



โครงการวิจัย

ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทย
นิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

**The Top Five Factors Influencing Thai Customers decision in
Choosing Buffet Service in a Hotel**

โดย

นางสาว จักษณา พรายแก้ว 5814400002

นางสาว ปุณณภา กนกวลัยวรรณ 5814400005

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 116-495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์
ในโรงแรม

Project Title : The Top Five Factors Influencing Thai Customers decision in Choosing Buffet Service
in a Hotel

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว จักษณา พรายแก้ว 5814400002

นางสาว ปุณณภา กนกวลัยวรรณ 5814400005

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะ ศิลปศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา มงคลวนิช

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชา การโรงแรม
คณะ ศิลปศาสตร์ ประจำปีภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา มงคลวนิช)

.....พินิจ วิริยะสถาพรพนักงานที่ปรึกษา

(นาย พินิจ วิริยะสถาพร)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ ปัญจมา เปมะ โยธิน)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

หัวข้อวิจัย	ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ ในโรงแรม
ชื่อผู้วิจัย	นางสาว จั๊กกษา พรายแก้ว นางสาว ปุณณภา กนกวลัยวรรณ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะศิลปศาสตร์ สาขา การโรงแรม มหาวิทยาลัยสยาม
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย	ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม และความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเขตกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน โดยเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามทางออนไลน์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าทดสอบความแปรปรวน (T-test OneWay ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพสมรสจากการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท นิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์แบบนานาชาติ โดยมักใช้บริการช่วงเย็นของวันเสาร์ – วันอาทิตย์ เพื่อพบปะสังสรรค์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 5 ประการแรก พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ราคาอาหารบุฟเฟต์ คุณภาพของอาหาร ความรวดเร็วในการชำระเงิน และบรรยากาศภายในห้องอาหาร นอกจากนี้พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัย นักท่องเที่ยวไทย รับประทานอาหารบุฟเฟต์ โรงแรม

Project Title : The Top Five Factors Influencing Thai Customers decision in Choosing Buffet Service
in a Hotel

By : Miss Chaksana Phraikaew
Miss Punnapa Kanokvalaiwan

Advisor : Asst. Prof. Dr. Chollada Mongkhonvanit

Degree : Bachelor of Arts

Major : Hotel

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 2561

Abstract

The objectives of the study were to examine the behavior of Thai customers in choosing buffet service in the hotel and factors affecting the selection of buffet service in a hotel. Questionnaires were collected from 400 Thai customers online. The statistics used for data analysis consisted of Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, LSD and Pearson's Moment Correlation.

The result revealed that most respondents were married, female, aged 25-35 years old, graduating with a bachelor's degree, working in a private company and earning 15000-25000 bath per month. They enjoyed eating an international buffet for socializing in the evenings, on the weekends. The top five factors affecting Thai customers in choosing buffet service in a hotel were; speed of service, price, food quality, speed of payment and atmosphere in the restaurant respectively. These factors affect the decision making process on choosing buffet service in a hotel with significant difference at 0.05.

Keywords : buffet service , thai customers , international buffet , hotel

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช ซึ่งได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ขึ้นตอนและตลอดระยะเวลาในการทำงาน วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจสำคัญ คอยช่วยเหลือในทุกๆอย่างให้เสมอมา และสถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และท้ายสุดขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้ทำงานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณ จึงขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

หากการวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมผู้วิจัยขอขอบความดีครั้งนี้ ให้แก่มหาวิทยาลัยสยามสถาบันที่ทรงคุณค่าต่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทย

จักษณา พรายแก้ว

ปุณณภา กนกวลัยวรรณ

สารบัญ

บทที่	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ของการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์.....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	11
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์.....	14
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 แบบของการวิจัย.....	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
3.4 การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	22
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	23

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์.....	27
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ ในโรงแรม.....	39
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟต์ในโรงแรม.....	34
4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์.....	35
4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	49

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย.....	52
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58
5.3 อภิปรายผล.....	59
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	60

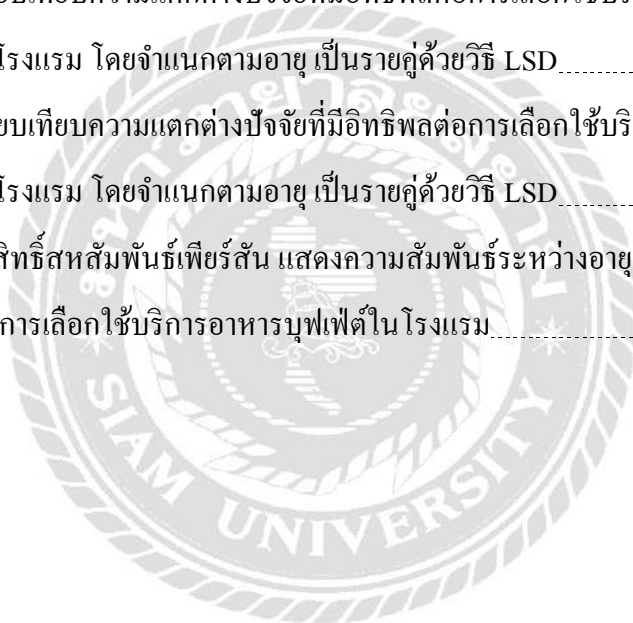
	หน้า
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	64
1.1 ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	65
1.2 ภาคผนวก ข. บทความวิชาการ	68
1.3 ภาคผนวก ค. ไปสเตอร์	74
1.4 ภาคผนวก ง. ประวัติผู้วิจัย	76



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ.....	27
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ.....	27
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ.....	28
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา.....	28
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ.....	29
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้.....	29
4.7 จำนวนและค่าร้อยละในการเลือกประเภทอาหารบุฟเฟต์ที่ชอบรับประทาน.....	30
4.8 จำนวนและค่าร้อยละของความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	30
4.9 จำนวนและค่าร้อยละของบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	31
4.10 จำนวนและค่าร้อยละช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	32
4.11 จำนวนและค่าร้อยละรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด.....	32
4.12 จำนวนและค่าร้อยละช่วงเวลา que เลือกรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	33
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม.....	34
4.14 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมโดยจำแนกตามเพศ.....	36
4.15 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ.....	37
4.16 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	39

ตารางที่	หน้า
4.17 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	41
4.18 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ.....	43
4.19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามรายได้.....	45
4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD.....	46
4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD.....	47
4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม.....	49



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

เศรษฐกิจไทยในปี 2561 มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการขยายตัวของต่างประเทศ ผลจากการสำรวจการใช้จ่ายของประชาชนในการบริโภคสินค้า อุปโภค-บริโภค ที่จำเป็นต่อการครองชีพ ในเดือนเมษายน 2561 มีค่า 52.4 ค่าดัชนีสูงกว่าเกณฑ์ที่เส้น 50 สะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนยังคงมีความมั่นใจในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าอุปโภค-บริโภค นางกุลณี อิศดิศัย อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 385,000 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารที่มีแนวคิดในการตอบสนองวิถีคนเมืองที่นิยมความรวดเร็ว สะดวกสบาย มีเวลาจำกัด แต่ยังคงต้องการสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพเพื่อการบริโภค รวมถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เวลากับสังคมออนไลน์มากขึ้น (รัฐภาพร บุญเรือง, 2561)

