

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวแคทรียา บันทะนะ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ธีรลักษณ์ สัจจะวาที
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	: 62 หน้า
คำสำคัญ	: พฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการให้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงและศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันจำแนกตามระดับรายได้

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มประชากร คือผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางที่เปิดบริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite population) จำนวน 250 ตัวอย่าง รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) แล้วนำผลข้อมูลที่รวบรวมได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง (Tabular presentation)

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานภาพโสดอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อาชีพพนักงานเอกชน มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการร้านเฮือนเพ็ญ สาขา 1 (ถนนราชมรรคา) ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาได้เข้าไปใช้บริการร้านอื่นๆ เช่น ร้านโฮงหมู เขยเชียงใหม่ ร้านหมูทอดเที่ยงคืน เฮือนใจยอง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะรสชาติอาหาร ผู้บริโภคชอบอาหารพื้นเมืองประเภทลาบ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการรับประทานคือตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่รับประทานกับเพื่อน เฉลี่ยครั้งละ 2-3 คน มีการใช้บริการในรอบ 1 เดือนไม่แน่นอน ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลากลางวัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแต่ละครั้ง 100 – 200 บาทต่อคน ผู้บริโภคมีต้องการเป็นพิเศษที่จะรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งก่อนมาใช้บริการมีการศึกษาข้อมูล มีการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ มีการเปรียบเทียบราคาก่อนมาใช้บริการ และเมื่อมารับประทานแล้วเกิดความประทับใจ จะกลับมาใช้บริการร้านนั้นอีก

ผลการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญมากที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมีความสำคัญในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร
ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้าน กระบวนการ ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการวิจัย ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการคือ ควรให้ความสำคัญที่สุดกับ
รสชาติอาหารและลักษณะทางกายภาพที่พบเห็น สร้างความแตกต่างให้กับร้านอาหารพื้นเมืองใน
ปัจจุบัน จากการตั้งราคาที่เหมาะสม พร้อม ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง อาจจะเพิ่มระบบ
รักษาความปลอดภัย มีการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่า ในเรื่องของ
พนักงานควรใช้วาจาที่สุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า การออกแบบร้านให้สอดคล้องกับลักษณะของ
ร้านอาหารพื้นเมือง ควรมีการปรับและพัฒนากระบวนการในการรับรองลูกค้า เพื่อสร้างความ
ประทับใจ อำนวยความสะดวก ความรวดเร็วในการได้รับรายการอาหาร เสิร์ฟอาหารถูกต้องตาม
รายการที่ได้สั่งไป การรับชำระเงินสะดวกรวดเร็ว มีการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้าร้าน