

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นายสุรศักดิ์ น้อยอ่ำ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ศรีสุดา แซ่ลี
วันที่อนุมัติผลงาน	กุมภาพันธ์ 2557
จำนวนหน้า	80 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็งของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็งของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยจำแนกตามเพศ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 253 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้คอมพิวเตอร์ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ วิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบค่าที่ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22-35 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 – 15,000 บาท และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมในการเลือกรับประทานร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญที่เลือกรับประทานร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็งคือ มีความสดใหม่ และสะอาดของวัตถุดิบ ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านและผู้

ร่วมรับประทานอาหาร คือ เพื่อน โดยมักจะตั้งใจมารับประทานและมีการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิ  
ราเม็ง บ่อยที่สุดใน วันเสาร์ – วันอาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์ ในช่วงเวลา 17.01 – 20.00 น. กลุ่ม  
ตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการร้านอาหารแก๊งกิราเม็ง นานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการ  
รับประทานอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง ประมาณ 300 บาท ขึ้นไป และมีเวลาเฉลี่ยในการรับประทานอาหารอยู่  
ที่ประมาณ 1 ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก  
ร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน  
ราคา ด้านบุคคล ด้านหลักทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ  
การเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นแก๊งกิราเม็ง พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ระดับ 0.05