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตที่ทำให้ร่างกายของมนุษย์ดำรงมีชีวิตอยู่จากอดีตมนุษย์บริโภคเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดและมีแรงในการทำงาน แต่ในปัจจุบันมนุษย์ไม่เพียงแค่บริโภคเพื่อมีชีวิตอยู่รอด แต่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงเห็นได้ว่ามีร้านอาหารในทั่วทุกมุมของกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครติดอันดับเป็นเมืองน่าที่ อันดับที่ 1 การสำรวจของ Mastercard Destination Cities Index ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเป็นเมืองน่าที่อันดับ 1 คือ อาหารการกินอุดมสมบูรณ์ประเทศไทยขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกินที่สามารถหากินได้ 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารชื่อดังที่หรูหราหรือจะเป็นอาหารข้างทาง ทั้งอาหารไทย จีน เกาหลี ญี่ปุ่น ยุโรป เรียกได้ว่าครบครันทุกเชื้อชาติ ยุคสมัยปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในกรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ที่มีวัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ที่เข้ามามีอิทธิพลกับการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคมี

ตัวเลือกในการเลือกบริโภคมากขึ้น ที่ผู้บริโภคต้องการความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปกับค่าอาหารและสามารถบริโภคได้อย่างไม่จำกัด ธุรกิจร้านอาหารจึงเกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงหันมาให้บริการแบบบุฟเฟต์มากขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่ระดับโรงแรม ภัตตาคาร จนถึงร้านอาหารข้างทางหรือตามแต่ละฤดูกาลของอาหารและผลไม้ และมีการเพิ่มขึ้นของร้านอาหารใหม่ๆทำให้เกิดการกระจายตัวของกลุ่มลูกค้า ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการ อาหารที่มีคุณภาพดีรสชาติดี และมีความหลากหลายของอาหาร ซึ่งจะ เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (กนกวรรณ วงษ์ศรี โรจน์, 2561)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสิ่งจูงใจประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ของผู้บริโภคตามประชากรศาสตร์ โดยศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริหารโรงแรมที่ดูแลในส่วน Food & Beverage รวมทั้งในส่วนห้องอาหารในโรงแรม ได้นำข้อมูลไปวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกันอย่างไร
3. ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งนำไปวางแผนการตลาดให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารได้
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 384 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มาจากการคำนวณของสูตร คลอแกรน (Cochran ,1977)

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 สถานภาพ

2.1.1.4 ระดับการศึกษา

2.1.1.5 อาชีพ

2.1.1.6 รายได้ต่อเดือน

2.1.2 พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย

2.1.2.1 การเลือกประเภทอาหารบุฟเฟต์ที่ชอบรับประทาน

2.1.2.2 ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

2.1.2.3 บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

2.1.2.4 ช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

2.1.2.5 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด

2.1.2.6 ช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย

2.2.1 ความรวดเร็วในการให้บริการ

2.2.2 ความรวดเร็วในการชำระเงิน

2.2.3 การบริการของพนักงาน

2.2.4 การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร

2.2.5 คุณภาพของอาหาร

2.2.6 ความหลากหลายของรายการอาหาร

2.2.7 ราคาอาหารบุฟเฟต์

2.2.8 บรรยากาศภายในห้องอาหาร

2.2.9 ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร

3. ขอบเขตด้านโรงแรมที่หรือพื้นที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บกลุ่มตัวอย่าง โดยการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาสิ่งจูงใจประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมตามแนวทางวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนด ให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ วันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561

สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้อ่านรายงานวิจัยกับผู้วิจัย จึงได้ให้นิยามศัพท์ดังต่อไปนี้

อาหาร บุฟเฟต์ในโรงแรม หมายถึง ห้องอาหารในโรงแรมที่จัดวางอาหารทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ผู้มาใช้บริการเลือกตัดอาหารต่าง ๆ นั้นด้วยตนเอง ในบางครั้งอาจมีผู้ช่วยจัดอาหารไว้เป็นงาน ๆ แต่ผู้ให้บริการต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง โดยคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคล ผู้ใช้บริการเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ซึ่งมีการจัด

อาหารบุฟเฟ่ต์หลาย ๆ แบบด้วยกัน เช่น บุฟเฟ่ต์อาหารไทย บุฟเฟ่ต์อาหารเจ บุฟเฟ่ต์อาหารนานาชาติ บุฟเฟ่ต์ข้าวต้ม เป็นต้น

ปัจจัยประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการรับประทานอาหารอาหารบุฟเฟ่ต์ หมายถึง กระบวนการกระทำของผู้บริโภคที่ตัดสินใจในการเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ โดย การเลือกประเภทอาหารบุฟเฟ่ต์ที่ชอบรับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด และช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ ในโรงแรม ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการชำระเงิน การบริการของพนักงาน การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร คุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ บรรยากาศภายในห้องอาหาร ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

2.1.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

ก่อนที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเราควรทำความเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะของขอบเขตของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย (อคุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล, 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน(ชูชัย สมितिไกร 2554 : 6)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดสิ่งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค (ชนกฤต วันตะเมธ 2554)

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ (ปณิศา มีจินดา 2554)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร และกระบวนการที่กลุ่มดังกล่าวใช้ในการเลือก การได้มา การใช้ และการกำจัด ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือประสบการณ์ (Experience) หรือแนวคิดรวบยอด (Concepts) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความจำเป็น (Needs) และศึกษาผลกระทบของกระบวนการดังกล่าวที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

พฤติกรรมของผู้บริโภค คือการกระทำโดยมนุษย์แสดงออกโดยไม่รู้ตัว การแสดงออกหรือการกระทำโดยธรรมชาติของมนุษย์สามารถสังเกตพบทางการตลาดได้ (Foxall & Sigurdsson, 2013)

การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทัศนคติ และค่านิยม นอกจากนี้การแสดงผลออกนั้นๆอาจมาจากการกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม และ สังคม (นันทา ศรีจรัส, 2551)

การแสดงกิริยาอาการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นว่านี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันใน

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์อยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของอายุรายได้ระดับการศึกษา วัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น พฤติกรรมการกินการใช้จ่าย การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จึงแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการบริโภคสินค้าและบริการหลายๆ ชนิดที่แตกต่างกัน นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (กมลภพ ทิพย์ปาละ 2555)

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของการค้นหา การประเมิน ตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกใช้ และพฤติกรรมที่แสดงออกหลังการซื้อ ของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

จากรูปแบบจำลองการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นโมเดลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) ประกอบด้วย บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ลักษณะของประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา เป็นต้นซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกำหนดตลาดเป้าหมาย

2.1.2.1 เพศ (Sex)

เป็นตัวแปรในการแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคเพราะปัจจัยด้านเพศส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคทำให้ในการวางกลยุทธ์มีการนำ ลักษณะความแตกต่างของเพศมาประยุกต์กับใช้ผลิตภัณฑ์บางประเภท

2.1.2.2 อายุ (Age)

บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ในแต่ละกลุ่มช่วงอายุมีความชอบหรือความสนใจที่แตกต่างกันเช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุ สนใจสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น

2.1.2.3 การศึกษา (Education)

เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้ ความคิด ทัศนคติ การรับรู้ข่าวสารต่างๆโดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าและบริการที่ดี เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงสามารถมีอาชีพที่สร้างรายได้ที่สูงกว่าทำให้มีทางเลือกในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มากกว่า

2.1.2.4 รายได้ และอาชีพ (Income and Occupation)

เป็นตัวกำหนดความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการอาชีพที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล มีต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดศึกษาว่าสินค้าและบริการเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่มรายได้ หรือ อาชีพได้อย่างเหมาะสมปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่นำมาศึกษาสำหรับการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์และสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมที่สุด

