

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเคยใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา และได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และนำเสนอผลการศึกษารูปแบบตารางประกอบการบรรยายเชิงวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1 - 6

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 7 - 27

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 28 - 100

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 101 - 108

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 109 - 110

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	218	54.5
หญิง	182	45.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 54.5 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 25 ปี	194	48.4
26 - 30 ปี	127	31.7
31 - 35 ปี	53	13.3
36 - 40 ปี	18	4.5
41 - 45 ปี	5	1.3
46 - 50 ปี	3	0.8
51 ปีขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 – 25 ปี มากที่สุด ร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ อายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 31.7 และ อายุ 31 – 35 ปี ร้อยละ 13.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	292	73.0
สมรส	92	23.0
หย่า/หม้าย แยกกันอยู่	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 23.0 และหย่า/หม้าย แยกกันอยู่ ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส.	46	11.5
อนุปริญญา/ปวส.	59	14.8
ปริญญาตรี	258	64.4
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.4 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 14.8 และต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 11.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	154	38.5
ข้าราชการ – พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	13.3
พนักงานบริษัทเอกชน	120	30.0
อาชีพอิสระ	69	17.2
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ค้าขาย จำนวน 3 คน ว่างงาน จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักศึกษา ร้อยละ 38.5 มากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.0 และประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	134	33.5
5,001 - 10,000 บาท	134	33.5
10,001 - 15,000 บาท	77	19.2
15,001 - 20,000 บาท	23	5.8
20,001 - 30,000 บาท	11	2.8
30,001 บาทขึ้นไป	21	5.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 33.5 เท่ากัน รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 19.2 และ 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 5.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผับที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด

ผับที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
Monkey Club	111	27.8
Warm Up Café	77	19.3
เขื่อนสถาปนิก	32	8.0
DOS Pub	41	10.3
SAMO Pub	23	5.8
Tara Bar Pub	14	3.5
บางแสน	30	7.5
สวีสวี	16	4.0
ริเวอร์ไซด์	22	5.5
Mo'C Mo'L	17	4.3
อื่นๆ	17	4.3
รวม	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แมนดาลเลย์ จำนวน 9 คน หัวหินจำนวน 5 คน และ Fine Thank จำนวน 3 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผับที่ใช้บริการ คือ Monkey Club มากที่สุด
 ร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ร้าน Warm Up Café ร้อยละ 19.3 และ DOS Pub ร้อยละ 10.3
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่ม

เครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
สุรา/วิสกี้	212	53.0
เบียร์	153	38.3
ไวน์	32	8.0
ค็อกเทล	41	10.3
น้ำอัดลม	98	24.5
น้ำเปล่า	101	25.3
โซดา	106	26.5
น้ำผลไม้ น้ำปั่น	37	9.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเครื่องดื่ม คือ สุรา/วิสกี้ ร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 38.3 และ โซดา ร้อยละ 26.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ก่อนไปใช้บริการ
 ผับ

สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารทั่วไป	88	22.0
ร้านสุรา	24	6.0
งานเลี้ยงฉลองต่างๆ	84	21.0
ที่พัก/บ้าน	164	41.0
ที่ทำงาน	40	10.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ก่อนที่ไปใช้บริการผับ คือ ที่พัก/
 บ้าน มากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ จากร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 22.0 และจากงานเลี้ยงฉลอง
 ต่างๆ ร้อยละ 21.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ไปใช้บริการผับ

โอกาสที่ไปใช้บริการผับ	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี	167	41.8
พบปะสังสรรค์	185	46.3
พักผ่อนหย่อนใจ	153	38.3
เลี้ยงรับรอง เพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ	71	17.8
กิจกรรมของครอบครัว	12	3.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ โอกาสพบปะ
 สังสรรค์ ร้อยละ 46.3 มากที่สุด รองลงมาคือ มาเป็นงานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 41.8 และ
 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 38.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	308	77.0
แฟน	21	5.3
คนในครอบครัว	18	4.5
คารา/ผู้มีชื่อเสียง	4	1.0
ตัวเอง	49	12.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับ คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ เป็นตัวเอง ร้อยละ 12.2 และแฟน ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยมไปใช้บริการฝับ

วันที่นิยมไปใช้บริการฝับ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	3	0.8
อังคาร	2	0.5
พุธ	1	0.3
พฤหัสบดี	7	1.8
ศุกร์	163	40.7
เสาร์	129	32.2
อาทิตย์	47	11.7
วันหยุดเทศกาล	48	12.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวันที่นิยมไปใช้บริการฝับ คือ วันศุกร์ มากที่สุด ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 32.2 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มใช้บริการฝับ

ช่วงเวลาเริ่มใช้บริการฝับ	จำนวน	ร้อยละ
18.00 น. – 20.00 น.	18	4.5
20.01 น. – 22.00 น.	205	51.3
22.01 น. – 24.00 น.	158	39.4
หลัง 24.00 น.	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงเวลาเริ่มใช้บริการฝับ คือ 20.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ 22.01 น. – 24.00 น. ร้อยละ 39.4 และหลัง 24.00 น. ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ใน
 ฝับนึ่งหนึ่งแห่ง

ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	9	2.3
1- 3 ชั่วโมง	175	43.7
3- 4 ชั่วโมง	152	38.0
มากกว่า 4 ชั่วโมง	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง 1- 3
 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 38.0 และมากกว่า 4 ชั่วโมง
 ร้อยละ 16.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยที่ไป
 ใช้บริการฝับนึ่ง

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	102	25.5
เดือนละ 1 – 3 ครั้ง	180	45.0
สัปดาห์ละครั้ง	71	17.7
สัปดาห์ละ 2 – 4 ครั้ง	36	9.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับนึ่ง คือ
 เดือนละ 1 – 3 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 25.5 และ
 สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 17.7

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณของผ้าที่ชอ
บนั่ง/ยืน

บริเวณของผ้าที่ชอบนั่ง/ยืน	จำนวน	ร้อยละ
หน้าเวที	111	27.8
ที่ลับตาคน	34	8.5
ด้านนอกผ้า	56	14.0
ในห้องแอร์	124	31.0
หน้าเคาน์เตอร์บาร์	43	10.7
ทางเดิน	27	6.7
อื่นๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริเวณทางเข้าห้องน้ำจำนวน 3 คน เดินไปเรื่อยๆ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีบริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์
มากที่สุด ร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ หน้าเวที ร้อยละ 27.8 และ ด้านนอกผ้า ร้อยละ 14.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ไปใช้บริการผัดด้วย

บุคคลที่ไปใช้บริการผัดด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	334	83.4
ญาติ	10	2.5
แฟน	20	5.0
รุ่นพี่/รุ่นน้อง	22	5.5
ลูกน้อง/เจ้านาย	7	1.8
ลูกค้า	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีบุคคลที่ไปใช้บริการผัดด้วย คือ เพื่อน ร้อยละ 83.4 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 5.5 และไปกับแฟน ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ไปใช้บริการผัดด้วยกัน (นับรวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วย)

จำนวนผู้ไปใช้บริการผัดด้วยกัน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	45	11.2
3 – 4 คน	168	42.0
5 – 6 คน	125	31.3
มากกว่า 6 คน	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนผู้ไปใช้บริการผัดด้วยกัน คือ 3 – 4 คน (นับรวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วย) มากที่สุด ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ครั้งละ 5 – 6 คน ร้อยละ 31.3 และมากกว่า 6 คน ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่จ่ายเงินในการใช้บริการผ้า

