

**ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า
(สาขาเอ็มควอเทียร์)**

**Customers' Satisfaction and Behavior towards the services at Dean and Deluca,
Emquartier Branch**

เฉลิมพร สุกสอาด

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E – mail : songgsam@hotmail.com

Chalernporn Sooksaad.

Master of Business administration, October 2019, Graduate School Ramkhamhaeng University.

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1.) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ (2.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เลือกจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ การแจกแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ Chi-square Test (χ^2) โดยที่กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.50 จะมีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.2 รวมถึงสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.30 รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.70 และส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.30 และผู้บริโภคที่มีปัจจัยต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยต่อความพึงพอใจในด้านอาหารและด้านพนักงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 เท่ากันทั้ง 2 ด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านอายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะขึ้นกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านอาหารที่ชื้อบ่อยที่สุด, ความถี่, ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด ที่แตกต่างกัน จะขึ้นกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริการร้านอาหารดีน แอนด์ เดลุก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พฤติกรรมผู้บริโภค, ร้านอาหาร

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study the customers' satisfaction towards the services at Dean and DeLuca, Emquartier Branch based on the demographics of customers who use the service 2) to study the customers' behavior of customers who use the services at Dean and DeLuca, Emquartier Branch.

The samples in this research are the customers who use the service at Dean and DeLuca, Emquartier Branch. The instruments for collecting the data were questionnaires and data analyzed by using statistic software (SPSS) the statistics for data analyzed are frequency, percentage, mean, standard deviation and Chi-square Test (χ^2) for the hypothesis testing the statistical significance at 0.05.

The result of this research shows that the customers mostly were male (50.5%), aged 20-30 years (50.2%), and (50.5%) of customers were single. Most of the customers were educated with bachelor's degree or equal (59.3%), average monthly incomes below 20,000 bath per month (40.7%) and they work as a company employee (53.3%). From the point of satisfaction analysis towards the services at Dean and DeLuca, Emquartier Branch, customers' extremely satisfied in total aspect and for the partly aspect the customers extremely satisfied in a part of food and staff both were 4.40 on average.

The results of hypothesis testing show that the different personal factors included age, marital status, and education will depend on the factor of customers' satisfaction who use the services at Dean and DeLuca, Emquartier Branch statistically significant at 0.05. Additionally, the difference in consumer behavior in the frequency of purchased food, a period of using the services will depend on the factor of customers' satisfaction who use the services at Dean and DeLuca, Emquartier Branch statistically significant at 0.05.

Keywords: satisfaction, consumer behavior, restaurant

บทนำ

อาหารถือเป็นปัจจัย 4 ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตอยู่ และได้ให้พลังงานแก่ร่างกายทำให้ร่างกายมีพลังงานสำหรับการทำกิจกรรมประจำวันของผู้บริโภค ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญก็คือ อาหาร นั่นเอง จากการเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รวมถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเองในการใช้บริการร้านอาหารมากยิ่งขึ้น ซึ่งวิถีคนในเมืองที่มีประชากรหนาแน่น การจราจรที่ติดขัดในทุกวัน โดยเฉพาะบางวันที่อาจทำให้ผู้บริโภคบางคนไม่สามารถทำกับข้าวที่บ้านรับประทานเองได้ เพราะต้องมีความเร่งรีบไปทำงาน ดังนั้นจึงต้องพึ่งอาหารนอกบ้าน ก็คือ ร้านอาหารนั่นเอง

ปัจจุบันการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคทั่วไป ผู้บริโภคจะเน้นร้านอาหารที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ชื่อเสียงของร้านอาหาร การจัดงานที่สวยงาม รวมถึงสีสันของอาหารที่ต้องดูดีด้วย