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการรับรู้ของบุคคลต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สัมพันธ์กับความคาดหวังของเขา (Schiffman and Kanuk, 2007 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552) หรือเป็นความรู้สึกของบุคคล (ลูกค้า) ว่ามีความพึงพอใจหรือไม่ ซึ่งเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้การท างานในผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler and Keller, 2007 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ ,2552) นอกจากนี้ยังมีผู้ได้ให้ความหมายและเสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจดังนี้

Campbell (1976 : 117 – 124 อ้างถึงใน วาณี ทองเสวต, 2548) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวัง หรือรู้สึกว่าจะสมควรจะได้รับ ผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

กิตติมา ปรีดีดิลก (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจด้านต่างๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

ดังนั้นจากคำนิยามข้างต้นสามารถสรุปความหมายของความพึงพอใจ ว่าความรู้สึกรหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล เกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ หากช่องว่างห่างกันมากหมายความว่า ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจน้อย หรือหมายความว่า ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองน้อยกว่าที่คาดหวัง โดยองค์กรหรือบริษัทมีการวัดความพึงพอใจเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยที่มีจุดมุ่งหมายคือเพื่อความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้

1. ความจำเป็น (Need) ความต้องการ (Want) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจ บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะ

กล่าวได้ว่า ความต้องการมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market Concepts)

2. แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือจิตใจขึ้นและหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวางไม่คิดไม่ใส่ใจหรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆแต่หากปัญหานั้นๆขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เราต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภคเพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้
3. บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจและกล้าแสดงความคิดเห็นมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น
4. ทักษะคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกต่อความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทักษะคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลดังนั้นเมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทักษะคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริงทักษะคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจแรงพยายาม และระยะดำเนินการที่ยาวนาน
5. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่นก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในความต้องการแก่ผู้บริโภค คือต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มี

คุณค่าในสายตาของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

6. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

ปัจจัยภายนอก (External Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลต่อครอบครัวซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลใช้ชีวิตในวัยเด็กซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำของบุคคลไปตลอดชีวิตเป็นต้น
3. สังคม (Social) กลุ่มสังคมรอบๆตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเป็นการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคมและความเชื่อทำให้ต้องศึกษาลักษณะของสังคมเพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐานที่สังคมกำหนด
4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดีบุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่ง

ของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

5. สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Nino และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรับประทานอาหารแบบบุฟเฟ่ต์

กิจติมา ลุมภักดี และไกรชิต สุตะเมือง (2559) กล่าวว่า การรับประทานอาหารแบบ Buffet หมายถึง การรับประทานจะมีอาหารวางหลายชนิดจัดวางไว้ตรงส่วนที่จัดให้แขกที่ได้รับเข้างานสามารถเลือกรับประทานอาหารกับเครื่องดื่มในขณะที่ร่วมวงเจรจากันก่อนที่จะเข้าของงานจะเชิญนั่งโต๊ะเพื่อรับประทานอาหารเมนูหลัก ส่วนในภาษาไทย ใช้ว่าบุฟเฟ่ต์สำหรับเรียกเสิร์ฟอาหารทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ผู้ร่วมงานสามารถเดินไปตักอาหารมารับประทานได้ด้วยตัวเอง

แบ็งค์ งามอรุณ โชติ(2553) กล่าวว่า บุฟเฟ่ต์ (Buffet) หมายความว่า การซื้อขายบริการหรือสินค้าโดย ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการเหล่านั้นได้ไม่จำกัดจำนวนในระยะเวลา ความถี่ และ จ่ายเงินราคาคงที่ หรือ ที่จำกัดสถานที่ วิธีการเช่นนี้ทำให้ ในความคิดของผู้บริโภคแล้วเหมือนมีต้นทุนที่คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงการจะได้ความคุ้มค่าหรือกำไรให้ได้มากที่สุด นั้นขึ้นอยู่กับบริการและสินค้าเหล่านั้น ในหลายๆ ครั้งในระบบบุฟเฟ่ต์ผู้บริโภคจึงบริโภคมากเกินไป ดังตัวอย่างเช่น ร้านอาหารในระบบบุฟเฟ่ต์ ผู้บริโภคแม้จะรู้สึกอิ่มแล้วก็ตาม ส่วนใหญ่มักที่จะรับประทานต่อไป ทั้งนี้ก็เพราะว่า ในความคิดของผู้บริโภค ได้ถูกแบ่งเป็นสองส่วนแล้วคือความ

พึงพอใจ กล่าวคือ การรับประทานอาหารเป็นส่วนหนึ่งของความพึงพอใจ ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งได้รับจากความคุ้มค่าจากการจ่ายเงินเพื่อบุฟเฟ่ต์มีอันเป็นความพึงพอใจอีกส่วนหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชา ทองลัพท์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลากร กระบวนการและความสะอาด ปัจจัย ด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยบริการส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหาร นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือนและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูต่ำที่สุด สำหรับกลุ่มอาชีพพบว่า กลุ่มพนักงานเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ

กิตติมา ลุมภักดี และ ไกรจิต สุตะเมือง (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพการสมรส โสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามีมาตรฐานทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก พนักงานคอยแนะนำบริการให้ลูกค้า อาหารมีให้เลือกหลากหลาย ความประทับใจในการให้บริการ อยากกลับมาใช้สินค้าอีกในครั้งต่อไป ความรู้สึกว่าร้านอาหารที่

ใช้ยูเป็นมืออาชีพ และการมีความสุขที่ได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนี้ถูกต้องแล้ว โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทั้ง 6 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ในด้านภาพลักษณ์สินค้าและด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ด้านความภักดีต่อสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