ผู้ที่จ่ายเงินในการใช้บริการผ้า	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเอง	53	13.2
มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง	50	12.5
เฉลี่ยกันจ่าย	297	74.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ผู้ที่จ่ายเงินในการใช้บริการผ้า คือ เฉลี่ยกันจ่าย ร้อยละ 74.3 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 13.2 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง		
ต่ำกว่า 200 บาท	1	1.9
201 – 400 บาท	7	13.2
401 – 600 บาท	8	15.1
601 – 800 บาท	6	11.3
801 – 1,000 บาท	19	35.9
มากกว่า 1,000 บาท	12	22.6
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในกรณีที่จ่ายเงินเอง คือ 801 – 1,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 22.6 และ 401 – 600 บาท ร้อยละ 15.1

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งกรณี มีคนจ่าย แทน/เพื่อนเลี้ยง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีมีคนจ่าย แทน/เพื่อนเลี้ยง	จำนวน	ร้อยละ
1 - 200 บาท	8	2.0
201 – 400 บาท	0	0.0
401 – 600 บาท	0	0.0
601 – 800 บาท	10	2.5
801 – 1,000 บาท	13	3.3
มากกว่า 1,000 บาท	19	4.8

จากตารางที่ 21 พบว่าค่าใช้จ่ายกรณีมีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง คือ มากกว่า 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 4.8 รองลงมาคือ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 3.3 และ 601 – 800 บาท ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่าย

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
1 - 200 บาท	28	9.4
201 – 400 บาท	121	40.8
401 – 600 บาท	86	29.0
601 – 800 บาท	28	9.4
801 – 1,000 บาท	22	7.4
มากกว่า 1,000 บาท	12	4.0
รวม	297	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในกรณีที่เฉลี่ยกันจ่าย คือ 201 – 400 บาท มากที่สุด ร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 401 – 600 บาท ร้อยละ 29.0 และ 1 – 200 และ 601 – 800 บาท ร้อยละ 9.4 เท่ากัน

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับของผับ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับของผับ	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	269	67.2
หนังสือ/นิตยสาร	41	10.2
โทรทัศน์	1	0.3
วิทยุ	35	8.8
แผ่นพับโฆษณาต่างๆ	47	11.7
เว็บไซต์	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับของ ผับ คือ ถามจากเพื่อน ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 11.7 และ หนังสือ/ นิตยสาร ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการสังเกต จำนวนผู้ใช้บริการผับก่อนการตัดสินใจใช้บริการผับแห่งนั้น

พฤติกรรมการสังเกตจำนวน ผู้ใช้บริการผับก่อนตัดสินใจใช้บริการ ผับแห่งนั้น	จำนวน	ร้อยละ
สังเกต	323	80.8
ไม่สังเกต	77	19.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พฤติกรรมการสังเกตจำนวน
ผู้ใช้บริการผับก่อนการตัดสินใจใช้บริการผับแห่งนั้น คือ สังเกต ร้อยละ 80.8 และไม่สังเกต ร้อยละ
19.2

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจใช้บริการ
 ฝั่มเมื่อทราบว่าฝั่มเปิดใหม่

การตัดสินใจใช้บริการฝั่มเมื่อทราบว่า ฝั่มเปิดใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ลองใช้บริการทันที	65	16.2
ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ	144	36.0
รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป	126	31.5
รอให้มีโปรโมชั่นก่อนค่อยไป	45	11.3
ไม่คิดลองใช้บริการเลย	18	4.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รอให้มีฟรีบาร์ก่อนจำนวน 2 คน

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการฝั่มเมื่อทราบว่าฝั่ม
 ฝั่มเปิดใหม่ คือ ถามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ รอให้เปิดสัก
 ช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 31.5 และลองใช้บริการทันที ร้อยละ 16.2

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจใช้บริการ
 ฝั่มในครั้งต่อไป

การตัดสินใจใช้บริการฝั่มในครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ	278	69.5
ลองเปลี่ยนร้านอื่น	107	26.7
อื่นๆ	15	3.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโอกาส จำนวน 7 คน ยังไม่ทราบ จำนวน 5 คน แล้วแต่เพื่อนจำนวน 3 คน

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้บริการฝั่มในครั้ง
 ต่อไป คือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 26.7
 และอื่นๆ ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเพียงพอของจำนวน
 คับที่เปิดให้บริการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ความเพียงพอของจำนวนคับ ที่เปิดให้บริการในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	347	86.7
ไม่เพียงพอ	53	13.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความเพียงพอของจำนวนคับที่
 เปิดให้บริการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ เพียงพอ ร้อยละ 86.7 รองลงมา คือ ไม่เพียงพอ
 ร้อยละ 13.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และ รายได้

3.1 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผับบ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ

ผับที่เลือกใช้บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Monkey Club	63	28.9	48	26.4	111	27.8
Warm Up Café	51	23.4	26	14.3	77	19.3
เฮือนสถาปนิก	15	6.9	17	9.3	32	8.0
DOS Pub	17	7.8	24	13.2	41	10.3
SAMO Pub	13	6.0	10	5.5	23	5.8
Tara Bar Pub	8	3.7	6	3.3	14	3.5
บางแสน	17	7.8	13	7.1	30	7.5
สวีตดี	3	1.4	13	7.1	16	4.0
ริเวอร์ไซด์	10	4.6	12	6.6	22	5.5
Mo'C Mo'L	8	3.7	9	4.9	17	4.3
อื่นๆ	13	6.0	4	2.2	17	4.3

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แมนคาเฟ่ จำนวน 9 คน หัวหิน จำนวน 5 คน และ Fine Thank จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีผับที่เลือกใช้บริการคือ Monkey Club มากที่สุด ร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ Warm Up Café ร้อยละ 23.4 และ DOS Pub และ บางแสน เท่ากัน ร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีที่ผับเลือกใช้บริการคือ Monkey Club มากที่สุด ร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ Warm Up Café ร้อยละ 14.3 และ DOS Pub ร้อยละ 13.7

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องดื่ม จำแนกตามเพศ

เครื่องดื่ม	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สุรา/วิสกี้	129	59.2	83	45.6	212	53.0
เบียร์	86	39.4	67	36.8	153	38.3
ไวน์	14	6.4	18	9.9	32	8.0
ค็อกเทล	18	8.3	23	12.6	41	10.3
น้ำอัดลม	42	19.3	56	30.8	98	24.5
น้ำเปล่า	59	27.1	42	23.1	101	25.3
โซดา	56	25.7	50	27.5	106	26.5
น้ำผลไม้	9	4.1	28	15.4	37	9.3

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่เลือกเครื่องดื่มคือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด ร้อยละ 59.2 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 39.4 และ น้ำเปล่า ร้อยละ 27.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกเครื่องดื่มคือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด ร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 36.8 และ น้ำอัดลม ร้อยละ 30.8

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ จำแนกตามเพศ

สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารทั่วไป	43	19.7	44	24.2	87	21.8
ร้านสุรา	11	5.0	13	7.1	24	6.0
งานเลี้ยงฉลองต่างๆ	45	20.6	39	21.4	84	21.0
ที่พัก/ บ้าน	98	45.0	66	36.3	164	41.0
ที่ทำงาน	21	9.6	20	11.0	41	10.3
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับมากที่สุดคือ ที่พัก/บ้าน ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 20.6 และ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 19.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับมากที่สุดคือ บ้าน/ที่พัก ร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 24.2 และ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสที่ไปใช้บริการผับ จำแนกตามเพศ

โอกาสที่ไปใช้บริการผับ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี	81	37.2	86	39.4	167	28.4
พบปะสังสรรค์	111	50.9	74	33.9	185	31.5
พักผ่อนหย่อนใจ	83	38.1	70	32.1	153	26.0
เลี้ยงรับรอง เพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ	39	17.9	32	14.7	71	12.1
กิจกรรมของครอบครัว	7	3.2	5	2.3	12	2.0
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โอกาสที่ไปใช้บริการผับส่วนใหญ่ คือ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 38.1 และ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 37.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีบุคคลที่โอกาสที่ไปใช้บริการผับส่วนใหญ่ คือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี มากที่สุด ร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 33.9 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 32.1

