

พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในโรงแรมจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย Behavior Buffet Food Consumption in Hotels Phuket Province of Thai Tourists

พัฒนิตา สิงห์จางค์¹ อิศรา ภัทราภิกุล² พรสุภา สิงขร³ กันต์ภูภัทร์ ศุภะกุลสวัสดิ์⁴ ชลาทิพย์ คงเทพ⁵

Pannita Singjumnong¹ Isara Phattraphikul² Pornsupha Singkorn³ Kantaphat Suppakulsawat⁴ Chalathip Kongthep⁵

¹⁻⁵ สาขาวิชาการโรงแรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต ภูเก็ต 83000

¹⁻⁵ Hospitality Department. Phuket Vocational College. Phuket 83000

¹ Corresponding Author: E-mail: R-Jan-Off@hotmail.com, เบอร์ 081-4161995

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 397 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทานเป็นอาหารบุฟเฟต์แบบนานาชาติ มีความถี่ในการรับประทานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยมักจะมารับประทานร่วมกับคนในครอบครัว ในช่วงเย็นของวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ รองลงมาคือ

ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคา ส่วนด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

คำสำคัญ: พฤติกรรมกรบริโภค อาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม

Abstract

Research study Hotel Buffet Food Consumption Behavior of Thai Tourists Phuket. Objectives: 1) to study the demographic data and food consumption behavior in hotel buffet type of Thai tourists; Phuket 2) to study the marketing mix factors influencing the decision to consume buffet food in hotels. Phuket of Thai tourists This research study is a survey research. The research tools were questionnaires, which were divided into 2 parts. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. By collecting data from 400 respondents, which was calculated from the sample population in the case that the exact number of the population is unknown.

The results showed that A total of 397 respondents were mostly male. Aged 30 years or more, marital status, education level at bachelor's degree Most of them are engaged in private business. has an average monthly income of 20,001-30,000 baht, most of them choose to eat as an international buffet. There is a frequency of eating once a week, usually eating with family members. In the evenings of Saturday-Sunday holidays And from the study of marketing mix factors that influence the decision to choose buffet food in hotels. Phuket Of Thai tourists, it was found that most respondents focused on marketing mix factors. Overall, it was at a high level. When considering each side, it was found that The aspect that the respondents paid the most attention to was the product or service aspect, followed by the price aspect, location or price distribution channel. The aspect that the respondents gave the least attention to was Marketing Promotion.

Keywords: Marketing Mix, Buffet, Hotel

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ นอกจากนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการศึกษา การฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

ประเพณีของแต่ละท้องถิ่นและของแต่ละชนชาติ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่ท้องถิ่นและประเทศของตน ธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านขายสินค้าและของที่ระลึก รวมถึงธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยรูปแบบของร้านอาหารและภัตตาคารมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคเป็นหลัก

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากร่างกายจะเจริญเติบโตและมีสุขภาพที่สมบูรณ์ได้ต่อเมื่อได้รับอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ถูกสุขลักษณะ ดังนั้นการบริโภคอาหารที่ดีจึงเป็นรากฐานสำคัญของมนุษย์ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยชรา การได้รับอาหารที่ไม่เหมาะสมทั้งประเภทและปริมาณย่อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพในปัจจุบันและต่อไปในอนาคต จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารให้ถูกต้อง โดยปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารได้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขายและการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการให้บริการ เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค [1]

ห้องอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ ห้องอาหารที่ให้บริการอาหารประเภทบุฟเฟต์ ซึ่งการบริการแบบบุฟเฟต์เป็นรูปแบบการบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน การบริการแบบบุฟเฟต์จะคิดค่าบริการเป็นรายหัว [2] ห้องอาหารแต่ละโรงแรมจะขึ้นอยู่กับรูปแบบและบริบทของแต่ละโรงแรม โดยรูปแบบการบริการที่ได้รับความนิยมมีทั้งในส่วนที่เป็นแบบเซตเมนูและโต๊ะจีน ซึ่งจะเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างและเป็นตัวเลือกในการเลือกบริโภคมากขึ้น ผู้บริโภคต่างต้องการความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป [3]

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นที่รู้จักกันในเรื่องของหาดทรายที่สวยงาม น้ำทะเลที่ใส นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อาทิ แหลมพรหมเทพ วัดฉลอง หาดป่าตอง ชุมชนย่านเมืองเก่า เป็นต้น จังหวัดภูเก็ตยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มึนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้ความสนใจมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ [4]

จากความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่มแบบบุฟเฟต์ในโรงแรม จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม และใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาและดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่บริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม ในเขตภูเก็ต ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม 2565

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่บริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม ในเขตภูเก็ต แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทราบเพียงว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างสูตรนี้ (Roscoe, 1969: 156-157) [5]

$$N = (Z_c \sigma / e_m)^2$$

เมื่อ N = จำนวนตัวอย่างของประชากร

Z_c = คะแนน Z ตามระดับความมีนัยสำคัญที่ผู้วิจัยกำหนดให้ (α)

$Z = 1.96$ ที่ระดับความมั่นใจ 95% ($\alpha = .05$)

$Z = 2.58$ ที่ระดับความมั่นใจ 99% ($\alpha = .01$)

e_m = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

σ = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

จากโจทย์ $Z_c = 1.96$ $e_m = \sigma/10$ นั่นคือ $\sigma/e_m = 10$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร } N &= (Z_c \sigma / e_m)^2 \\ &= (1.96 \times 10)^2 \\ &= 384 \end{aligned}$$