เช่นกันและควรเป็นแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นที่ชื่นชอบไปทั่วโลกอย่าง ดิน แอนด์ เดลู่ก้า (บรัคเคอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2562) เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับสื่อโซเชียลมาก ซึ่งก่อนรับประทานอาหารเช้าแต่ละครั้งจะต้องมีการถ่ายภาพ เพื่อโพสต์โซเชียล เช่น Facebook Instagram เป็นต้น และความสำคัญอีกอย่างก็คือ ความคุ้มค่าในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร และในส่วนของด้านโปรโมชั่นของร้านอาหารที่สร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบร้านอาหารที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด คือร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งปัจจุบัน ดิน แอนด์ เดลู่ก้า มีสาขาทั้งหมด 76 สาขาในเอเชียซึ่งมีอยู่ในห้างหลายสาขา อย่างเช่น เอ็มควอเทียร์ เป็นต้น ส่วนสาขาในประเทศญี่ปุ่นมี 49 สาขา, สิงคโปร์ 3 สาขา, ฟิลิปปินส์ 3 สาขา, เกาหลีใต้ 2 สาขา, ฮองกง 2 สาขา, คูเวต 2 สาขา, มาเก๊า 1 สาขา, บาร์เรน 1 สาขา, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 1 สาขา, และสาขาในประเทศไทยทั้งหมด 12 สาขา โดยประกอบไปด้วยสาขาที่เป็นคาเฟ่และร้านอาหาร อาทิ เซ็นทรัล เอ็มบาสซี, เอ็มควอเทียร์, เดอะคริสตัล รัมอินทรา เป็นต้น และบริษัทยังมีแผนจะเปิดสาขาใหม่อีก 4 สาขาภายในปลายปี2562โดยแบ่งเป็น3สาขาในกรุงเทพฯ และอีก1สาขาที่ภูเก็ต (ที่มา : <https://www.prachachat.net/finance/news-366967>) ทั้งนี้มีตัวเลือกให้ผู้บริโภคเลือกมากมาย ยังรวมถึงการที่มีบาร์เครื่องดื่มอยู่ในร้านอาหารนั้นๆด้วย อีกทั้งต้องมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านอาหารนั้น เช่น กระเป๋ามีแบรนด์ชื่อร้านอาหารติดอยู่ที่กระเป๋า ขนมที่มีห่อพลาสติกสวยๆและมีแบรนด์ร้านอาหารนั้นติดอยู่ และอีกอย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในร้านอาหาร คือ การที่มีบริการแบบส่งกลับบ้าน (Take a way) ได้ด้วยเช่นกัน โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เพราะเป็นทางเลือกในวันว่างๆ ที่ไม่ต้องเร่งรีบ ถือเป็นพักผ่อนหย่อนใจ และสามารถนัดเจอครอบครัวมารับประทานอาหารนอกบ้านได้อีกเช่นกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ และมีความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด เพื่อสามารถแข่งขันกับตลาดของร้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) จึงได้ทำการกำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในงานวิจัย โดยเลือกปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านพนักงาน มาเป็นกรอบในการศึกษา โดยกลุ่มประชากรตัวอย่างที่จะนำมาศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) เท่านั้น โดยแบบสอบถามมีระยะเวลาการดำเนินการตั้งแต่ เดือน กรกฎาคม 2562 ถึงเดือน ตุลาคม 2562

สมมติฐานและกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐาน ข้อที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐาน ข้อที่ 2 : พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

