จะมีวิธีการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภิชัย เพียรสาระ (2563 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่อง ของการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

2.3 ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีวิธีการรับรู้ถึงความต้องการ การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติภา จันทศร (2560) ได้วิจัยเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารเกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีไม่แตกต่างกัน

2.4 ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินิษฐ์ เศษคำดี (2560 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2.5 ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการร้านอาหาร แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้มากกว่าจะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากกว่า

3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติภา จันทศร (2560) ได้วิจัยเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารเกาหลีตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีเนื่องจากคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงมากที่สุด และให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลี แตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหาร มากกว่า ราคา คือ ยอมจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่า เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ใหม่ สด สะอาด รสชาติอาหารอร่อย และมีหลากหลายเมนูให้เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชยา ทองลัมภ์ (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทชาบูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นอันดับที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ ความเหมาะสมของราคากับปริมาณ และความเหมาะสมของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด กับ การมีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้

บริการร้านอาหารญี่ปุ่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากร้านอาหารญี่ปุ่นตั้งอยู่ในตำแหน่งที่พบบ่อย สถานที่กว้างขวาง สวยงาม อยู่ในศูนย์การค้า ที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัย มีความเห็นว่า ร้านอาหารบุฟเฟต์เกือบทุกร้านมีการใช้วิธีส่งเสริมการตลาดที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งไม่ว่าลูกค้าจะเลือกใช้บริการร้านไหนต่างก็ได้รับสิ่งเหล่านี้เช่นกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูยูยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูยูยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก การแข่งขันของร้านอาหารในปัจจุบันทำให้ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องมีการส่งเสริมการตลาด

3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา มองว่าร้านอาหารบุฟเฟต์จะเน้นให้ลูกค้าบริการตัวเอง มีการให้บริการจากพนักงานเป็นส่วนน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูยูยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากร ผู้บริโภคมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูยูยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก มีการคัดเลือก และอบรมพนักงาน พนักงานจึงมีบุคลิกภาพที่ดี สุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า มีความรู้เกี่ยวกับอาหาร สามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี และมีจำนวนเพียงพอสำหรับให้บริการผู้บริโภค

3.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัย มีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในเรื่อง อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูยูยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อากาศถ่ายเทสะดวก สะอาด และมีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ จัดที่นั่งเป็นสัดส่วน กำหนดให้พนักงานแต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ รวมถึงป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจนและมีเอกลักษณ์ ทำให้ผู้บริโภคจดจำ

3.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีการเติมอาหารทุกประเภทอย่างสม่ำเสมอ ทุกช่วงเวลา ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ธัญญธิชา รักชาติ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว จัดลำดับคิวในการให้บริการเหมาะสม และมีการให้บริการที่รวดเร็ว การชำระเงิน รวมถึงการออกไปกำกับภาชนะอย่างถูกต้อง

4. ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

4.1 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในเรื่อง โต๊ะ เก้าอี้ ภายในร้านมีจำนวนเพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร (2559) ได้วิจัยเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าร้านอาหารสำหรับมือค้ำที่มีจำนวนโต๊ะเก้าอี้ภายในร้านเพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีจำนวนที่จอดรถรองรับบริการลูกค้าเพียงพอเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ

4.2 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้บริการตรงกันที่ได้ประกาศหรือแจ้งให้ทราบ เช่น เวลาเปิด - ปิด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman and Zeithaml (1988) ได้กล่าวถึง ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นความสามารถในการให้บริการซึ่งจะต้องเป็นไปตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการบริการที่ให้บริการจะต้องมีความถูกต้อง มีความเหมาะสมและความสม่ำเสมอ จนสามารถสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับบริการได้

4.3 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความต้องการการตอบสนองความต้องการแบบทันที พนักงานให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอน และความรวดเร็วและให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร (2559) ได้วิจัยเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า การที่พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความสุภาพและมีอัธยาศัยในการให้บริการ การให้บริการลูกค้า

ทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน จึงทำให้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

4.4 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พนักงานมีการจัดลำดับการให้บริการก่อนหลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภุช (2559) ได้วิจัยเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า หากพนักงานมีความรู้และข้อมูลในการให้บริการ สามารถให้บริการในทันทีที่ท่านเข้ามาใช้บริการ มีการชำระเงินที่ถูกต้อง และรวดเร็ว รวมทั้งมีการจัดลำดับการให้บริการก่อนหลังจึงทำให้คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

4.5 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พนักงานมีอัธยาศัยดีและปฏิบัติต่อผู้มารับบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภุช (2559) ได้วิจัยเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการใส่ใจลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ ในคุณภาพการให้บริการมากกว่า เช่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า จึงทำให้คุณภาพการบริการด้านการใส่ใจลูกค้าไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