จากการคำนวณข้างต้นพบว่า ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 384 ตัวอย่าง แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดและเพื่อให้ผลที่ได้มีความแม่นยำในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจแบบสอบถามเพิ่มอีก 16 อย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการประยุกต์จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ต ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด

3.4 ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

1) ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) เรียบเรียงและสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาในการขอคำแนะนำ ตรวจสอบและปรับแก้ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วน

3) ติดต่อผู้ทรงเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความถูกต้อง สอดคล้องและเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence) [6]

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (C-Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะต้องมีค่าระหว่าง 1 ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 หมายความว่า มีความเชื่อมั่นสูง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แบบของแบบสอบถามทั้งหมด
- 2) นำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามมาลงรหัสและให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด
- 3) นำคะแนนไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 4) นำเสนอผลการศึกษาตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยใช้ตารางและการพรรณนาวิเคราะห์

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ [6]

ค่าเฉลี่ย	4.21- 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41- 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61- 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 -2.60	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 -1.80	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุดและได้รับแบบสอบถามคืน จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล พบว่ามีแบบสอบถามจำนวน 3 ชุด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามไม่ครบ จึงไม่นำมาทำการวิเคราะห์ ทำให้เหลือแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้ได้จำนวน 397 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.29 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์และประเมินผล หาค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริหารอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.60 มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.87 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 57.18 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.32 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 45.34 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.78 ส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทานเป็นอาหารบุฟเฟต์แบบนานาชาติ มีความถี่ในการรับประทานอาหารสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.84 โดยมักจะมารับประทานร่วมกับคนในครอบครัว ในช่วงเย็นของวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 49.12

4.2 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลค่า
1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	4.36	.61	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.13	.81	มาก
3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	.31	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.75	.60	มาก
รวม	4.07	.60	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคา ($\bar{X} = 4.03$) ส่วนด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 3.75$)

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1) จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทานเป็นอาหารบุฟเฟต์แบบนานาชาติ มีความถี่ในการรับประทานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยมักจะมารับประทานร่วมกับคนในครอบครัว ในช่วงเย็นของวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

2) จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคา ส่วนด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

5.2 อภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ วัตถุดิบที่ใช้มีความเหมาะสม รองลงมาคือ บริเวณโดยรอบโรงแรมมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย โรงแรมมีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี ภายในห้องอาหารมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ โชคถาวร [7] ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคาวของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคาวของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่สำคัญ คือ คุณค่าทางโภชนาการของอาหารคาว ความสดใหม่ ความสะอาด ความหลากหลายของเมนูอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รสชาติอาหารคาวและปริมาณอาหารคาวต่อหน่วย

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ ความคุ้มค่าของราคาอาหาร

ความคุ้มค่าของราคาค่าเครื่องดื่ม ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพร มิตรภานนท์ [8] ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่าปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับประโยชน์ทางสุขภาพ

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือ โรงแรมอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ใกล้ที่ทำงาน มีการจองโต๊ะผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ภายในห้องอาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ทิมาบุตร [9] การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ สามารถหาซื้อได้ง่าย จำหน่ายในร้านที่สามารถหาซื้อสะดวกทั่วถึง เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า สินค้าขายตรงโดยบุคคลที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสินค้าสามารถเลือกซื้อได้จากอินเทอร์เน็ตหรือมีบริการส่งสินค้าโดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างหลากหลาย รองลงมาคือ มีส่วนลดให้สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีโปรโมชั่นในราคาที่เหมาะสม ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา ประทักษ์สิน [10] การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้ชายในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ การส่งเสริมการขาย (Promotion) เช่น ลด แลก แจก แถมสินค้า การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร การแจ้งรายละเอียดสินค้าที่แสดง ณ จุดขายและการแจกสินค้าตัวอย่าง

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

- 1) ควรทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของชาวต่างชาติเพิ่มเข้ามา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและมุมมองของชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ
- 2) ควรทำการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

3) โรงแรมหรือห้องอาหารที่ให้บริการ ควรมีการจัดฝึกอบรมและสร้างมาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน รวมถึงช่องทางในการเพิ่มขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เนื่องจากพนักงานเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุด จึงควรมีการฝึกอบรมทักษะต่าง ๆ ไปจนถึงภาษาใหม่ ๆ รวมถึงการเพิ่มโปรโมชั่นหรือการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ

เอกสารอ้างอิง

- [1] อาณัติ นิติธรรมยง. (2558). Thailand Food Innovation Forum. สถาบันโภชนาการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [2] ชลลดา มงคลวนิช, จักขณา พรายแก้วและปณณภา กนกวลัยวรรณ. (2560). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภค อาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารกระแสนวัตกรรม ปีที่ 18 ฉบับที่ 33. หน้า 81-95.
- [3] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). [ออนไลน์]. ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูงและรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนไป. [สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2565] จาก <http://www.https://www.kasikornresearch.com/th>
- [4] กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2563). [ออนไลน์]. ข้อมูลจังหวัดภูเก็ต.: สำนักงานจังหวัดภูเก็ต.[สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2565] จาก <https://phuket.mots.go.th>.
- [5] Roscoe. (1969). การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง. อุดรธานี. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี.
- [6] ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [7] ลัดดาวลย์ โชคถาวร. (2560). ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด. [ออนไลน์] วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2565] จาก https://mis.krirk.ac.th/librarytext/MOA/2561/F_Artit_Pannin.
- [8] ปิยะพร มิตรงานนท์. (2558). พฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [9] ศิริพร ทิมาบุตร (2560). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ. สงขลา.
- [10] ชนิตา ประทักษ์สิน (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.