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟัน จำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟัน	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	162	74.3	146	80.2	308	77.0
แฟน	12	5.5	9	4.9	21	5.3
คนในครอบครัว	8	3.7	10	5.5	18	4.5
ดารา/ผู้มีชื่อเสียง	4	1.8	0	0.0	4	1.0
ตัวเอง	32	14.7	17	9.3	49	12.3
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟันส่วนใหญ่คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 14.7 และแฟน ร้อยละ 5.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟันส่วนใหญ่คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 80.2 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 9.3 และคนในครอบครัว ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่นิยมไปใช้บริการฟัน
จำแนกตามเพศ

วันที่ไปใช้บริการฟัน	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	2	0.9	1	0.5	3	0.8
อังคาร	2	0.9	0	0.0	2	0.5
พุธ	0	0.0	1	0.5	1	0.3
พฤหัสบดี	4	1.8	3	1.6	7	1.8
ศุกร์	87	39.9	76	41.8	163	40.8
เสาร์	71	32.6	58	31.9	129	32.3
อาทิตย์	26	11.9	21	11.5	47	11.8
วันหยุดเทศกาล	26	11.9	22	12.1	48	12.0
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีวันที่นิยมไปใช้บริการฟันมากที่สุดคือ วันศุกร์ ร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 32.6 และ วันอาทิตย์และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 11.9 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีวันที่นิยมไปใช้บริการฟันมากที่สุดคือ วันศุกร์ ร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 31.9 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 12.1

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝึบ จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝึบ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.00 น. – 20.00 น.	12	5.5	6	3.3	18	4.5
20.01 น. – 22.00 น.	121	55.5	84	46.2	205	51.3
22.01 น. – 24.00 น.	76	34.9	82	45.1	158	39.5
หลัง 24.00 น.	9	4.1	10	5.5	19	4.8
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝึบส่วนใหญ่คือ 20.01 - 22.00 น. ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ 22.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 34.9 และ 18.00 น. – 22.00 น. ร้อยละ 5.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝึบคือ 20.01-22.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ 22.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 45.1 รองลงมาคือ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับแห่งหนึ่ง
จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่ง แห่ง	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	5	2.3	4	2.2	9	2.3
1-3 ชั่วโมง	83	38.1	92	50.5	175	43.8
3-4 ชั่วโมง	87	39.9	65	35.7	152	38.0
มากกว่า 4 ชั่วโมง	43	19.7	21	11.5	64	16.0
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่งแห่ง คือ 3-4 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 39.9 ซึ่งใกล้เคียงกับ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 19.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่งแห่ง คือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 35.7 และ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 11.5

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการ
ฟัน จำแนกตามเพศ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้ บริการฟัน	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	39	17.9	63	34.6	102	25.5
เดือนละ 1 – 3 ครั้ง	104	47.7	76	41.8	180	45.0
สัปดาห์ละครั้ง	45	20.6	26	14.3	71	17.8
สัปดาห์ละ 2 – 4 ครั้ง	27	12.4	9	4.9	36	9.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	3	1.4	8	4.4	11	2.8
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฟัน
คือ เดือนละ 1-3 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 20.6 และ น้อยกว่า
เดือนละครั้ง ร้อยละ 17.9

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฟันคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง
มากที่สุด ร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 34.6 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ
14.3

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริเวณของผับที่ชอบนั่ง/ยืน จำแนกตามเพศ

บริเวณของผับที่ชอบนั่ง/ยืน	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน้าเวที	59	27.1	52	28.6	111	27.8
ที่ลับตาคน	13	6.0	21	11.5	34	8.5
บริเวณที่โล่งด้านนอกร้าน	29	13.3	27	14.8	56	14.0
ที่โล่งในห้องแอร์	73	33.5	51	28.0	124	31.0
หน้าเคาน์เตอร์/บาร์	28	12.8	15	8.2	43	10.8
ทางเดิน	15	6.9	12	6.6	27	6.8
อื่นๆ	1	0.5	4	2.2	5	1.3
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริเวณทางเข้าห้องน้ำจำนวน 3 คน เดินไปเรื่อยๆ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีบริเวณของผับที่ชอบนั่ง/ยืนคือ ในห้องแอร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ หน้าเวที ร้อยละ 27.1 และด้านนอกผับ ร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีบริเวณของผับที่ชอบนั่ง/ยืนคือ หน้าเวทีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ในห้องแอร์ 28.0 และ ด้านนอกผับ ร้อยละ 14.8

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย จำแนกตามเพศ

บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	183	83.9	151	83.0	334	83.5
ญาติ	5	2.3	5	2.7	10	2.5
แฟน	5	2.3	15	8.2	20	5.0
รุ่นพี่/รุ่นน้อง	15	6.9	7	3.8	22	5.5
ลูกน้อง/เจ้านาย	3	1.4	4	2.2	7	1.8
ลูกค้า	7	3.2	0	0.0	7	1.8
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย ส่วนใหญ่คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 6.9 และ ลูกค้า ร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมาคือ แฟน ร้อยละ 8.2 และ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน
จำแนกตามเพศ

จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	19	8.7	26	14.3	45	11.3
3 – 4 คน	96	44.0	72	39.6	168	42.0
5 – 6 คน	62	28.4	63	34.6	125	31.3
มากกว่า 6 คน	41	18.8	21	11.5	62	15.5
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน คือ 3 - 4 คนมากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 28.4 และ มากกว่า 6 คน ร้อยละ 18.8 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน คือ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 34.6 และ 1 - 2 คน ร้อยละ 14.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับ จำแนกตามเพศ

ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเอง	26	11.9	27	14.8	53	13.3
มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง	20	9.2	30	16.5	50	12.5
เฉลี่ยกันจ่าย	172	78.9	125	68.7	297	74.3
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับคือ เฉลี่ยกันจ่าย ร้อยละ 78.9 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 11.9 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 9.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับคือ เฉลี่ยกันจ่าย ร้อยละ 68.7 รองลงมาคือ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 16.5 และ ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเอง ร้อยละ 14.8

ตารางที่ 41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง	เพศ				รวม	
	ชาย n = 26		หญิง n = 27			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	1	3.8	0	0.0	1	1.9
201 – 400 บาท	6	23.1	1	3.7	7	13.2
401 – 600 บาท	3	11.5	5	18.5	8	15.1
601 – 800 บาท	1	3.8	5	18.5	6	11.3
801 – 1,000 บาท	5	19.2	14	51.9	19	35.8
มากกว่า 1,000 บาท	10	38.5	2	7.4	12	22.6
รวม	26	100.0	27	100.0	53	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง คือ 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 23.1 และ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 19.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801-1,000 บาท ร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ 401 – 600 บาท เท่ากันกับ 601 – 800 บาท ร้อยละ 18.5 และ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 7.4

ตารางที่ 42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย	เพศ				รวม	
	ชาย n = 172		หญิง n = 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	16	9.3	12	9.6	28	9.4
201 – 400 บาท	70	40.7	51	40.8	121	40.7
401 – 600 บาท	50	29.1	36	28.8	86	29.0
601 – 800 บาท	13	7.6	15	12.0	28	9.4
801 – 1,000 บาท	16	9.3	6	4.8	22	7.4
มากกว่า 1,000 บาท	7	4.1	5	4.0	12	4.0
รวม	172	100.0	125	100.0	297	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 201 - 400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ 401 – 600 บาท ร้อยละ 29.1 และต่ำกว่า 200 บาท และ 801-1,000 บาท ร้อยละ 7.3 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 201 - 400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 401 – 600 บาท ร้อยละ 28.8 และ 601 – 800 บาท ร้อยละ

