

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มคนทำงาน
ผู้จัดทำ	: นายชนพงษ์ ไชยวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	: พฤศจิกายน 2548
จำนวนหน้า	: 59 หน้า

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ปัจจัยทางการตลาดบริการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยศึกษาจากผู้ที่ใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เจาะจงผู้ใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่างเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษานี้เป็นเพศชายสัดส่วนมากกว่าหญิงเล็กน้อย อายุ 20-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ 5,000 บาทขึ้นไป ผับและภัตตาคารที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการมากตามลำดับได้แก่ ร้านมั่งก็คลับ เดอะกูดวิว วอร์มอัฟ และริเวอร์ไซด์ ผู้บริโภคนั้นคนตรีและบรรยาอากาศของร้านมากกว่ารสชาติอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าสังคม โดยเน้นการพบปะสังสรรค์ระหว่างกลุ่มเพื่อน กลุ่มละ 3-4 คน ไม่ได้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ นิยมใช้บริการในวัน สุกอร์และวันเสาร์ เวลา 19.00 น.เป็นต้นไป โดยใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง และใช้บริการประมาณเดือนละหนึ่งครั้ง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งคนละ 301-500 บาท ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาผู้บริโภคเห็นว่าราคามิกเซอร์ควรกำหนดราคา 15-20 บาท แต่ในปัจจุบันราคาอยู่ที่ 20-30 บาท การสั่งอาหารผู้บริโภคเลือกอาหารด้วยตนเอง จากรายการอาหารในเมนู และ

อาหารที่นิยมสั่งรับประทานเป็นอาหารทานเล่น ประเภทกับแกล้ม ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมเป็นเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ คือ เหล้า วิสกี้ ลักษณะเพลงที่ชื่นชอบทั้งเพลงไทยและเพลงสากล สไคล์ ป๊อบ และชอบนั่งบริเวณที่มีบรรยากาศดี

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ผับและภัตตาคาร พบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการจูงใจของผู้บริโภคในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

PAYAP UNIVERSITY