

## บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจเลือกร้านหมูกระทะ  
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นางสาวศิวพร หมวกทองกลาง

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ

วันที่อนุมัติผลงาน : กุมภาพันธ์ 2548

จำนวนหน้า : 85

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจเลือกร้านหมูกระทะของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางและการวางแผนการตลาดให้กับธุรกิจดังกล่าว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากร ขนาดตัวอย่างที่ใช้จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าความถี่ สถิติเชิงปริมาณ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จาก กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และ อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ

การศึกษานี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 19,000 บาท

ในด้านของพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับประทานหมูกระทะเพราะมีอาหารหลากหลายรับประทานได้ง่าย และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยไม่มีเหตุผลที่แน่นอนในการออกไปรับประทานหมูกระทะ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรับประทานหมูกระทะอย่างเดียวและวันที่ไปรับประทานหมูกระทะบ่อยที่สุดคือวันศุกร์และวันเสาร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ออกไปรับประทานหมูกระทะเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง มีผู้ร่วมรับประทานครั้งละ 3 – 6 คน มีบุคคลในครอบครัว/ญาติ เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการชักชวนและร่วมรับประทานหมูกระทะ ในด้านสถานที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านหมูกระทะ ที่สามารถเดินทางมาใช้

บริการสะดวกในกรณีที่ไม่ใกล้บ้านและที่ทำงาน หรือชอบร้านที่ใกล้บ้าน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีร้านประจำและร้านประจำที่ผู้บริโภคชอบไปรับประทาน คือ สุกคนธา รองลงมาคือ ชุมแพ และซุ้มสบาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านหมูกระทะจากผู้ที่เคยรับประทานหมูกระทะ และมีความชอบการกำหนดราคาของร้านหมูกระทะแบบบุฟเฟต์ต่อหัวรวมเครื่องดื่ม หรือของหวาน กลุ่มตัวอย่างชอบบริโภคเนื้อหมูมากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อวัว ส่วนอาหารทะเลปรุงรสที่ชอบ คือ ลูกชิ้นปลา ผักที่เลือกรับประทานมากที่สุด คือ ข้าวโพดอ่อน รองลงมาคือ ผักนึ่งและเห็ดต่าง ๆ ตามลำดับ เครื่องดื่มที่นิยมสั่งคือ ประเภทยาอัดลมและเบียร์ตามลำดับ โดยประเภทอาหารทะเลอื่น ๆ เพิ่มเติมที่ควรมีให้บริการในร้านหมูกระทะคือ กุ้ง กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานต่อหัวต่อครั้ง (รวมเครื่องดื่ม) มากกว่า 150 บาท แต่ไม่เกิน 250 บาท การส่งเสริมการขายของร้านหมูกระทะมีผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกร้าน โดยเฉพาะการลดราคา

การศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการร้านหมูกระทะในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่และบุคคลกร ส่วนด้านราคา ส่งเสริมการตลาด กระบวนการ สำหรับปัจจัยด้านกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

อีกทั้งการศึกษานี้ได้มีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการที่ดำเนินการธุรกิจร้านหมูกระทะ อยู่แล้ว และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจร้านหมูกระทะ