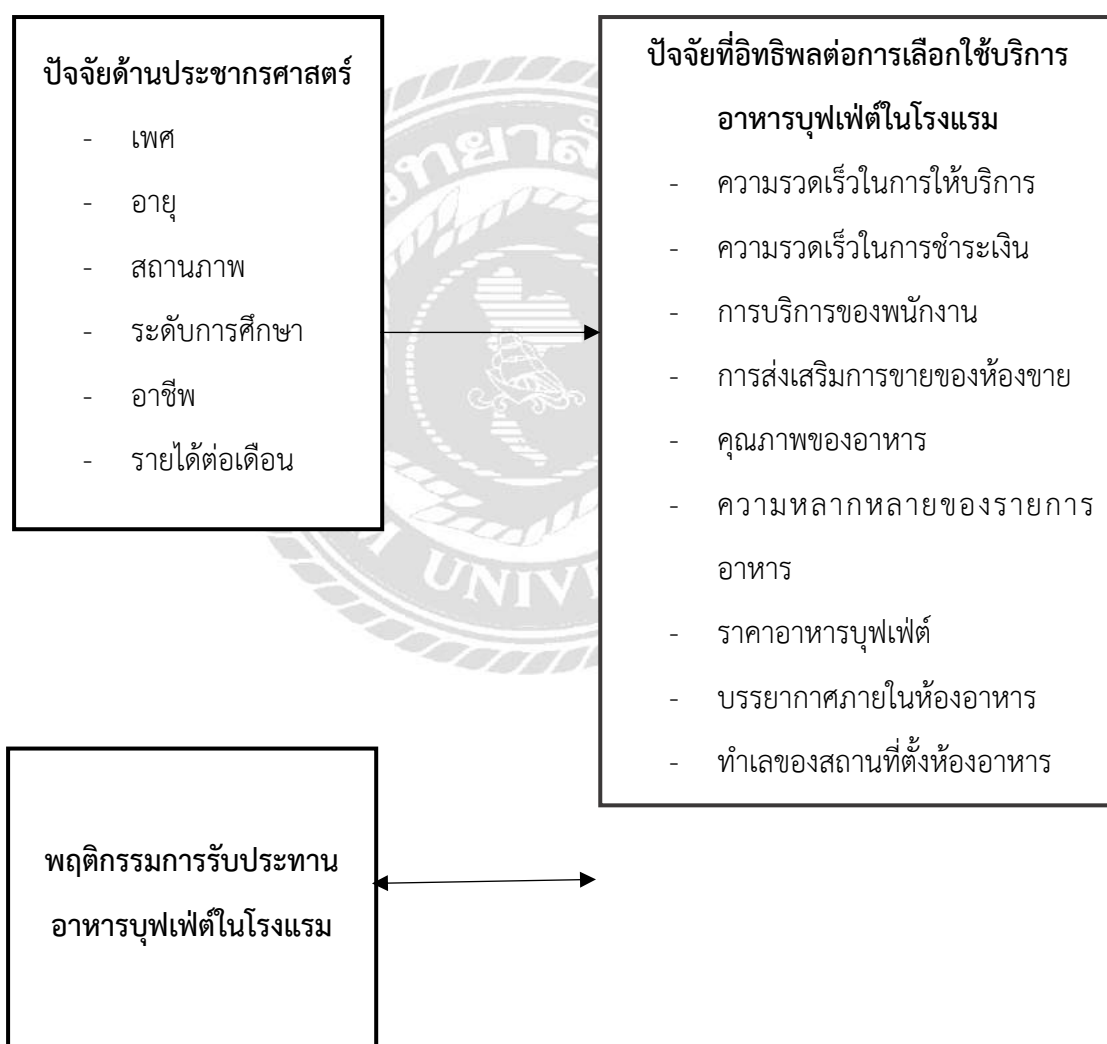


กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหาร บุฟเฟ่ต์ ในโรงแรม ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีและผลงาน ที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาประมวลผลเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

ตัวแปรตาม (Dependent variable)



ภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ซึ่งผู้วิจัยได้มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แบบของการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.1 ประชากร
 - 2.2 กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เคยใช้บริการบุฟเฟต์ในโรงแรม ในเขตกรุงเทพฯ

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการนุฟเฟต์ในโรงแรม ในเขต กรุงเทพฯ จำนวน 400 คน

2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มาจากการคำนวณของสูตร คลอแครน (Cochran ,1977) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ กรณีที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ ใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่

- n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
- p แทน สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
- e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
- Z แทน ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

แทนค่า

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384$$

จากการคำนวณแผนการสุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บเพิ่มอีก 16 ชุด จึงรวมแล้วทั้งหมด 400 ชุด

2.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงใช้การเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์ เพื่อให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อศึกษา สิ่งจูงใจประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ตามแนวทางของวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ได้แก่ การเลือกประเภทอาหารบุฟเฟ่ต์ที่ชอบรับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด และช่วงเวลาที่ได้รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการชำระเงิน การบริการของพนักงาน การส่งเสริมการขายของห้องชาย คุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร ราคาอาหารบุฟเฟต์ บรรยากาศภายในห้องอาหาร ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร มีจำนวน 9 ข้อ แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือกตามความคิดเห็น 5 ระดับ

โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ในการวัดระบบสำคัญซึ่งมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

ลักษณะแบบสอบถามมี 5 ระดับคะแนนจาก

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การแปลความหมายของข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการของ เบส (Best, 1970, อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.50 - 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมีผลต่อความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.50 - 4.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญมีผลต่อความคิดเห็นมาก

ระดับคะแนน 2.50 - 3.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญมีผลต่อความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนน 1.50 - 2.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญมีผลต่อความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนน 1.00 - 1.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญมีผลต่อความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม พิจารณาความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบรายข้อ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์พิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) เมื่อผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงแล้วก็นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ เพื่อตรวจสอบถึงเนื้อหาคำถามและความยากง่าย ในการใช้ภาษาว่าสื่อความหมายได้ครอบคลุมตามที่ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด และนำคำตอบที่ได้มาหาความเชื่อถือได้ (Reliability) จากโปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach โดยวิธีนี้จะใช้กับเครื่องมือที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ค่าความเชื่อมั่นมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

0.80 – 1.00	เชื่อมั่นได้สูงมาก	นำไปใช้ได้ดีมาก
0.70 – 0.79	เชื่อมั่นได้สูง	นำไปใช้ได้ดี
0.50 – 0.69	เชื่อมั่นได้ปานกลาง	นำไปใช้ได้พอใช้
0.30 – 0.49	เชื่อมั่นได้ต่ำ	ควรปรับปรุง
ต่ำกว่า 0.30	ความเชื่อมั่นต่ำมาก	ใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เก็บแบบสอบถามออนไลน์ ใช้การเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์ การจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 400 ชุด หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับมา ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกและทำการตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมจากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารต่างๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบด้วยคำอธิบาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ได้แก่ การเลือกประเภทอาหารบุฟเฟต์ที่ชอบรับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด และช่วงเวลา que เลือก รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบด้วยคำอธิบาย

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการชำระเงิน การบริการของพนักงาน การส่งเสริมการขายของห้องขาย คุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร ราคาอาหารบุฟเฟต์ บรรยากาศภายในห้องอาหาร ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบด้วยคำอธิบาย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สำหรับข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังนี้

2.1 เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test ระหว่างตัวอย่าง 2 กลุ่มและใช้ค่าสถิติทดสอบค่า F-test ระหว่างตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีพบว่าความแปรปรวนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Multiple comparison) โดยใช้วิธีของ LSD (Least significant difference) ด้านอายุ โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

โดย F-test เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Anova) โดยใช้สูตร (อ้างถึงในส่วน สายยศและ อังคณา สายยศ, 2536 : 95)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}, df = k, n = k$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F – Distribution)

MS_B แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบวิเคราะห์ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย โปรแกรมแปลผลสำเร็จรูปและแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ ในโรงแรม

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ใน โรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	32.25
หญิง	271	67.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และเป็นเพศชายจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	26	6.50
25-35 ปี	208	52.00
36-45 ปี	146	36.50
มากกว่า 50 ปี	20	5.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมามีอายุ 36-45 ปี จำนวน 146 คนคิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	172	43.00
สมรส	192	48.00
หม้าย/หย่าร้าง	36	9.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 172 คนคิดเป็นร้อยละ 43.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	110	27.50
ปริญญาตรี	255	63.75
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา จำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 27.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39	9.75
พนักงานเอกชน	164	41.00
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	109	27.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	88	22.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคืออาชีพผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมาคืออาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดคืออาชีพผู้รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	78	19.50
15,000 - 25,000 บาท	164	41.00
25,000 - 35,000 บาท	113	28.25
มากกว่า 35,000 บาท	45	11.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา มีรายได้ 25,000 - 35,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ตารางที่ 4.7 จำนวนและค่าร้อยละในการเลือกประเภทอาหารบุฟเฟต์ที่ชอบรับประทาน

ประเภทอาหารบุฟเฟต์	จำนวน	ร้อยละ
อาหารนานาชาติ	335	83.75
อาหารไทย	65	16.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่บริโภคอาหารนานาชาติ จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดบริโภคอาหารไทยจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและค่าร้อยละของความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	301	75.25
2 ครั้ง ต่อสัปดาห์	80	20.00
3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	19	4.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและค่าร้อยละของบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	58	14.50
คนรัก	62	15.50
เพื่อน	238	59.50
ลูกค้า/ธุรกิจ	23	5.75
คนเดียว	19	4.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ เพื่อน จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ คนรัก จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ ครอบครัว จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 14.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ ลูกค้า/ธุรกิจ จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 5.75 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ คนเดียว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและค่าร้อยละช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารเช้าในโรงแรม

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันศุกร์	43	10.75
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	209	52.25
วันหยุดนักขัตฤกษ์	148	37.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าในโรงแรม วันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมารับประทานอาหารเช้าในโรงแรม วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 148 คนคิดเป็นร้อยละ 37.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดรับประทานอาหารเช้าในโรงแรม วันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและค่าร้อยละรับประทานอาหารเช้าในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด

เนื่องในโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
เลี้ยงฉลองในโอกาสต่างๆ	74	18.50
รับรองลูกค้า/เพื่อนทางธุรกิจ	25	6.25
เพื่อพบปะสังสรรค์	218	54.50
รับประทานกับครอบครัว	83	20.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าในโรงแรมเนื่องในโอกาส เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมารับประทานอาหารเช้าในโรงแรมเนื่องในโอกาส รับประทานกับครอบครัว จำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 20.75 รองลงมารับประทานอาหารเช้าในโรงแรมเนื่องในโอกาส เลี้ยงฉลองในโอกาสต่างๆ จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 18.50 และผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนน้อยที่สุดได้รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาส รับรองลูกค้า/เพื่อนทางธุรกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและค่าร้อยละช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	10	2.50
กลางวัน	48	12.00
เย็น	342	85.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมช่วงเวลา เย็น จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมช่วงเวลา กลางวัน จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงเวลา เช้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม	ระดับความสำคัญ		
	\bar{X}	S.D	ความหมาย
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.20	0.709	มาก
2. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	3.89	0.809	มาก
3. คุณภาพของอาหาร	3.88	0.830	มาก
4. ความรวดเร็วในการชำระเงิน.	3.87	0.851	มาก
5. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	3.84	0.759	มาก
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.83	0.785	มาก
7. การบริการของพนักงาน	3.76	0.850	มาก
8. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	3.56	0.952	มาก
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	2.85	0.907	ปานกลาง
รวม	3.74	0.466	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}= 3.74$, S.D = 0.466) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.20$, S.D = 0.709) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.89$, S.D = 0.809) ถัดมา ได้แก่ คุณภาพของอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.88$, S.D = 0.830) ความรวดเร็วในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.87$, S.D = 0.851) บรรยากาศภายในห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.84$, S.D = 0.759) ความหลากหลายของรายการอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.83$, S.D = 0.785) การบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.76$, S.D = 0.850) การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.56$, S.D = 0.952) และน้อย

ที่สุด ได้แก่ ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.85 , S.D = 0.907) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

สมมุติฐานหลักข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

สมมุติฐานย่อย 1.1

Ho : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ไม่ต่างกัน

Ha : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (Ho) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม	ชาย		หญิง		t-test	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	t	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.22	0.640	4.19	0.740	0.434	0.665
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	3.77	0.840	3.75	0.856	0.206	0.837
3. การบริการของพนักงาน	3.93	0.782	3.85	0.882	0.892	0.373
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	3.61	0.938	3.54	0.960	0.650	0.516
5. คุณภาพของอาหาร	3.93	0.817	3.85	0.837	0.921	0.357
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.82	0.781	3.83	0.789	-0.010	0.992
7. ราคาอาหารบุฟเฟต์	3.96	0.749	3.85	0.835	1.312	0.191
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	3.91	0.760	3.81	0.758	1.267	0.206
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	2.84	0.842	2.85	0.937	-0.115	0.909
รวม	3.78	0.450	3.72	0.474	1.063	0.288

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมุติฐานย่อย 1.2

H₀ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

H_a : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.347	0.791
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	2.705	0.045*
3. การบริการของพนักงาน	0.257	0.856
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	0.506	0.679
5. คุณภาพของอาหาร	2.767	0.042*
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	1.077	0.359
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	1.024	0.382
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	0.256	0.857
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	0.974	0.405
รวม	1.533	0.205

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มอายุต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (Sig. 0.791) ด้านการบริการของพนักงาน (Sig. 0.856) ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร (Sig. 0.679) ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร (Sig. 0.359) ด้านราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ (Sig. 0.382) ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร (Sig. 0.857) ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร (Sig. 0.405) และกลุ่มอายุต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน (Sig. 0.045) ด้านคุณภาพของอาหาร (Sig. 0.042) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมุติฐานย่อย 1.3

Ho : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพไม่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

Ha : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.793	0.453
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	7.194	0.001*
3. การบริการของพนักงาน	1.995	0.137
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	2.228	0.109
5. คุณภาพของอาหาร	2.824	0.061
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	0.861	0.424
7. ราคาอาหารบุฟเฟต์	9.269	0.017*
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	1.766	0.172
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	3.010	0.050*
รวม	5.032	0.007*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร (Sig. 0.424) ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และกลุ่มสถานภาพต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมุติฐานย่อย 1.4

Ho : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

Ha : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	8.416	0.026*
2. ความรวดเร็วในการ ชำระเงิน	6.338	0.002*
3. การบริการของพนักงาน	2.647	0.072
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	1.410	0.245
5. คุณภาพของอาหาร	2.267	0.105
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.329	0.037*
7. ราคาอาหารบุฟเฟต์	6.388	0.041*
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	0.858	0.425
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	1.837	0.161
รวม	6.990	0.001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร

ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร และกลุ่มระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมุติฐานย่อย 1.5

Ho : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพไม่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

Ha : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	10.797	0.758
2. ความรวดเร็วในการ ชำระเงิน	9.484	0.255
3. การบริการของพนักงาน	4.235	0.006*
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	1.967	0.118
5. คุณภาพของอาหาร	4.255	0.015*
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	5.593	0.001*
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	9.693	0.034*
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	1.380	0.249
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	2.952	0.033*
รวม	6.061	0.034*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และกลุ่มอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมุติฐานย่อย 1.6

Ho : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

Ha : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (Ha) ก็ต่อเมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	2.192	0.088
2. ความรวดเร็วในการ ชำระเงิน	2.250	0.082
3. การบริการของพนักงาน	5.648	0.001*
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	1.681	0.170
5. คุณภาพของอาหาร	6.058	0.754
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.845	0.010*
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	0.815	0.486
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	2.901	0.035*
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	4.314	0.005*
รวม	6.661	0.044*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามรายได้ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มรายได้ต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ และกลุ่มรายได้ต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

อายุ	การบริการของพนักงาน			
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46-50 ปี
	(\bar{X} 4.15)	(\bar{X} 3.89)	(\bar{X} 3.85)	(\bar{X} 3.45)
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.254 (0.148)	0.297 (0.099)	0.703* (0.005)
25-35 ปี	- 0.254 (0.148)	-	0.042 (0.693)	0.449* (0.024)
36-45 ปี	- 0.297 (0.099)	- 0.042 (0.693)	-	0.406* (0.045)
46-50 ปี	- 0.703* (0.005)	- 0.449* (0.024)	0.406* (0.045)	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างด้านการบริการของพนักงาน โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างกัันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (\bar{X} = 4.15) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.45)

