

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหารของวัยรุ่นในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ : นางสาวอัญชวรรัตน์ เพ็ชรรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา : คร.หวิวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ : ตุลาคม 2549
จำนวนหน้า : 56

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกร้านอาหาร ของวัยรุ่นในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร
ของกลุ่มวัยรุ่น ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความ
น่าจะเป็น วิธีการสุ่มแบบสะดวก เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายอายุ 18-21 ปีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
พักอาศัยอยู่ที่บ้านกับบิดามารดา มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท ประเภทร้านอาหารที่ผู้บริโภคนิยมไป
ใช้บริการมากที่สุดคือ อาหารหลากหลาย เน้นอาหาร ไทย แบบร้านตามสั่ง นิยมไปใช้บริการช่วง
เย็น ทำเลของร้านที่นิยมไปใช้บริการคือ ใกล้กับที่พัก โดยมีเพื่อนเป็นผู้มีส่วนในการชักชวน และ
เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านอาหาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีร้านอาหารประจำ โอกาสในการใช้
บริการร้านอาหารเพื่อการพบปะสังสรรค์ ความถี่ในการใช้บริการ อาทิตย์ละครั้ง ระยะเวลาการใช้
บริการ 1-2 ชั่วโมง เหตุผลในการเลือกร้านอาหาร เพราะชอบในรสชาติอาหาร มากกว่าราคาถูก
เครื่องคั้นที่นิยม คือน้ำเปล่า และประเภทของอาหารว่างที่นิยมตั้งคือ ไอศกรีม รูปแบบเมนูที่ชอบคือ
มีรูปภาพประกอบ และในเรื่องค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อหนึ่งคน คือ 51-100 บาท

การศึกษายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหาร
พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการบริการ และ ปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยของผู้บริโภคในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และ
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด