

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งสิ้น 300 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ในส่วนของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สิ่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านอาหารทะเลเป็นส่วนใหญ่ คือ เพื่อนแนะนำ โอกาสในการไปใช้บริการร้านอาหารทะเล ส่วนใหญ่เป็นงานเลี้ยงในโอกาสสำคัญ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล คือเพื่อนหรือผู้ร่วมงาน และโดยปกติจะใช้บริการในวันหยุดเทศกาลมากที่สุด ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการจะอยู่ในช่วงเวลา 17.01 - 21.00 น. ความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้ง สั่งอาหารโดยดูจากเมนูหรือรายการอาหาร สั่งตามเพื่อนแนะนำหรือเพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้ระยะเวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ยครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง มีผู้ร่วมใช้บริการครั้งละ 3 - 4 คน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) ที่มีระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ ความสดของอาหาร ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ราคาอาหาร ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ การลดราคาอาหาร ปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ การมีห้องน้ำสะอาด ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ได้รับอาหารช้า รองลงมาพบว่า อาหารมีราคาแพง และมีปัญหาอาหารไม่สด ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในเรื่องของการจัดการอาหารควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเช็คอาหารให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ควรมีการตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก ควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ให้มีคุณภาพดี และควรมีการเก็บรักษาที่ดี เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานด้านความสะอาด ความสด และรสชาติของอาหาร

This study aimed to investigate the services marketing mixed factors which affected consumers in choosing sea food restaurant in Mueng District, Samut Sakhon Province. The population in this study were 300 customers who had been to sea food restaurants in Mueng District, Samut Sakhon Province. The study based on questionnaire survey. The data were analyzed by using descriptive statistics including frequency, percentage and mean.

The findings indicated that most respondents were female, aged between 21-30 years old, married, received a bachelor degree, were employees of private companies and had monthly income below 10,000 baht.

About general information of respondents, the media that influence the respondents to know about sea food restaurant was friend's recommendations. The occasions that highly brought them to sea food restaurants were parties for important purposes. The person whom influenced their decision on selecting sea food restaurant services were friends or colleagues. Normally they will go on the holiday. The peak period of time that they went to sea food restaurants was highly, between 5.01 p.m. to 9.00 p.m. The frequency of going was about once a month. Most respondents ordered by choosing from menus, ordering by friend's recommendations or let friends order. The average length of time was 1-2 hours per one visit. There usually went in a group of 3-4 people and spent about 500-1,000 baht per one visit.

In the service marketing mixed part, it was found that the means of every factor was in a high level. When considered factor by factor, it was found that the product factor (food and beverage) that was rated as the highest important level was the freshness of food. For the price factor, the factor that was rate as highest important level was food price. For the place factor, the factor that was rated as highest important level was enough convenient parking area. For the promotion factor, the factor that was rated as highest importance level was discounted food price. For the people factor, the highest factor that was rated as highest important level was quick and accurate services. For the physical evidence and presentation factor, the factor that was rated as the highest important level was clean toilets. For the process factor, the factor that was rated as the highest importance level was clean utensils.

The most occurred problems were the delayed in receiving food, expensive price and the freshness of the food, respectively.

Suggestion about food management, the restaurants should provide the food inspector staffs to check the order to be quick and correct. In addition, the food price should be reasonable by consider from cost of goods sold. The raw material should be well selected and should kept fresh; in order to maintain the standard quality of clean, fresh and good taste.