กลุ่มอายุ 25-35 ปี (\bar{X} = 3.89)) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.45)

กลุ่มอายุ 36-45 ปี (\bar{X} = 3.85) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.00)

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

อายุ	\bar{X}	คุณภาพของอาหาร			
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46-50 ปี
		4.23	3.89	3.84	3.55
ต่ำกว่า 25 ปี	4.23	-	0.331 (0.054)	0.388* (0.028)	0.680* (0.006)
25-35 ปี	3.89	- 0.331 (0.054)	-	0.056 (0.526)	0.349 (0.072)
36-45 ปี	3.84	- 0.388* (0.028)	- 0.056 (0.526)	-	0.292 (0.138)
46-50 ปี	3.55	- 0.680* (0.006)	- 0.349 (0.072)	0.292 (0.138)	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างด้านคุณภาพของอาหาร โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างก็มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (\bar{X} = 4.23) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมด้านคุณภาพของอาหาร มากกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี (\bar{X} = 3.84) และ กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.55)



ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม	Pearson Correlation	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	-0.023	0.651
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	-0.118	0.019*
3. การบริการของพนักงาน	-0.026	0.607
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	-0.026	0.603
5. คุณภาพของอาหาร	-0.124	0.013*
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	-0.069	0.170
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	-0.037	0.461
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	-0.020	0.687
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	-0.034	0.500
รวม	-0.094	0.060

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม พบว่า โดยภาพรวม มีค่าSig. เท่ากับ 0.060 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) นั่นคือ -0.094 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน (Sig. 0.019) และด้านคุณภาพของอาหาร (Sig. 0.013)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้พนักงานท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ซึ่งผู้วิจัยได้มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม และปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม เขตกรุงเทพฯ ปี 2561 โดยผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณของสูตร คลอแครน ให้ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิตินำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สำหรับข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวิเคราะห์ที่ความแปรปรวนดังนี้

2.1 เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test ระหว่างตัวอย่าง 2 กลุ่มและใช้ค่าสถิติทดสอบค่า F-test ระหว่างตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีพบว่าความแปรปรวนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Multiple comparison) โดยใช้วิธีของ LSD (Least significant difference) ด้านอายุ โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบวิเคราะห์ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัย เรื่อง สิ่งจูงใจ 5 ประการแรกที่ทำให้พนักงานท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และเป็นเพศชายจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมามีอายุ 36-45 ปี จำนวน 146 คนคิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 172

คนคิดเป็นร้อยละ 43.00 มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา จำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 27.50 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมามีอาชีพผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมามีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 22.00 มีอาชีพผู้รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมามีรายได้ 25,000 - 35,000 บาท จำนวน 113 คนคิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 19.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สุดมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25

2. พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคอาหารนานาชาติ จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 บริโภคอาหารไทยจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ เพื่อน จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ คนรัก จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ ครอบครัว จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 14.50 รองลงมาบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ ลูกค้า/ธุรกิจ จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 5.75 บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม คือ คนเดียว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม วันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 148 คนคิดเป็นร้อยละ 37.00 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม วันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 10.75 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาส เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาส รับประทานกับครอบครัว จำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 20.75 รองลงมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาส เลี้ยงฉลองในโอกาสต่างๆ จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 18.50 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาส รับประทานลูกค้า/เพื่อนทางธุรกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมช่วงเวลา เย็น จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.25 รองลงมา รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมช่วงเวลา กลางวัน จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12.00 รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมช่วงเวลา เช้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก (\bar{X} = 3.74 , S.D = 0.466) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.20 , S.D = 0.709) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารบุฟเฟต์ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.89 , S.D = 0.809) ถัดมา ได้แก่ คุณภาพของอาหาร อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.88 , S.D = 0.830) ความรวดเร็วในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87 , S.D = 0.851) บรรยากาศภายในห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.84 , S.D = 0.759) ความหลากหลายของรายการอาหาร อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.83 , S.D = 0.785) การบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.76 , S.D = 0.850) การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.56 , S.D = 0.952) และน้อยที่สุด ได้แก่ ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.85 , S.D = 0.907)

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

เมื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบด้วยวิธี t (test) และ F (test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า

4.1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มเพศต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการบริการของพนักงาน) ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหาร บุฟเฟต์ ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มอายุต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร ด้านทำเลของสถานที่ตั้ง และกลุ่มอายุต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหาร บุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านคุณภาพของอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ดังนี้

4.2.1 ด้านการบริการของพนักงาน โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (\bar{X} = 4.15) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.45)

กลุ่มอายุ 25-35 ปี (\bar{X} = 3.89)) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.45)

กลุ่มอายุ 36-45 ปี (\bar{X} = 3.85) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมด้านการบริการของพนักงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.00)

4.2.2 ด้านคุณภาพของอาหาร โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (\bar{X} = 4.23) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมด้านคุณภาพของอาหาร มากกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี (\bar{X} = 3.84) และ กลุ่มอายุ 46-50 ปี (\bar{X} = 3.55)

4.3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และกลุ่มสถานภาพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร และกลุ่มระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร

ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร และกลุ่มอาชีพต่างก็มีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมโดยจำแนกตามรายได้ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มรายได้ต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการขายของห้องอาหาร ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านราคาอาหารบุฟเฟต์ และกลุ่มรายได้ต่างกันมีปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร ด้านบรรยากาศภายในห้องอาหาร ด้านทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผลความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

เมื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมพบว่า

5.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม พบว่า โดยภาพรวม มีค่าSig. เท่ากับ 0.060 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยใช้สถิติทดสอบวิเคราะห์ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) นั่นคือ -0.094 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน (Sig. 0.019) และด้านคุณภาพของอาหาร (Sig. 0.013)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานการศึกษาปัจจัย เรื่อง สิ่งจูงใจ 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม มีผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน มีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้ เพศ แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมไม่แตกต่างกัน

ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน (Sig. 0.019) และด้านคุณภาพของอาหาร (Sig. 0.013)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำมาอภิปรายผล มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม จำแนกตามประชากรศาสตร์ครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับข้อความของ ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต (2011) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการที่มีความหมายอย่างกว้างๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ถูกค่าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น เลิฟลี่ค (Lovelock, 1996) และมีความสอดคล้องกับความเห็น ซิเนลดิน (Zineldin, 1996) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย กิจติมา ลุมภักดี และ ไกรจิต สุตะเมือง (2559) เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกันตรงที่ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการไม่แตกต่างกัน

2. ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน สอดคล้องกับ วิชชา ทองลัมพ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลากร กระบวนการและความสะอาด ปัจจัย ด้านราคา ปัจจัย

ด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยบริการส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูที่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ด้านอายุ) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยความสัมพันธ์ของเดซินท์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสเต็กบุฟเฟ่ต์ กุ้งกระทะ ผลการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ส่วนระยะเวลาการเป็นลูกค้า และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ให้บริการ ควรให้ความสำคัญในด้านความรวดเร็วในการให้บริการเป็นพิเศษ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านนี้มากที่สุด มีการจัดทำระบบการให้บริการให้เหมาะสมกับช่วงเวลา เทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ ควรมีการศึกษา วิจัย หาแนวทางต่อปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม อาทิ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการตลาดแบบผสมผสาน ปัจจัย

สภาพแวดล้อมทางการตลาด ปัจจัยการสื่อสารเชิงบูรณาการ เป็นต้น ซึ่งจะมีส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน รวมไปถึงด้านความสัมพันธ์ของปัจจัยที่แตกต่างกันอีกด้วย



บรรณานุกรม

- กมลภพ ทิพย์ปาละ. (2555). *กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์บนเว็บไซต์ด้วยระบบดิจิทัล*. บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริการธุรกิจการตลาด.
- กัจติมา ลุมภักดี และไกรจิต สุตะเมือง. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จังหวัดนนทบุรี.
- กันตวัฒน์ สุวรรณราช. (2557). *ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดและความเป็นได้ของพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารบุฟเฟต์สไตล์ญี่ปุ่น ประเภทปิ้งย่าง*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชุติวัต ธานี. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นชนกฤต วันตะเมธ. (2554). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทา ศรีจรัส. (2551). *ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ซีฟิชของร้านกะไหลผลิตไก่ในเขตอำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา*. ปริญญาโท, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.