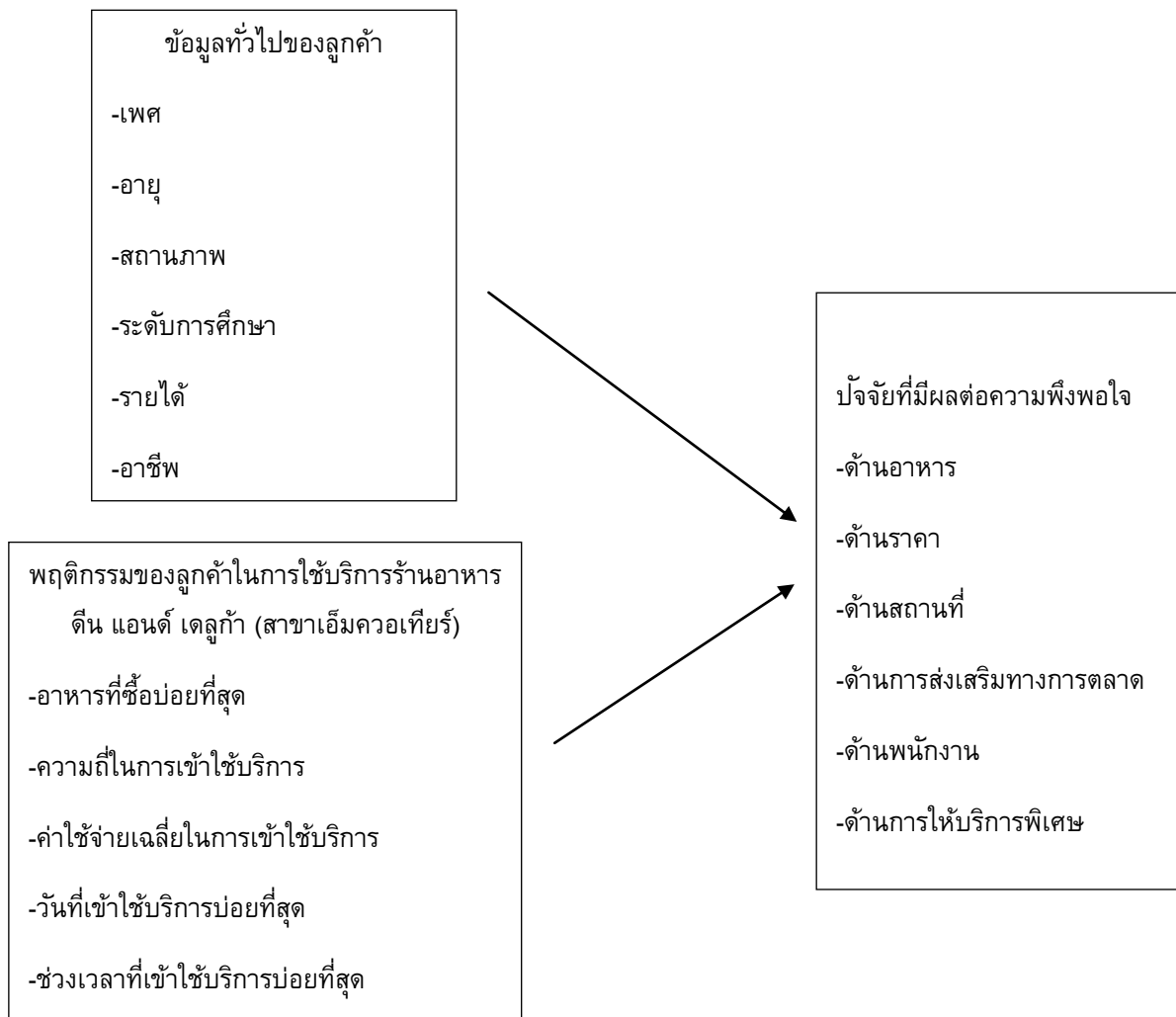
1. เพื่อทราบถึงลักษณะและรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ของลูกค้า และนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

2. เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารเพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์แข่งกับคู่แข่งได้

3. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านฐานข้อมูลและการต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในครั้งต่อไป

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มตัวอย่าง, จำนวนตัวอย่าง, การสุ่มตัวอย่าง)

1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลูซ่า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ซึ่งไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน

2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลูซ่า (สาขาเอ็มควอเทียร์) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรทราบขนาดประชากรของ Yamanae โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+(N)(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{834}{1+(834)(0.05)^2} \\ &= 271 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้จำนวน 271 คน และสำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อความคลาดเคลื่อนไว้ 5% ซึ่งเท่ากับ 14 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 285 คน

3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non- Probability Sampling) ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลูซ่า (สาขาเอ็มควอเทียร์)