#### **ข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ แนะนำเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ และนำไปพัฒนาร้านอาหารบุฟเฟต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงผู้ที่กำลังต้องการจะลงทุนทำธุรกิจร้านอาหาร บุฟเฟต์ ดังต่อไปนี้

#### **ปัจจัยส่วนบุคคล**

1. ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ไม่ต่างกัน

2. ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ต่างกัน

ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ จึงไม่ต้องสนใจกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และด้านระดับการศึกษา แต่ควรสนใจเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพราะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา

### **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในเรื่อง การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ต้องจัดหาวัตถุดิบที่สด สะอาด และมีคุณภาพมาให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในเรื่อง มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรเลือกทำเลที่ตั้งของร้านให้อยู่ในแหล่งชุมชนสามารถเดินทางได้สะดวก และมีจำนวนที่จอดรถรองรับบริการลูกค้าเพียงพอ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

3. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในเรื่อง อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ ต้องสะอาด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์และภาชนะที่ให้บริการลูกค้า ต้องมีความสะอาด จัดเรียงอย่างเป็นระเบียบ และควรจัดพื้นที่ภายในร้านให้ดูกว้างขวาง อากาศถ่ายเทได้สะดวก การจัดโต๊ะไม่แออัดจนเกินไป

4. ด้านกระบวนการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในเรื่อง มีการเติมอาหารทุกประเภทอย่างสม่ำเสมอ ทุกช่วงเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรจัดวางอาหารแยกให้เป็นหมวดหมู่ และต้องมีการเติมอาหารแต่ละประเภทอย่างสม่ำเสมอ ทุกช่วงเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการใช้บริการ และตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

### **ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ**

ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้ความสำคัญในเรื่อง โต๊ะ เก้าอี้ ภายในร้าน มีจำนวนเพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีการจัดจำนวนโต๊ะเก้าอี้ภายในร้านให้เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ทำให้ภายในร้านอาหาร

บุฟเฟต์มีความสะอาดเรียบร้อย มีจำนวนที่จอดรถรองรับบริการลูกค้าเพียงพอ และการตกแต่งร้านที่สวยงาม เพื่อการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้ความสำคัญในเรื่อง การให้บริการตรงกับที่ได้ประกาศหรือแจ้งให้ทราบ เช่น เวลาเปิด - ปิด ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าได้รับบริการบริการที่ตรงกับความต้องการเสมอ อันจะนำมาซึ่งการเลือกใช้บริการต่อไป

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอน และความรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้เห็นถึงความสำคัญของลูกค้า การให้บริการต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ถูกต้อง รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า และให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการใช้บริการ และตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีการจัดลำดับการให้บริการก่อนหลัง ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้และข้อมูลในการให้บริการ สามารถให้บริการแก่ลูกค้าในทันทีที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งต้องมีการจัดลำดับความสำคัญในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเลือกใช้บริการ

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีอัธยาศัยดีและปฏิบัติต่อผู้มารับบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความสุภาพและมีอัธยาศัยในการให้บริการ ให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอน รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการใช้บริการ และตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นเฉพาะประชากรในเขตจังหวัดสงขลา ครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่เพื่อนำข้อมูลหลากหลายมารวมกัน และการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารบุฟเฟต์
2. ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง อย่างเช่น ตัวแปรความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อทราบว่าการที่แท้จริงของผู้บริโภคต้องการอะไรบ้าง
3. ทำการวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารบุฟเฟต์ เพื่อขยายข้อมูลและนำผลมาเพื่อประโยชน์ของธุรกิจ

## เอกสารอ้างอิง

- ชุตินา จันทกร. (2560). การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ณัฐธิดา อินตะพรหม. (2559). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตตอนเมืองกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2559). ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ทาโระ ยามาเน่ . (1973). การกำหนดกลุ่มจำนวนประชากรสำหรับการวิจัย ( Sample Size Determination). สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2566, จากเว็บไซต์ <https://www.rapeeaccount.com/account.html>
- ธัญญ์ธิดา รักชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอโยธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- พิชญานา มุสิกเต. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วิชยา ทองสิทธิ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุทมาศ พรหมชัย. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดนนทบุรี. การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สุภิชัย เพียรสาระ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาเอกการจัดการ สาขาวิทยบริการ กรุงเทพมหานคร (หัวหมาก)
- อกนิษฐ์ เขยคำดี. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารริมช้ำอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). “คุณภาพการบริการ SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. Journal of marketing, 64, pp. 12-40.