

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดในด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	4
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสถานบันเทิง ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคใน การเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ เลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน	45
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	123
สรุปผลการศึกษา	123
อภิปรายผลการศึกษา	150
ข้อค้นพบ	154
ข้อเสนอแนะ	159
บรรณานุกรม	163
ภาคผนวก	164
แบบสอบถาม	165
บัญชีรายชื่อสถานบริการที่ได้รับอนุญาต อำเภอเมืองเชียงใหม่ ปี 2549	174
ประวัติผู้เขียน	179

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัย	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานบันเทิงที่ชอบใช้บริการ	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา que เริ่มมาใช้บริการ	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการในแต่ละครั้ง	23
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ	23
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการบริการสถานบันเทิงต่อครั้ง	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึก หลังจากการใช้บริการแต่ละครั้ง	24
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพื้นที่บริเวณที่ ชอบ	25
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการกลับมาใช้ บริการอีกครั้ง	25
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	28
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	29
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	31
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล	33
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	34
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	36
28 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	37
29 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	38
30 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านราคา	39
31 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	40
32 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	41
33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านบุคคล	42
34 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	43
35 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	44
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	47
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	48
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามเพศ	50
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	52
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	54
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	56
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	58
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	59
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	61
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	63
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามอายุ	65
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	68
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	70
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	73
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	75
52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม การศึกษา	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการศึกษา	80
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการศึกษา	82
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามการศึกษา	84
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามการศึกษา	88
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามการศึกษา	91
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามการศึกษา	94
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการศึกษา	96
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	98
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	102
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	104
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	107
64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	111
65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	118
67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	121
68 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก	127
69 แสดงปัญหาที่พบมากที่สุดจากการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก	129
70 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	131
71 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	135
72 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา	141
73 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	148
74 แสดงค่าเฉลี่ยที่มีความสำคัญลำดับแรกและลำดับสุดท้ายต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	158