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญพบ (Convenience Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างรที่มาใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลูซ่า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจนครบตามขนาดตัวอย่าง 285 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นลักษณะแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารตีน แอนต์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยมีคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ สินค้าที่ซื้อประจำ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการ วันที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุดและช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน และด้านการให้บริการพิเศษ มีคำถามทั้งหมด 34 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบ่ง 5 ระดับ ตั้งแต่ความพึงพอใจน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด โดยกำหนดระดับความคิดเห็นดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารตีน แอนต์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 285 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 144 คน (ร้อยละ 50.50) อายุ 20-30 ปี จำนวน 143 คน (ร้อยละ 50.20) มีสถานภาพโสด จำนวน 144 คน (ร้อยละ 50.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 169 คน (ร้อยละ 59.30) รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 116 คน (ร้อยละ 40.70) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 152 คน (ร้อยละ 53.30)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารตีน แอนต์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่ม เช่น ชา, กาแฟ, น้ำผลไม้, เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ บ่อยที่สุด จำนวน 90 คน (ร้อยละ 30.50) ความถี่ที่น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 148 คน (ร้อยละ 51.90) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท จำนวน 149 คน (ร้อยละ 52.30) วันอาทิตย์คือวันที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด จำนวน 89 คน (ร้อยละ 31.20) และช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 10.00-12.00 น. จำนวน 99 คน (ร้อยละ 34.70)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารตีน แอนต์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในด้านอาหารและด้านพนักงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 เท่ากันทั้ง 2 ด้าน โดยที่ในด้านอาหารกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องรสชาติของอาหารมากที่สุด ส่วนในด้านพนักงานกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เรื่องพนักงานแคชเชียร์มีความถูกต้องในการรับ/ทอนเงิน และการออกไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า ค่าเฉลี่ย ดังนั้นปัจจัยที่มีต่อความ

พึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า(สาขาเอ็มควอเทียร์)รองลงมาคือด้านสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 เรื่องของที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.30 เรื่องสามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านการให้บริการพิเศษ ค่าเฉลี่ย 4.29 ในเรื่องทางร้านมีการให้บริการ แบบ Take a way ค่าเฉลี่ย 4.33 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 แต่ในด้านนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่อง มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ใช้โทรศัพท์ เครือข่าย D-TAC AIS TRUE เช่นกัน

สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

อายุที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านราคา ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในด้านราคามากที่สุดในเรื่อง การชำระสินค้าได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอมมิกา แดงรอด (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิส ราชพฤกษ์ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการ เดอะ เซอร์เคิส ราชพฤกษ์ จะเป็นเพศหญิง และมาอายุระหว่าง 21-30 ปี รวมทั้งสถานภาพโสด รวมถึงผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก

สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านการให้บริการพิเศษ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้บริโภคที่สถานภาพโสดจะพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในด้านการให้บริการพิเศษมากกว่าผู้บริโภคที่สถานภาพสมรสหรือหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอมมิกา แดงรอด (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิส ราชพฤกษ์ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการ เดอะ เซอร์เคิส ราชพฤกษ์ จะเป็นเพศหญิง และมาอายุระหว่าง 21-30 ปี รวมทั้งสถานภาพโสด รวมถึงผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน และด้านการให้บริการพิเศษที่แตกต่างกัน ซึ่งระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ในทุก ๆด้าน มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิชา ทองลัมพ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มอื่น ส่วนในด้านอาชีพจะพบว่า กลุ่มพนักงานเอกชนจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่าพนักงานงานกลุ่มรัฐวิสาหกิจ

อาหารที่ชื้อบ่อยที่สุดที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านการให้บริการพิเศษ ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาหารที่ชื้อบ่อยที่สุดคือเครื่องดื่ม เช่น ชา, กาแฟ, น้ำ

ผลไม้, เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ จะมีความพึงพอใจมากกว่า อาหารและสลัด รวมถึง ขนมและพิซซ่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจการให้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านอาหาร ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการพิเศษ ที่แตกต่างกันซึ่งความถี่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือนเป็นความถี่ที่ผู้บริโภคพึงพอใจใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า(สาขาเอ็มควอเทียร์) มากกว่าความถี่ 2-4 ครั้งหรือ 5 ครั้งขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศหญิง ระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความถี่ในการรับประทานอาหารนานาชาติ 1 ครั้งต่อเดือน โดยนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจการให้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านอาหาร ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาทจะมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)มากกว่า 501-2,000 บาท หรือ 20,001-5,000 หรือ มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนาภรณ์ เงินยวง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่การซื้อสินค้าจะซื้อในช่วงเวลา 18.01-21.00 น ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง ไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของไฮเปอร์มาร์เก็ต อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจด้านความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด

ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุดที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจการให้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งช่วงเวลาที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือช่วงเวลา 10.00-12.00 น. อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1 จากการสำรวจผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจที่ไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภคมากนัก ในเรื่อง พนักงานบริการมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่ม สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งค่าเฉลี่ย 4.36 พนักงานบริการเสิร์ฟสินค้าให้ลูกค้าอย่างถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.35 ซึ่งบริษัทควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานในร้าน อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง อาทิเช่น การบริการลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด , บริการ , ระบบปฏิบัติงาน และด้านความปลอดภัย โดยอาจจะเชิญบุคลากรจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมาให้ความรู้โดยเฉพาะ เพื่อให้ได้รับความรู้ที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของตัวพนักงานและการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานที่ดีอีกด้วย

2 จากการสำรวจผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจที่ไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภคมากนัก ในเรื่อง ขนาดของพิซซ่าที่แบ่งเป็น ขนาด 22" 14" และแบบ Slice ให้ลูกค้าเลือกได้ตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.34 และในเรื่อง พืชสารรสชาติอร่อย ค่าเฉลี่ย 4.35 ดังนั้นบริษัทควรมีการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการร้านอาหารและเมนูอาหาร

ให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้การทำงานมีระบบและมีมาตรฐานเดียวกันและบริษัทควรมีการจัดการควบคุมการผลิตอาหารจากครัวกลางให้มีมาตรฐานเดียวกันในทุก ๆ รอบการผลิตเพื่อรสชาติและคุณภาพอาหารที่ดีในอาหารทุกจาน

3 จากการสำรวจผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจต่ำกว่าที่พรรณนาปัจจัยด้านพนักงาน คือเรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.33 ซึ่งทั้งนี้บริษัทควรเพิ่มจำนวนพนักงานบริการให้มากกว่านี้ สำหรับสาขาเอ็มควอเทียร์ ซึ่งมียอดขายและจำนวนลูกค้ามาใช้บริการค่อนข้างมาก เพื่อการบริการที่รวดเร็ว และสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านดินแอนด์ เดลวก้า เกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีก

4 เนื่องจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลวก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยส่วนใหญ่อาหารที่ผู้บริโภคชอบที่สุดคือ เครื่องดื่ม เช่น ชา, กาแฟ, น้ำผลไม้, เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 รองลงมาคือ อาหารและสลัด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ซึ่งบริษัทควรมีความซื่อสัตย์กับผู้บริโภคในเรื่องการลดต้นทุนของอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ โดยการลดคุณภาพของวัตถุดิบส่วนผสมต่าง ๆ นั้น บริษัทควรคำนึงถึงคุณภาพ รสชาติ ความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับและภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังในตัวของอาหารและเครื่องดื่มมาก ซึ่งหากลูกค้าไม่ประทับใจ หรือไม่รู้สึกถึงความคุ้มค่านั้น ก็อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีก

5 บริษัทดิน แอนด์ เดลวก้า ควรมีการจัดแผนผังองค์กรและการคัดเลือกบุคลากร(ตำแหน่งหัวหน้างาน) ให้เหมาะสมมากกว่านี้ โดยดูที่ความรู้ ความชำนาญเฉพาะทาง และศักยภาพการทำงานที่แท้จริง ไม่ใช่อายุการทำงานหรือความรู้สึกส่วนตัว เนื่องจากหากหัวหน้าไม่มีประสิทธิภาพที่เพียงพออาจเกิดข้อผิดพลาดจากการทำงานในการบริการได้ เพื่อให้ระบบการทำงานในด้านต่าง ๆ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกเรื่อย ๆ

6 เนื่องจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลวก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) ส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในวันอาทิตย์ บริษัทควรจัดพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งสาขาเอ็มควอเทียร์ลูกค้ามีจำนวนมาก ดังนั้นไม่ควรให้พนักงานในวันหยุดในวันอาทิตย์ให้พนักงานไปหยุดวันธรรมดาแทน