12.0

ตารางที่ 43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารของผับ จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับ	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	151	69.3	118	64.8	269	67.3
หนังสือ/นิตยสาร	24	11.0	17	9.3	41	10.3
โทรทัศน์	0	0.0	1	0.5	1	0.3
วิทยุ	14	6.4	21	11.5	35	8.8
แผ่นพับโฆษณาต่างๆ	26	11.9	21	11.5	47	11.8
เว็บไซต์	3	1.4	4	2.2	7	1.8
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 11.9 และหนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 11.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ วิทยุ และ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 11.5 เท่ากัน และ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 9.3

ตารางที่ 44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับ เมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่ จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อ ทราบว่าผับเปิดใหม่	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลองใช้บริการทันที	32	14.7	33	18.1	65	16.3
ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ	89	40.8	55	30.2	144	36.0
รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป	67	30.7	59	32.4	126	31.5
รอให้มีโปรโมชั่นก่อนค่อยไป	20	9.2	25	13.7	45	11.3
ไม่คิดลองใช้บริการเลย	8	3.7	10	5.5	18	4.5
อื่นๆ	2	0.9	0	0.0	2	0.5
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ รอให้มีฟรีบาร์ก่อน จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีการตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่คือ ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 30.7 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 14.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีการตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่คือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ ร้อยละ 30.2 และ

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป	เพศ				รวม	
	ชาย n = 218		หญิง n = 182			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ	156	71.6	122	67.0	278	69.5
ลองเปลี่ยนร้านอื่น	55	25.2	52	28.6	107	26.8
อื่นๆ	7	3.2	8	4.4	15	3.8
รวม	218	100.0	182	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโอกาส จำนวน 7 คน ยังไม่ทราบ จำนวน 5 คน แล้วแต่เพื่อน จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนมากมีการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 71.6 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 25.2 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 28.6 และ อื่นๆ ร้อยละ 4.4

3.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผับบ่อน้ำที่สูงสุด จำแนกตามอายุ

ผับที่เลือกใช้บริการ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Monkey Club	63	32.5	30	23.6	18	22.8	111	27.8
Warm Up Café	51	26.3	20	15.7	6	7.6	77	19.3
เฮือนสถาปนิก	5	2.6	15	11.8	12	15.2	32	8.0
DOS Pub	27	13.9	10	7.9	4	5.1	41	10.3
SAMO Pub	7	3.6	6	4.7	10	12.7	23	5.8
Tara Bar Pub	2	1.0	3	2.4	9	11.4	14	3.5
บางแสน	13	6.7	10	7.9	7	8.9	30	7.5
สวีสวี	5	2.6	11	8.7	0	0.0	16	4.0
ริเวอร์ไซด์	8	4.1	8	6.3	6	7.6	22	5.5
Mo'C Mo'L	7	3.6	6	4.7	4	5.1	17	4.3
อื่นๆ	6	3.1	8	6.3	3	3.8	17	4.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แมนคาเฟ่ จำนวน 9 คน หัวหินจำนวน 5 คน และ Fine Thank จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 46 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี เลือกใช้บริการผับมากที่สุดคือ Monkey Club ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ Warm Up Café ร้อยละ 26.3 และ DOS Pub ร้อยละ 13.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี เลือกใช้บริการผับมากที่สุดคือ Monkey Club คิดเป็น ร้อยละ 23.6 รองลงมาคือ Warm Up Café ร้อยละ 15.7 และ เฮือนสถาปนิก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เลือกใช้บริการผับมากที่สุดคือ Monkey Club คิดเป็น ร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ เฮือนสถาปนิก ร้อยละ 15.2 และ SAMO Pub ร้อยละ 12.7

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับ
จำแนกตามอายุ

เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้ บริการผับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สุรา/วิสกี้	107	55.2	63	49.6	42	53.2	212	53.0
เบียร์	70	36.1	51	40.2	32	40.5	153	38.3
ไวน์	8	4.1	12	9.4	12	15.2	32	8.0
ค็อกเทล	20	10.3	13	10.2	8	10.1	41	10.3
น้ำอัดลม	48	24.7	31	24.4	19	24.1	98	24.5
น้ำเปล่า	35	18.0	36	28.3	30	38.0	101	25.3
โซดา	51	26.3	30	23.6	25	31.6	106	26.5
น้ำผลไม้	18	9.3	12	9.4	7	8.9	37	9.3

จากตารางที่ 47 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับคือ สุรา/
วิสกี้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 36.1 และ โซดา ร้อยละ 26.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับคือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 40.2 และ น้ำเปล่า ร้อยละ 28.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับคือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 40.5 และ น้ำเปล่า ร้อยละ 38.0

ตารางที่ 48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ จำแนกตามอายุ

สถานที่ก่อนไปใช้บริการ ผับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารทั่วไป	32	16.5	27	21.3	28	35.4	87	21.8
ร้านสุรา	11	5.7	6	4.7	7	8.9	24	6.0
งานเลี้ยงฉลองต่างๆ	33	17.0	33	26.0	18	22.8	84	21.0
ที่พัก/บ้าน	105	54.1	41	32.3	18	22.8	164	41.0
ที่ทำงาน	13	6.7	20	15.7	8	10.1	41	10.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 48 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 17.0 และ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 16.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 26.0 และ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 21.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ร้านอาหารทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ เท่ากันกับที่พัก/บ้าน ร้อยละ 22.8 และ ที่ทำงาน ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 49 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสที่ไปใช้บริการผับ จำแนกตามอายุ

โอกาสที่ไปใช้บริการผับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี	78	40.2	58	45.7	31	39.2	167	41.8
พบปะสังสรรค์	95	49.0	51	40.2	39	49.4	185	46.3
พักผ่อนหย่อนใจ	76	39.2	49	38.6	28	35.4	153	38.3
เลี้ยงรับรองเพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ	29	14.9	23	18.1	19	24.1	71	17.8
กิจกรรมของครอบครัว	3	1.5	5	3.9	4	5.1	12	3.0

จากตารางที่ 49 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ พบปะสังสรรค์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 19.6 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 39.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 40.2 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 38.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ พบปะสังสรรค์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 39.2 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 35.4

ตารางที่ 50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับ จำแนกตามอายุ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	156	80.4	91	71.7	61	77.2	308	77.0
แฟน	5	2.6	10	7.9	6	7.6	21	5.3
คนในครอบครัว	5	2.6	8	6.3	5	6.3	18	4.5
ดารา/ผู้มีชื่อเสียง	1	0.5	3	2.4	0	0.0	4	1.0
ตัวเอง	27	13.9	15	11.8	7	8.9	49	12.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 50 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 13.9 และ แฟนและคนในครอบครัว ร้อยละ 2.6 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 11.8 และ แฟน ร้อยละ 7.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 77.2 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 8.9 และ แฟน ร้อยละ 7.6

ตารางที่ 51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ไปใช้บริการฟัน จำแนกตามอายุ

วันที่ไปใช้บริการฟัน	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	2	1.0	1	0.8	0	0.0	3	0.8
อังคาร	0	0.0	2	1.6	0	0.0	2	0.5
พุธ	1	0.5	0	0.0	0	0.0	1	0.3
พฤหัสบดี	0	0.0	2	1.6	5	6.3	7	1.8
ศุกร์	105	54.1	40	31.5	17	21.5	162	40.5
เสาร์	56	28.9	42	33.1	32	40.5	130	32.5
อาทิตย์	13	6.7	18	14.2	16	20.3	47	11.8
วันหยุดเทศกาล	17	8.8	22	17.3	9	11.4	48	12.0
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 51 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี วันที่ไปใช้บริการฟันคือ วันศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 28.9 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 8.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี วันที่ไปใช้บริการฟันคือ วันเสาร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ วันศุกร์ ร้อยละ 31.5 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 17.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป วันที่ไปใช้บริการฟันคือ วันเสาร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ วันศุกร์ ร้อยละ 21.5 และ วันอาทิตย์ ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับ จำแนกตามอายุ

ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.00 น. – 20.00 น.	7	3.6	9	7.1	2	2.5	18	4.5
20.01 น. – 22.00 น.	105	54.1	67	52.8	33	41.8	205	51.3
22.01 น. – 24.00 น.	74	38.1	44	34.6	42	53.2	160	40.0
หลัง 24.00 น.	8	4.1	7	5.5	2	2.5	17	4.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 52 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับ คือ 20.01 น. – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ 22.01 น. – 24.00 น. ร้อยละ 38.1 และ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับคือ 20.01 น.-22.00น. คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ 22.01 น. – 24.00 น. ร้อยละ 34.6 และ 18.00 น.-20.00 น. ร้อยละ 7.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับคือ 22.01 น. – 24.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ 20.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 41.8 และ 18.00 น.-20.00 น. เท่ากันกับ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่ง
จำแนกตามอายุ

ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3	1.5	4	3.2	2	2.5	9.0	2.3
1- 3 ชั่วโมง	70	36.2	63	49.6	45	57.0	178.0	44.5
3- 4 ชั่วโมง	87	44.8	45	35.4	20	25.3	152.0	38.0
มากกว่า 4 ชั่วโมง	34	17.5	15	11.8	12	15.2	61.0	15.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 53 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง คือ 3 - 4 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ 1 - 3 ชั่วโมง ร้อยละ 36.2 และ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 17.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่งคือ 1 - 3 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 35.4 และ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 11.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่งมากที่สุดคือ 1 - 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 25.3 และ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ

15.2

ตารางที่ 54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการ
 ผับ จำแนกตามอายุ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไป ใช้บริการผับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	36	18.6	39	30.7	27	34.2	102	25.5
เดือนละ 1 - 3 ครั้ง	87	44.8	61	48.0	32	40.5	180	45.0
สัปดาห์ละครั้ง	48	24.7	15	11.8	8	10.1	71	17.8
สัปดาห์ละ 2 - 4 ครั้ง	18	9.3	9	7.1	9	11.4	36	9.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	5	2.6	3	2.4	3	3.8	11	2.8
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 54 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 - 25 ปี มีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการผับ
 คือ เดือนละ 1 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ เดือนละ 1 - 3 ครั้ง ร้อยละ 19.6
 และ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 18.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี มีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการผับมากที่สุดคือ
 เดือนละ 1 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 30.7 และ สัปดาห์
 ละครั้ง ร้อยละ 17.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการผับมากที่สุดคือ
 เดือนละ 1 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 31.6 และ สัปดาห์
 ละครั้ง และ สัปดาห์ละ 2 - 4 ครั้ง ร้อยละ 11.4 เท่ากัน

ตารางที่ 55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริเวณของผ้าที่ชอบนั่ง/ยืน จำแนกตามอายุ

บริเวณของผ้าที่ชอบนั่ง/ ยืน	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน้าเวที	80	41.2	16	12.6	14	17.7	111	27.8
ที่ลิ้นตาคคน	12	6.2	14	11.0	8	10.1	34	8.5
ด้านนอกร้าน	15	7.7	30	23.6	12	15.2	56	14.0
ในห้องแอร์	55	28.4	40	31.5	29	36.7	124	31.0
หน้าเคาน์เตอร์/บาร์	14	7.2	19	15.0	10	12.7	43	10.8
ทางเดิน	15	7.7	8	6.3	4	5.1	27	6.8
อื่นๆ	3	1.5	0	0.0	2	2.5	5	1.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริเวณทางเข้าห้องน้ำ จำนวน 3 คน เดินไปเรื่อยๆ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 55 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืนคือ หน้าเวทีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ ในห้องแอร์ ร้อยละ 28.4 และ ด้านนอกผ้าเท่ากับกับทางเดิน ร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ ด้านนอกผ้า ร้อยละ 23.6 และ หน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 15.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ หน้าเวที ร้อยละ 17.7 และ ด้านนอกผ้า ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย จำแนกตามอายุ

บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	181	93.3	96	75.6	57	72.2	334	83.5
ญาติ	2	1.0	3	2.4	5	6.3	10	2.5
แฟน	4	2.1	12	9.4	4	5.1	20	5.0
รุ่นพี่/รุ่นน้อง	7	3.6	6	4.7	9	11.4	22	5.5
ลูกน้อง / เจ้านาย	0	0.0	3	2.4	4	5.1	7	1.8
ลูกค้า	0	0.0	7	5.5	0	0.0	7	1.8
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 56 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 3.6 และ แฟน ร้อยละ 2.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ แฟน ร้อยละ 9.4 และ ลูกค้า ร้อยละ 5.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 11.4 และ ญาติ ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน
จำแนกตามอายุ

จำนวนผู้ไปใช้บริการผับ ด้วยกัน	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คน	11	5.7	21	16.5	13	16.5	45	11.3
3 - 4 คน	78	40.2	55	43.3	33	41.8	168	42.0
5 - 6 คน	59	30.4	42	33.1	25	31.6	125	31.3
มากกว่า 6 คน	46	23.7	9	7.1	7	8.9	62	15.5
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 57 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 - 25 ปี จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน คือ 3-4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ 5-6 คน ร้อยละ 30.4 และ มากกว่า 6 คน ร้อยละ 23.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคือ 5-6 คน ร้อยละ และ 1-2 คน ร้อยละ 16.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ 5-6 คน ร้อยละ 31.6 และ 1-2 คน ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับ จำแนกตามอายุ

ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการ ผับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเอง	13	6.7	19	15.0	21	26.6	53	13.3
มีคนจ่ายแทน / เพื่อนเลี้ยง	12	6.2	23	18.1	15	19.0	50	12.5
เฉลี่ยกันจ่าย	169	87.1	85	66.9	43	54.4	297	74.3
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 58 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 6.7 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 6.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมาคือ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 18.1 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 15.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 26.6 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 59 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถาม จ่ายเงินเอง	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 13		26 - 30 ปี n = 19		31 ปีขึ้นไป n = 21			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	1	7.7	0	0.0	0	0.0	1	1.9
201 – 400 บาท	4	30.8	0	0.0	3	14.3	7	13.2
401 – 600 บาท	1	7.7	2	10.5	5	23.8	8	15.1
601 – 800 บาท	1	7.7	3	15.8	2	9.5	6	11.3
801 – 1,000 บาท	3	23.1	9	47.4	7	33.3	19	35.8
มากกว่า 1,000 บาท	3	23.1	5	26.3	4	19.0	12	22.6
รวม	13	100.0	19	100.0	21	100.0	53	100.0

จากตารางที่ 59 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง คือ 201-400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ 801-1,000 บาท และ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 23.1 เท่ากัน และ ต่ำกว่า 200 บาท 401-600 บาท และ 601-800 บาท ร้อยละ 7.7 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองมากที่สุดคือ 801-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 26.3 และ 601-800 บาท ร้อยละ 15.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง คือ 801-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาคือ 401-600 บาท ร้อยละ 23.8 และ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 60 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 169		26 - 30 ปี n = 85		31 ปีขึ้นไป n = 43			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 200 บาท	15	8.9	9	10.6	4	9.3	28	9.4
201 - 400 บาท	85	50.3	26	30.6	10	23.3	121	40.7
401 - 600 บาท	39	23.1	32	37.6	15	34.9	86	29.0
601 - 800 บาท	11	6.5	7	8.2	10	23.3	28	9.4
801 - 1,000 บาท	10	5.9	10	11.8	2	4.7	22	7.4
มากกว่า 1,000 บาท	9	5.3	1	1.2	2	4.7	12	4.0
รวม	169	100.0	85	100.0	43	100.0	297	100.0