วิชา ทองลัมพ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

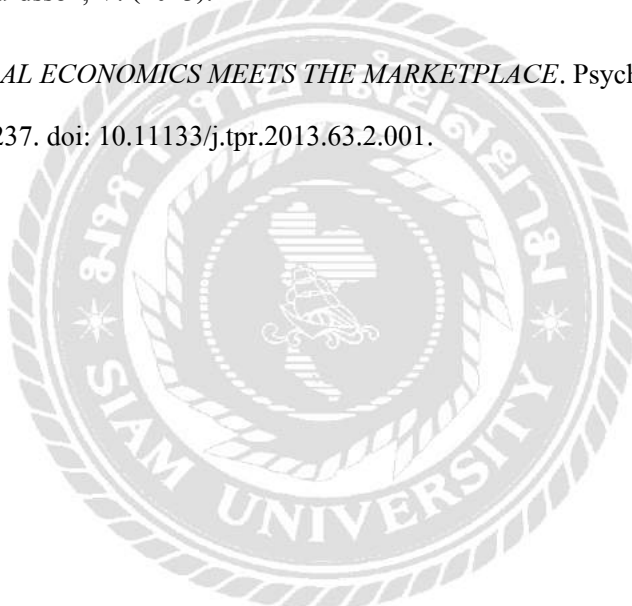
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไฮลิติก พับลิชชิง.

อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Foxall, G. R., & Sigurdsson, V. (2013). *CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS:*

BEHAVIORAL ECONOMICS MEETS THE MARKETPLACE. Psychological Record, 63(2), 231-237. doi: 10.11133/j.tpr.2013.63.2.001.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตัวท่าน โดยการทำเครื่องหมาย ลงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี 36-45 ปี
 46-50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

- โสด สมรส หม้าย / หย่าร้าง
 อื่นๆ

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่นๆ

5. อาชีพ

- ผู้รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานเอกชน
 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 พ่อบ้าน / แม่บ้าน
 อื่นๆ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

1. ประเภทอาหารบุฟเฟ่ต์ที่ชอบรับประทาน

- อาหารนานาชาติ อาหารไทย อื่นๆ

2. ท่านรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมบ่อยเพียงใด

- 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์
 มากกว่า 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์

3. ท่านรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมกับบุคคลใด

- ครอบครัว คนรัก เพื่อน
 คนเดียว อื่นๆ

4. ท่านรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมช่วงวันใด บ่อยที่สุด

- วันจันทร์-วันศุกร์ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์

5. ท่านรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ของโรงแรมในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เลี้ยงฉลองในโอกาสต่างๆ
 รับรองลูกค้า / เพื่อนทางธุรกิจ
 เพื่อพบปะสังสรรค์ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว
 รับประทานกับครอบครัว
 อื่นๆ

6. ท่านรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมช่วงเวลาใด บ่อยที่สุด

- เช้า
 กลางวัน
 เย็น

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	5	4	3	2	1
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	5	4	3	2	1
3. การบริการของพนักงาน	5	4	3	2	1
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	5	4	3	2	1
5. คุณภาพของอาหาร	5	4	3	2	1
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	5	4	3	2	1
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	5	4	3	2	1
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	5	4	3	2	1
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	5	4	3	2	1

ตอนที่ 4 : ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

ภาคผนวก ข
บทความวิชาการ



ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

(The Top Five Factors Influencing Thai Customers in Choosing decision Buffet Service in the Hotel)

นางสาวจักษณา พรายแก้ว, นางสาวปณณา กนกวลัยวรรณ

ภาควิชา การ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะ ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษมเขตภาษีเจริญ กทม. 10160

E-mail : jagsana.pri@siam.edu, punnapa.kan@siam.edu

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมและความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม เขตกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน โดยเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามทางออนไลน์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าทดสอบความแปรปรวน (T-test OneWay ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพสมรส จากการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท นิยมรับประทานอาหารบุฟเฟต์แบบนานาชาติ โดยมักใช้บริการช่วงเย็นของวันเสาร์ – วันอาทิตย์ เพื่อพบปะสังสรรค์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม 5 ประการแรก พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ราคาอาหารบุฟเฟต์ คุณภาพของอาหาร ความรวดเร็วในการชำระเงิน และ

บรรยากาศภายในห้องอาหาร นอกจากนี้พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัย นักท่องเที่ยวไทย รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

Abstract

The objectives of the study were to examine the behavior of Thai customers in choosing buffet service in the hotel and factors affecting the selection of buffet service in a hotel. Questionnaires were collected from 400 Thai customers online. The statistics used for data analysis consisted of Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, LSD and Pearson's Moment Correlation.

The result revealed that most respondents were married, female, aged 25-35 years old, graduating with a bachelor's degree, working in a private company and earning 15000-25000 bath per month. They enjoyed eating an international buffet for socializing in the evenings on the weekends. The top five factors affecting Thai customers in choosing buffet service in a hotel were; speed of service, price, food quality, speed of payment and atmosphere in the

restaurant respectively. These factors affect the decision making process on choosing buffet service in a hotel with significant difference at 0.05.

Keywords : buffet service , thai customers , international buffet, hotel

ที่มาของปัญหา

ร้านอาหารในทั่วทุกมุมของกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครติดอันดับเป็นเมืองน่าที่ อันดับที่ 1 การสำรวจของ Mastercard Destination Cities Index ปีจ้จยหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเป็นเมืองน่าที่ขั้วอันดับ 1 คือ อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ประเทศไทยขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกินที่สามารถหากินได้ 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็รร้านอาหารชื่อดังที่หรูหรา หรือจะเป็นอาหารข้างทาง ทั้งอาหารไทย จีน เกาหลี ญี่ปุ่น ยุโรป เรียกได้ว่าครบครันทุกเชื้อชาติ ยุคสมัยปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในกรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนแปลงไป จากอดีต ที่มีวัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ที่เข้ามามีอิทธิพลกับการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการเลือกบริโภคมากขึ้น ที่ผู้บริโภคต้องการความคุ้มค้ำกับเงินที่เสียไปกับค่าอาหารและสามารถบริโภคได้อย่างไม่จำกัด ธุรกิจร้านอาหารจึงเกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงหันมาให้บริการแบบบุฟเฟ่ต์มากขึ้น เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่ระดับโรงแรม ภัตตาคาร จนถึงร้านอาหารข้างทางหรือตามแต่ละฤดูกาลของอาหารและผลไม้ และมีการเพิ่มขึ้นของร้านอาหารใหม่ๆทำให้เกิดการกระจายตัวของกลุ่มลูกค้า ตอบโจทยพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการ อาหารที่มีคุณภาพดีรสชาดีดี และมีความหลากหลายของอาหาร ซึ่งจะเป็รกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (กนกวรรณ วงษ์ศรีโรจน์, 2561)