7. เนื่องจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลวก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) โดยส่วนใหญ่อาหารที่ผู้บริโภคชอบที่สุดคือ เครื่องดื่ม เช่น ชา, กาแฟ, น้ำผลไม้, เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ บริษัทควรจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับอาหารเพื่อดึงดูดความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคเพื่อมาซื้ออาหาร ทั้งนี้จะได้เพิ่มยอดขายทางด้านอาหารอีกเช่นกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะและรายละเอียดส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลวก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)
2. เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปกำหนดนโยบาย วางแผนกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้

3. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านฐานข้อมูลและการต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์)
4. เพื่อทำให้พนักงานรับรู้ถึงสาเหตุต่าง ๆ ของผู้บริโภคว่าอะไรที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และกลับมาใช้บริการอีก

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการทำการศึกษาวจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความพึงพอใจเป็นเรื่องของความรู้สึกส่วนบุคคลจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม
2. การศึกษา ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารที่ใกล้เคียงกับร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) เช่นร้าน D'ARK , ร้าน ROASE เป็นต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบและนำมาประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า
3. การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด
4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการขยายขอบเขตให้กว้างขึ้น โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างไม่เจาะจงแค่สาขาเอ็มควอเทียร์ เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในแต่ละสาขา เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป ให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละสาขาให้ได้มากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี จากความกรุณาและความช่วยเหลือ ของอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ภรณ์ทิพย์ เคนแสงรัตน์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ ให้คำปรึกษา แนะนำชี้แนะ ข้อคิดเห็น ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์เพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ ครอบครัว ที่เลี้ยงดู อบรม เอาใจใส่ สนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีมานะ ขยันและอดทน พร้อมทั้งส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัยด้วยความปรารถนาดีเสมอมา รวมทั้งพี่น้องและเพื่อน ๆ ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและคอยห่วงใย ให้กำลังใจคอยแนะนำที่ติเสมอมา จนผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

และสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่มีความสนใจเกี่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารดิน แอนด์ เดลู่ก้า (สาขาเอ็มควอเทียร์) เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาด้านอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด หากพบว่ามีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติภาพ สงเคราะห์. (2555). *ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี*. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จาริณี อิศรรางกูร ณ อยุธยา. (2559). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทยใน*

- เขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยบริการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2558). *ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของร้านอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ติน แอนด์ เดลูก้า. (2561). *ข้อมูลร้านอาหารดีน แอนด์ เดลูก้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 29,2562. จาก*
http://www.pacedev.com/news/full/pace_acquires_dean_deluca_u.s.a/th
- ติน แอนด์ เดลูก้า. (2562). *สาขาร้านอาหารดีน แอนด์ เดลูก้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 26,2562. จาก*
<https://www.wongnai.com/chains/dean-deluca>
- ติน แอนด์ เดลูก้า. (2562). *ข้อมูลร้านอาหารดีน แอนด์ เดลูก้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 27,2562. จาก*
<https://www.brandbuffet.in.th/2018/12/dean-and-deluca-business-plan-2019/>
- ธนาภรณ์ เงินยวง. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขต กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- นางสาววิชา ทองลัพท์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552). *ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet&Sherbet โกลเด้น เฟลซ. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- พรพมลิ คงฉิม. (2554). *การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม. เฮช.อี-ดีแมก(ที)จำกัด. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). *แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 24,2562 จาก*
<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/>
- รัตติญา สิทธิศักดิ์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเอสแอนด์พีของประชากรในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). *ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 22,2562. จาก*
http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *ส่วนประสมทางการตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 20,2562 .จาก*
<http://passakorn2326.blogspot.com/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 22,2562. จาก*
http://mslib.kku.ac.th/elib/books/Marketing2559/RUCHIRA%20TANTERDTIT/05_ch2.pdf.pdf
- สรอรรถ ปานอุดมลักษณ์. (2557). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างร้านอาหารแฟรนไชส์*

ต่างประเทศกับร้านอาหารแฟรนไชส์ประเทศไทย ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยบริการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เอมมิกา แต่งรอด. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของ

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิส ราชพฤกษ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อรศศิพัชร์ ศิริวรรณพร. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าชุมชน : กรณีศึกษา โครงการเดอะ

แควส รามอินทรา, เดอะแฉส วังหิน, เดอะแฉส เออเบิร์น ศรีนครินทร์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.