จากตารางที่ 60 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่าย คือ 201 - 400 บาท มากที่สุด ร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ 401-600 บาท ร้อยละ 23.1 และ 1-200 บาท ร้อยละ 8.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 401 - 600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาคือ 201-400 บาท ร้อยละ 30.6 และ 800-1,000 บาท ร้อยละ 11.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 401 - 600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ 201-400 บาท 601-1,000 บาท และ 601-800 บาท ร้อยละ 23.3 เท่ากัน

ตารางที่ 61 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารของ
 ฝับ จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของ ฝับ	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	136	70.1	82	64.6	51	64.6	269	67.3
หนังสือ/นิตยสาร	13	6.7	19	15.0	9	11.4	41	10.3
โทรทัศน์	0	0.0	1	0.8	0	0.0	1	0.3
วิทยุ	15	7.7	9	7.1	11	13.9	35	8.8
แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ	28	14.4	11	8.7	8	10.1	47	11.8
เว็บไซต์	2	1.0	5	3.9	0	0.0	7	1.8
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 61 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารของฝับ
 คือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือ แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ ร้อยละ 14.4 และ วิทยุ
 ร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารของฝับ คือ ถามจากเพื่อน
 คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 15.0 และ แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ ร้อยละ
 8.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารของฝับ คือ ถามจาก
 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 13.9 และ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 11.4

ตารางที่ 62 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับ เมื่อทราบว่า มีผับเปิดใหม่ จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการผับ เมื่อทราบว่า มีผับเปิดใหม่	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลองใช้บริการทันที	32	16.5	16	12.6	14	17.7	62.0	15.5
ถามเพื่อนก่อน จึงค่อย ตัดสินใจ	81	41.8	44	34.6	19	24.1	144.0	36.0
รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อน ค่อยไป	53	27.3	39	30.7	37	46.8	129.0	32.3
รอให้มีโปรโมชั่นก่อน ค่อยไป	22	11.3	15	11.8	8	10.1	45.0	11.3
ไม่คิดลองใช้บริการเลย	6	3.1	11	8.7	1	1.3	18.0	4.5
อื่นๆ	0	0.0	2	1.6	0	0.0	2.0	0.5
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รอให้มีพริบารก่อน จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 62 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่า มีผับเปิดใหม่ คือ ถามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ รอเปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 27.3 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 16.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่า มีผับเปิดใหม่ คือ ถามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ รอเปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 30.7 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 12.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่า มีผับเปิดใหม่ คือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ ร้อยละ 24.1 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 17.7

ตารางที่ 63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการผับ ในครั้งต่อไป	อายุ						รวม	
	20 - 25 ปี n = 194		26 - 30 ปี n = 127		31 ปีขึ้นไป n = 79			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้ บริการ	139	71.6	88	69.3	51	64.6	278	69.5
ลองเปลี่ยนร้านอื่น	48	24.7	34	26.8	25	31.6	107	26.8
อื่นๆ	7	3.6	5	3.9	3	3.8	15	3.8
รวม	194	100.0	127	100.0	79	100.0	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโอกาส จำนวน 7 คน ยังไม่ทราบ จำนวน 5 คน แล้วแต่เพื่อนจำนวน 3 คน

จากตารางที่ 63 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป คือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 71.6 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 24.7 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป คือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 26.8 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป คือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 31.6 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.8

3.3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 64 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามอาชีพ

ผับที่เลือกใช้บริการ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Monkey Club	50	32.5	61	24.8	111	27.8
Warm Up Café	48	31.2	29	11.8	77	19.3
เขื่อนสถาปนิก	6	3.9	26	10.6	32	8.0
DOS Pub	21	13.6	20	8.1	41	10.3
SAMO Pub	3	1.9	20	8.1	23	5.8
Tara Bar Pub	3	1.9	11	4.5	14	3.5
บางแสน	8	5.2	22	8.9	30	7.5
สวรรค์	3	1.9	13	5.3	16	4.0
ริเวอร์ไซด์	3	1.9	19	7.7	22	5.5
Mo'C Mo'L	5	3.2	12	4.9	17	4.3
อื่นๆ	4	2.6	13	5.3	17	4.3
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แมนดาเลย์ จำนวน 9 คน หัวหินจำนวน 5 คน และ Fine Thank จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา มีผับเลือกใช้บริการคือ Monkey Club มากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ Warm Up Cafe ร้อยละ 31.2 และ DOS Pub ร้อยละ 13.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ มีผับเลือกใช้บริการคือ Monkey Club มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมา Warm Up Cafe ร้อยละ 11.8 และ เขื่อนสถาปนิก ร้อยละ 10.6

ตารางที่ 65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับ
จำแนกตามอาชีพ

เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สุรา/วิสกี้	80	51.9	132	53.7	212	27.2
เบียร์	62	40.3	91	37.0	153	19.6
ไวน์	6	3.9	26	10.6	32	4.1
ค็อกเทล	14	9.1	27	11.0	41	5.3
น้ำอัดลม	40	26.0	58	23.6	98	12.6
น้ำเปล่า	33	21.4	68	27.6	101	12.9
โซดา	42	27.3	64	26.0	106	13.6
น้ำผลไม้	12	7.8	25	10.2	37	4.7

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับ
คือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด ร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 40.3 และ โซดา ร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับ
คือ สุรา/วิสกี้ มากที่สุด ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 37.0 และ น้ำเปล่า ร้อยละ 27.6

ตารางที่ 66 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ จำแนกตามอาชีพ

สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารทั่วไป	30	19.5	57	23.2	87	21.8
ร้านสุรา	11	7.1	13	5.3	24	6.0
งานเลี้ยงฉลองต่างๆ	26	16.9	58	23.6	84	21.0
ที่พัก/บ้าน	83	53.9	81	32.9	164	41.0
ที่ทำงาน	4	2.6	37	15.0	41	10.3
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 19.5 และ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 16.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ คือ ที่พัก/บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 23.6 และร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 23.2

ตารางที่ 67 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสที่ไปใช้บริการผับ จำแนกตามอาชีพ

โอกาสที่ไปใช้บริการผับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี	54	35.1	113	45.9	167	41.8
พบปะสังสรรค์	91	59.1	94	38.2	185	46.3
พักผ่อนหย่อนใจ	69	44.8	84	34.1	153	38.3
เลี้ยงรับรอง เพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ	10	6.5	61	24.8	71	17.8
กิจกรรมของครอบครัว	2	1.3	10	4.1	12	3.0

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ พบปะสังสรรค์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 44.8 และ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 35.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ โอกาสที่ไปใช้บริการผับคือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 38.2 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 34.1

ตารางที่ 68 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	129	83.8	179	72.8	308	77.0
แฟน	4	2.6	17	6.9	21	5.3
คนในครอบครัว	4	2.6	14	5.7	18	4.5
คารา/ผู้มีชื่อเสียง	1	0.6	3	1.2	4	1.0
ตัวเอง	16	10.4	33	13.4	49	12.3
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 83.77 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 10.4 และ แฟนเท่ากับกับคนในครอบครัว ร้อยละ 2.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 13.4 และ แฟน ร้อยละ 6.9

ตารางที่ 69 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ไปใช้บริการผับ จำแนกตามอาชีพ