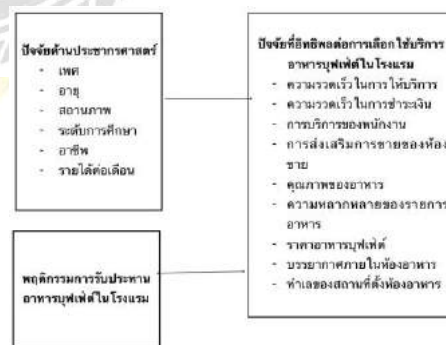
ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลึ้งจุงใจประการแรกที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ของผู้บริโภคตามประชากรศาสตร์ โดยศึกษาพฤติกรรมกรรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม และปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริหารโรงแรมที่ดูแลในส่วน Food & Beverage รวมทั้งในส่วนห้องอาหารในโรงแรม ได้นำข้อมูลไปวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีและผลงาน ที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาประมวลผลเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ตัวแปรตาม

(Dependent variable)



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม การรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม และปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคจึงนำไปวางแผนการตลาดให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารได้

2. ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เคยใช้บริการบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ในเขตกรุงเทพฯ

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เคยใช้บริการบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อศึกษา สิ่งจูงใจ 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยมรับประทานอาหาร บุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ตามแนวทางของ

วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ได้แก่ การเลือกประเภทอาหารบุฟเฟ่ต์ที่ชอบรับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ช่วงวันที่ใช้บริการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมเนื่องในโอกาสใด และช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการชำระเงิน การบริการของพนักงาน การส่งเสริมการขายของห้องชาย คุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์ บรรยากาศภายในห้องอาหาร ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร มีจำนวน 9 ข้อ แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแต่คำถามจะมีคำตอบให้เลือกตามความคิดเห็น 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง

ค อ ม พื ว เ ต อ ร ี คั ง นี

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ใน โรงแรม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ เฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบด้วยคำอธิบาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการ รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ได้แก่ วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบด้วยคำอธิบาย

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบด้วย คำอธิบาย

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	32.25
หญิง	271	67.75
อายุ 25-35 ปี	208	52.00
สมรส	192	48.00
ปริญญาตรี	255	63.75
พนักงานเอกชน	255	63.75
รายได้ 15,000-25,000 บาท	164	41.00

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน และเป็นเพศชายจำนวน 129 คน มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 208 คน มีสถานภาพสมรส จำนวน

192 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 255 คน มีอาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 164 คน มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 164 คน

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ใน

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
อาหารนานาชาติ	335	83.75
1 ครั้งต่อสัปดาห์	301	75.25
ทานกับเพื่อน	238	59.50
วันเสาร์-วันอาทิตย์	209	52.25
เพื่อพบปะสังสรรค์	218	54.50
ช่วงเย็น	342	85.5

โรงแรม

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคอาหาร นานาชาติ จำนวน 335 คน รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ใน โรงแรม 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 301 คน บุคคลที่ร่วม รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม คือ เพื่อน จำนวน 238 คน รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม วันเสาร์ – วัน อาทิตย์ จำนวน 209 คน รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ใน โรงแรมเนื่องในโอกาส เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวน 218 คน รับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมช่วงเวลา เย็น จำนวน 341 คน

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม	ระดับความสำคัญ		
	\bar{X}	S.D	ความหมาย
1. ความรวดเร็วในการ ให้บริการ	4.20	0.709	มาก
2. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	3.89	0.809	มาก

3. คุณภาพของอาหาร	3.88	0.830	มาก
4. ความรวดเร็วในการชำระเงิน.	3.87	0.851	มาก
5. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	3.84	0.759	มาก
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.83	0.785	มาก
7. การบริการของพนักงาน	3.76	0.850	มาก
8. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	3.56	0.952	มาก
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	2.85	0.907	ปานกลาง
รวม	3.74	0.466	มาก

จากตารางพบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม ภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

ปัจจัย	F	Sig.
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.347	0.791
2. ความรวดเร็วในการชำระเงิน	2.705	0.045*
3. การบริการของพนักงาน	0.257	0.856
4. การส่งเสริมการขายของห้องอาหาร	0.506	0.679
5. คุณภาพของอาหาร	2.767	0.042*
6. ความหลากหลายของรายการอาหาร	1.077	0.359
7. ราคาอาหารบุฟเฟ่ต์	1.024	0.382
8. บรรยากาศภายในห้องอาหาร	0.256	0.857
9. ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร	0.974	0.405
รวม	1.533	0.205

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ

จากตารางพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้านมีด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านคุณภาพของอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และท้ายสุดขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้ทำงานวิจัยนี้สำเร็จลงได้

หากการวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมผู้วิจัยขอมอบความคิดครั้งนี้ให้แก่มหาวิทยาลัยสยามสถาบันที่ทรงคุณค่าต่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทย

บรรณานุกรม

กมลภพ ทิพย์ปาละ. (2555). กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล. บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริการธุรกิจการตลาด.

กิติมา ลุ่มภักดี และ ไกรจิต สุตะเมือง. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จังหวัดนนทบุรี.

กันตวัฒน์ สุวรรณราช. (2557). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดและความเป็นได้ของพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารบุฟเฟ่ต์

สไตส์ญี่ปุ่น ประเภทปิ้งย่าง. (การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.



ภาคผนวก ค

โปสเตอร์



ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยนิยม รับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

The Top Five Factors Influencing Thai Customers in Choosing Buffet Service in the Hotel

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม และความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคจึงนำไปวางแผนการตลาดให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารได้
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท มีผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม โดยจำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้าน มีด้านความรวดเร็วในการชำระเงิน ด้านคุณภาพของอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย 5 ประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้จัดทำ

นางสาว จักรณา พรายแก้ว 5814400002 ภาควิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์

นางสาว ปุณณภา กนกวลัยวรรณ 5814400005 ภาควิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา มงคลวนิช

พนักงานที่ปรึกษา : นาย พิริยะ วิริยะสถาพร

ภาคผนวก ง
ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย



รหัสนักศึกษา 5814400002
 ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวจักษณา พรายแก้ว
 คณะ ศิลปศาสตร์
 สาขาวิชา การโรงแรม
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 108/17 ซ. บางขุนนนท์ 10 ถ. บางขุนนนท์
 เขต บางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700



รหัสนักศึกษา 5814400005
 ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวปุณณภา กนกวลัยวรรณ
 คณะ ศิลปศาสตร์
 สาขาวิชา การโรงแรม
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 142 ซอยเพชรเกษม 79 แยก 28 หนองแขม
 กรุงเทพฯ 10160







ประวัติผู้วิจัย



รหัสนักศึกษา 5814400002
ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวจักษณา พรายแก้ว
คณะ ศิลปศาสตร์
สาขาวิชา การโรงแรม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 108/17 ซ. บางขุนนนท์ 10 ถ. บางขุนนนท์
เขต บางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700



รหัสนักศึกษา 5814400005
ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวปุณณา กนกวลีวรณ
คณะ ศิลปศาสตร์
สาขาวิชา การโรงแรม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 142 ซอยเพชรเกษม 79 แยก 28 หนองแขม
กรุงเทพฯ 10160

