

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
การบริการของร้านอาหารประเภทภัตตาคารและผับ	7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร	25
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ เลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย	38

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการฝึบและกัตตาคาร	51
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริภคในการเลือกใ้ บริการฝึบและกัตตาคารจำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย	53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	113
สรุปผลการศึกษา	113
อภิปรายผลการศึกษา	124
ข้อค้นพบ	129
ข้อเสนอแนะ	137
ข้อจำกัดในการวิจัย	143
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก	145
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	146
ภาคผนวก ข ที่อยู่ และวัน เดือน ปี ที่ขอเปิดดำเนินการฝึบและกัตตาคาร ที่ศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย	155
ประวัติผู้เขียน	156

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัย	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่อยู่อาศัยแต่ละอำเภอในจังหวัดเชียงราย	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามต่างจังหวัด	18
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	22
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปกติการใช้บริการฝัับ และกำจัดอาคาร เป็นประจำ	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่รู้จักฝัับและกำจัดอาคาร	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการฝัับและกำจัดอาคาร	25
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการที่อื่นมาก่อนที่จะใช้บริการฝัับและกำจัดอาคาร	26
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ก่อนมาใช้บริการฝัับและกำจัดอาคาร	26
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสไปที่ยวฝัับและกำจัดอาคาร	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกบุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการฝัับและกำจัดอาคาร	28

17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการผับ และ ภัตตาคารบ่อยที่สุด	28
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ ผับและภัตตาคารบ่อยที่สุด	29
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการผับและภัตตาคาร	30
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสั่งอาหาร	31
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารที่สั่ง มารับประทาน	32
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มที่ สั่งเป็นประจำ	33
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดหาเหล้า หรือวิสกี้ที่ดื่มใน ผับหรือภัตตาคาร	34
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ บริการผับและภัตตาคาร	34
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมมาใช้ บริการ ผับหรือภัตตาคาร	35
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทดนตรีที่ ชอบฟัง	35
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณที่ชอบนั่ง มากที่สุดในผับและภัตตาคาร	36
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ ครั้งที่มาใช้บริการผับและภัตตาคาร	37
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้จ่ายเงิน	37
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ และ ภัตตาคาร	38
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	40

32	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านคนตรี	41
33	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	42
34	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่	43
35	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	44
36	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงาน	46
37	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	48
38	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านกระบวนการ	50
39	แสดงจำนวน และร้อยละ ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัญหาที่พบในการใช้บริการ	51
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	53
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน ประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ	55
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคนตรี จำแนกตามอายุ	57
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดบริการด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ	58
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	59
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามอายุ	60
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านพนักงาน จำแนกตามอายุ	63

47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	65
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการจำแนกตามอายุ	68
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอาชีพ	70
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอาชีพ	72
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ด้านดนตรี จำแนกตามอาชีพ	74
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	75
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ	76
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	77
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ	79
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	81
57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	84
58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด บริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	86
59	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	87
60	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านดนตรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	89

- 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน
 ประสมการตลาดบริการ ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้ต่อ
 เดือน 90
- 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน
 ประสมการตลาดบริการ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 91
- 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน
 ประสม การตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 92
- 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน
 ประสมการตลาดบริการ ด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 95
- 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพพนักงาน
 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 97
- 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 100
- 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่วน
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามที่อยู่อาศัย 101
- 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามที่อยู่อาศัย 102
- 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ด้านดนตรี จำแนกตามที่อยู่อาศัย 103
- 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการ ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามที่อยู่อาศัย 104
- 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการ ด้านสถานที่ จำแนกตามที่อยู่อาศัย 105
- 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการ
 ตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามที่อยู่อาศัย 106
- 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดบริการ ด้านพนักงาน จำแนกตามที่อยู่อาศัย 108

74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามที่อยู่อาศัย	110
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามที่อยู่อาศัย	112

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University