วันที่ไปใช้บริการผับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	2	1.3	1	0.4	3	0.8
อังคาร	0	0.0	2	0.8	2	0.5
พุธ	0	0.0	1	0.4	1	0.3
พฤหัสบดี	0	0.0	7	2.8	7	1.8
ศุกร์	91	59.1	72	29.3	163	40.8
เสาร์	43	27.9	86	35.0	129	32.3
อาทิตย์	5	3.2	42	17.1	47	11.8
วันหยุดเทศกาล	13	8.4	35	14.2	48	12.0
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 27.9 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 8.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันเสาร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ วันศุกร์ ร้อยละ 29.3 และ วันอาทิตย์ ร้อยละ 17.1

ตารางที่ 70 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับ จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.00 น. – 20.00 น.	3	1.9	15	6.1	18	4.5
20.01 น. – 22.00 น.	87	56.5	118	48.0	205	51.3
22.01 น. – 24.00 น.	58	37.7	100	40.7	158	39.5
หลัง 24.00 น.	6	3.9	13	5.3	19	4.8
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับคือ 20.01 น. – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ 22.01 น. – 24.00 น. ร้อยละ 37.7 และ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 3.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการฝับคือ 20.01 น. – 22.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ 22.01 น. – 24.00 น. ร้อยละ 40.7 และ 18.00 น. – 20.00 น. ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่ง
จำแนกตามอาชีพ

ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3	1.9	6	2.4	9	2.3
1- 3 ชั่วโมง	49	31.8	126	51.2	175	43.8
3- 4 ชั่วโมง	75	48.7	77	31.3	152	38.0
มากกว่า 4 ชั่วโมง	27	17.5	37	15.0	64	16.0
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง คือ 3 - 4 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ 1 - 3 ชั่วโมง ร้อยละ 31.8 และมากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 17.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ส่วนใหญ่ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในฝับนึ่งหนึ่งแห่ง คือ 1 - 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 31.3 และมากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 72 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการ
ฝั้ว จำแนกตามอาชีพ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้ บริการฝั้ว	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	28	18.2	73	29.7	101	25.3
เดือนละ 1 – 3 ครั้ง	80	51.9	101	41.1	181	45.3
สัปดาห์ละครั้ง	31	20.1	40	16.3	71	17.8
สัปดาห์ละ 2 – 4 ครั้ง	12	7.8	24	9.8	36	9.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	3	1.9	8	3.3	11	2.8
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝั้วคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 20.1 และ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝั้วคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 29.7 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 16.3

ตารางที่ 73 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริเวณของผ้าที่ชอบนั่ง/ยืน จำแนกตามอาชีพ

บริเวณของผ้าที่ชอบนั่ง/ยืน	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน้าเวที	74	48.1	37	15.0	111	27.8
ที่ลับตาลน	5	3.2	29	11.8	34	8.5
บริเวณที่โล่งด้านนอกร้าน	9	5.8	47	19.1	56	14.0
ที่โล่งในห้องแอร์	42	27.3	82	33.3	124	31.0
หน้าเคาน์เตอร์/บาร์	11	7.1	32	13.0	43	10.8
ทางเดิน	10	6.5	17	6.9	27	6.8
อื่นๆ	3	1.9	2	0.8	5	1.3
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริเวณทางเข้าห้องน้ำจำนวน 3 คน เดินไปเรื่อยๆ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ หน้าเวที มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ในห้องแอร์ ร้อยละ 27.3 และ หน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 7.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ด้านนอกผ้า ร้อยละ 19.1 และ หน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 74 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย จำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	145	94.2	189	76.8	334	83.5
ญาติ	2	1.3	8	3.3	10	2.5
แฟน	0	0.0	20	8.1	20	5.0
รุ่นพี่/รุ่นน้อง	7	4.5	15	6.1	22	5.5
ลูกน้อง/เจ้านาย	0	0.0	7	2.8	7	1.8
ลูกค้า	0	0.0	7	2.8	7	1.8
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 94.2 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 4.5 และ ญาติ ร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 76.8 รองลงมาคือ แฟน ร้อยละ 8.1 และ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 75 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน
จำแนกตามอาชีพ

จำนวนผู้ไปใช้บริการผับ ด้วยกัน	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	4	2.6	41	16.7	45	11.3
3 – 4 คน	59	38.3	109	44.3	168	42.0
5 – 6 คน	50	32.5	75	30.5	125	31.3
มากกว่า 6 คน	41	26.6	21	8.5	62	15.5
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา จำนวนผู้ไปใช้บริการผับ
ด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ 5 – 6 คน ร้อยละ 32.5 และ มากกว่า
6 คน ร้อยละ 26.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน
คือ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ 5 – 6 คน ร้อยละ 30.5 และ 1 – 2 คน
ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 76 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผ้า จำแนกตามอาชีพ

ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผ้า	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา		ผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเอง	10	6.5	43	17.5	53	13.3
มีคนจ่ายแทน / เพื่อนเลี้ยง	9	5.8	41	16.7	50	12.5
เฉลี่ยกันจ่าย	135	87.7	162	65.9	297	74.3
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผ้าคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 87.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 6.5 และมีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 5.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการผ้าคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 17.5 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 77 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 10		ผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ n = 43			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	1	10.0	0	0.0	1	1.9
201 – 400 บาท	2	20.0	5	11.6	7	13.2
401 – 600 บาท	0	0.0	8	18.6	8	15.1
601 – 800 บาท	2	20.0	5	11.6	7	13.2
801 – 1,000 บาท	3	30.0	16	37.2	19	35.8
มากกว่า 1,000 บาท	2	20.0	9	20.9	11	20.8
รวม	10	100.0	43	100.0	53	100.0

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801-1,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ 201 -400 บาท 601 – 800 บาท และ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 20.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801 - 1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 20.9 และ 401 – 600 บาท ร้อยละ 18.6

ตารางที่ 78 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 135		ผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ n = 162			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 200 บาท	13	9.6	15	9.3	28	9.4
201 - 400 บาท	68	50.4	53	32.7	121	40.7
401 - 600 บาท	26	19.3	60	37.0	86	29.0
601 - 800 บาท	13	9.6	15	9.3	28	9.4
801 - 1,000 บาท	10	7.4	12	7.4	22	7.4
มากกว่า 1,000 บาท	5	3.7	7	4.3	12	4.0
รวม	135	100.0	162	100.0	297	100.0

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 201 - 400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ 401 - 600 บาท ร้อยละ 19.3 และ 1 - 200 บาท และ 601 - 800 บาท ร้อยละ 9.6 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 401 - 600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 32.7 และ 1 - 200 บาท และ 601 - 800 บาท ร้อยละ 9.3 เท่ากัน

