

บทคัดย่อ

ชื่อรายงานการวิจัย : การตลาดธุรกิจบริการอาหารกับแนวทางการพัฒนาเพื่อการสื่อสาร
สู่ประชาคมอาเซียน
ชื่อผู้วิจัย : เอกณรงค์ วรสีหะ
ปีที่ทำการวิจัย : 2559

การวิจัยเรื่อง “พัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจบริการอาหาร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจบริการอาหาร โดยประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ ชุมชนพื้นที่ ตำบลมหาชัย ท้องถิ่นเทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนที่ใช้เป็นตัวอย่งในการศึกษา ตัวอย่างประชาชนที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับ ปวช/ปวส/ปวท/อนุปริญญา โดยมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีรายได้เพียงพอ และรูปแบบของธุรกิจบริการด้านอาหาร ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) ร้านอาหารเต็มรูปแบบในบรรยากาศสบายๆ (Casual Dining) และบุฟเฟ่ต์ (Buffet) ตามลำดับ

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชน พบว่า สื่อที่ประชาชนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชนมากที่สุดได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลในครอบครัว/ญาติ และ สื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติของอาหาร การมีเมนูให้เลือกหลากหลายชนิด และ ความสะอาดของอาหาร ด้านราคา ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ กับการมีป้ายราคาบอกชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับช่วง เวลาเปิดปิดเหมาะสมที่จะใช้บริการ และความสะอาดภายในร้าน ด้านการส่งเสริมการขาย ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีการทดลองให้ชิมฟรี สำหรับเมนูใหม่ๆ และมีการจัดทำบัตรสมาชิก ด้านการบริการ ประชาชนที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับซื้อง่าย สะดวกสบาย และการบริการรวดเร็ว ด้านสถานที่ ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การตกแต่งร้านได้บรรยากาศ และบริเวณร้านสะอาด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ พบว่า ประชาชน ให้ความสำคัญกับการให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พนักงานบริการมีเมตริจิตที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใส อารมณ์ดี และ พนักงานบริการให้ความสนใจต่อลูกค้า

คำสำคัญ : ธุรกิจบริการอาหาร พนักงานบริการ ประชาคมอาเซียน