

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเช่าห้องคาราโอเกะ บูลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายรัชฎ์พงศ์ นิธิสุวรรณรักษา
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: พฤษภาคม 2551
จำนวนหน้า	: 111 หน้า

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเช่าห้องคาราโอเกะบูลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเช่าห้องคาราโอเกะ บูลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยรวบรวมจากประชากรกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าห้องคาราโอเกะ บูลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 150 ตัวอย่าง ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 เมษายน 2551 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2551

ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 20 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 5,000 บาท

การศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบูลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว ซึ่งประกอบด้วยห้องเช่าคาราโอเกะที่มีการตกแต่งในรูปแบบต่างๆ 21 รูปแบบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการห้องอีโรติก (Erotic) และมีความนิยมห้องเบด-คลับ (Bed Club) มากที่สุด โดยค่ายเพลงที่นิยมร้องคาราโอเกะคือ ค่ายแกรมมี่ เหตุผลที่มาใช้บริการเช่าห้องคาราโอเกะนั้นเพื่อเป็นการพักผ่อนคลาย

ความเครียด ซึ่งเพื่อนมีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถานที่ร้องคาราโอเกะและให้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ร้องคาราโอเกะมากที่สุด การร้องคาราโอเกะในแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการเฉลี่ย 4 - 5 คน วันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ วันศุกร์ - วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 13.01 - 16.00 น. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่ประมาณ 101 - 200 บาท จะใช้บริการเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน โดยในแต่ละครั้งจะร้องครั้งละ 2 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเช่าคาราโอเกะของบุลลี่ซิงอะลองมากที่สุดรองลงมาคือ Kara magic (Airport Plaza) เหตุผลในการใช้บริการที่บุลลี่ซิงอะลองเพราะ มีเพลงคาราโอเกะให้เลือกมากมาย โดยมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของบุลลี่ซิงอะลองเฉลี่ยในระดับดีมากและจะบอกต่อบุคคลอื่นให้มาใช้บริการที่บุลลี่ซิงอะลอง

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเช่าห้องคาราโอเกะ บุลลี่ซิงอะลอง กาดสวนแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ บุคคลากร กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพและผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เสริม สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