ตารางที่ 79 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารของ
 ฝับ จำแนกตามอาชีพ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของฝับ	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	113	73.4	156	63.4	269	67.3
หนังสือ / นิตยสาร	6	3.9	35	14.2	41	10.3
โทรทัศน์	0	0.0	1	0.4	1	0.3
วิทยุ	10	6.5	25	10.2	35	8.8
แผ่นพับโฆษณาต่างๆ	23	14.9	24	9.8	47	11.8
เว็บไซต์	2	1.3	5	2.0	7	1.8
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูล
 ข่าวสารของฝับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ
 14.9 และ วิทยุร้อยละ 6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสาร
 ของฝับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมาคือ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 14.2 และ
 แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 80 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับ เมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่ จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อ ทราบว่าผับเปิดใหม่	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลองใช้บริการทันที	32	20.8	33	13.4	65	16.3
ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ	60	39.0	84	34.1	144	36.0
รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป	42	27.3	84	34.1	126	31.5
รอให้มีโปรโมชั่นก่อนค่อยไป	14	9.1	31	12.6	45	11.3
ไม่คิดลองใช้บริการเลย	6	3.9	12	4.9	18	4.5
อื่นๆ	0	0.0	2	0.8	2	0.5
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รอให้มีฟรีบาร์ก่อน จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่คือ ถามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ รอให้เปิดสักช่วงก่อนค่อยตัดสินใจ ร้อยละ 27.3 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 20.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อทราบว่าผับเปิดใหม่คือ ถามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ และ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป คิดเป็นร้อยละ 34.1 เท่ากัน รองลงมาคือ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 24.5 และ รอให้มีโปรโมชั่นก่อนค่อยไป ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 81 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจใช้บริการผับเมื่อ ทราบว่าผับเปิดใหม่	อาชีพ				รวม	
	นักศึกษา n = 154		ผู้ที่ประกอบอาชีพ และมีรายได้ n = 246			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ	113	73.4	165	67.1	278	69.5
ลองเปลี่ยนร้านอื่น	36	23.4	71	28.9	107	26.7
อื่นๆ	5	3.2	10	4.0	15	3.8
รวม	154	100.00	246	100.00	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโอกาส จำนวน 7 คน ยังไม่ทราบ จำนวน 5 คน แล้วแต่เพื่อน จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 23.4 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ใช้บริการผับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 28.9 และ อื่นๆ ร้อยละ 4.0

3.4 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 82 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามรายได้

ผับ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Monkey Club	38	28.4	43	32.1	11	14.3	19	34.5	111	27.8
Warm Up Café	44	32.8	7	5.2	10	13.0	16	29.1	77	19.3
เขื่อนสถาปนิก	8	6.0	2	1.5	17	22.1	5	9.1	32	8.0
บางรัก	16	11.9	17	12.7	7	9.1	1	1.8	41	10.3
SAMO Pub	2	1.5	14	10.4	5	6.5	2	3.6	23	5.8
Bliss Pub	3	2.2	9	6.7	2	2.6	0	0.0	14	3.5
สองสลึง	7	5.2	14	10.4	7	9.1	2	3.6	30	7.5
สวรรค์	4	3.0	8	6.0	4	5.2	0	0.0	16	4.0
ริเวอร์ไซด์	6	4.5	7	5.2	5	6.5	4	7.3	22	5.5
Mo'C Mo'L	3	2.2	4	3.0	6	7.8	4	7.3	17	4.3
อื่นๆ	3	2.2	9	6.7	3	3.9	2	3.6	17	4.3
รวม	134	100.00	134	100.00	77	100.00	55	100.00	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แมนคาเลย์ จำนวน 9 คน หัวหินจำนวน 5 คน และ Fine Thank จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีตัวเลือกใช้บริการคือ Warm Up Café มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ Monkey Club ร้อยละ 28.4 และ DOS Pub ร้อยละ 16.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีตัวเลือกใช้บริการคือ Monkey Club คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ DOS Pub ร้อยละ 12.7 และ SAMO Pub ร้อยละ 10.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีตัวเลือกใช้บริการคือ เอ็นสถาปนิก คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ Monkey Club ร้อยละ 14.3 และ Warm Up Café ร้อยละ 13.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 ขึ้นไป มีตัวเลือกใช้บริการคือ Monkey Club คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ Warm Up Café ร้อยละ 29.1 และ เอ็นสถาปนิก ร้อยละ 9.1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 83 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับ จำแนกตามรายได้

เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการผับ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 249		5,001 - 10,000 บาท n = 254		10,001 - 15,000 บาท n = 158		15,000 บาทขึ้นไป n = 119			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สุรา/วิสกี้	68	27.3	77	30.3	38	24.1	29	24.4	212	27.2
เบียร์	54	21.7	45	17.7	33	20.9	21	17.6	153	19.6
ไวน์	5	2.0	6	2.4	8	5.1	13	10.9	32	4.1
ค็อกเทล	5	2.0	14	5.5	11	7.0	11	9.2	41	5.3
น้ำอัดลม	37	14.9	29	11.4	19	12.0	13	10.9	98	12.6
น้ำเปล่า	31	12.4	34	13.4	20	12.7	16	13.4	101	12.9
โซดา	39	15.7	36	14.2	21	13.3	10	8.4	106	13.6
น้ำผลไม้	10	4.0	13	5.1	8	5.1	6	5.0	37	4.7

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับคือ สุรา/วิสกี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 21.7 และ โซดา ร้อยละ 15.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับคือ สุรา/วิสกี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 17.7 และ โซดา ร้อยละ 14.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับคือ สุรา/วิสกี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.1 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 20.9 และ โซดา ร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 ขึ้นไป เครื่องดื่มที่สั่งเมื่อใช้บริการพับคือ สุรา/วิสกี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 17.6 และ น้ำเปล่า ร้อยละ 13.4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 84 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ก่อนไปใช้บริการผับ จำแนกตามรายได้

สถานที่ก่อนไปใช้บริการ ผับ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารทั่วไป	26	19.4	29	21.6	24	31.2	8	14.5	87	21.8
ร้านสุรา	10	7.5	9	6.7	3	3.9	2	3.6	24	6.0
งานเลี้ยงฉลองต่างๆ	25	18.7	30	22.4	17	22.1	12	21.8	84	21.0
ที่พัก/บ้าน	70	52.2	49	36.6	22	28.6	23	41.8	164	41.0
ที่ทำงาน	3	2.2	17	12.7	11	14.3	10	18.2	41	10.3
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 19.4 และ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 18.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 22.4 และ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 21.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ร้านอาหารทั่วไป มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ ที่พัก/บ้าน ร้อยละ 28.6 และ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 22.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป สถานที่ก่อนไปใช้บริการผับคือ ที่พัก/บ้าน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลองต่างๆ ร้อยละ 21.8 และ ที่ทำงาน ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 85 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสที่ไปใช้บริการผับ จำแนกตามรายได้

โอกาสที่ไปใช้บริการผับ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี	55	41.0	51	38.1	32	41.6	29	52.7	167	41.8
พบปะสังสรรค์	71	53.0	62	46.3	31	40.3	21	38.2	185	46.3
พักผ่อนหย่อนใจ	43	32.1	55	41.0	37	48.1	18	32.7	153	38.3
เลี้ยงรับรอง เพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ	10	7.5	22	16.4	19	24.7	20	36.4	71	17.8
กิจกรรมของครอบครัว	4	3.0	4	3.0	2	2.6	2	3.6	12	3.0

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ พบปะสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 41.0 และ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 32.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท โอกาสที่ไปใช้บริการผับคือ พบปะสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 41.0 และ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 38.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ พักผ่อนหย่อนใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี ร้อยละ 41.6 และ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 40.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่โอกาสที่ไปใช้บริการผับ คือ งานเลี้ยงฉลอง/แสดงความยินดี คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 38.2 และ เลี้ยงรับรอง เพื่อน ลูกค้า เจ้านาย ฯลฯ ร้อยละ 36.4

ตารางที่ 86 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการปั๊บน้ำจุ่มตามรายได้

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการปั๊บน้ำจุ่ม	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	109	81.3	105	78.4	53	68.8	41	74.5	308	77.0
แฟน	5	3.7	5	3.7	5	6.5	6	10.9	21	5.3
คนในครอบครัว	3	2.2	9	6.7	6	7.8	0	0.0	18	4.5
คารา/ผู้มีชื่อเสียง	1	0.7	0	0.0	2	2.6	1	1.8	4	1.0
ตัวเอง	16	11.9	15	11.2	11	14.3	7	12.7	49	12.3
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 11.9 และ แฟน ร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 11.2 และ คนในครอบครัว ร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ และ คนในครอบครัว ร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพับคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 12.7 และ แฟน ร้อยละ 10.9

ตารางที่ 87 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ไปใช้บริการฟัน จำแนกตามรายได้

วันที่ไปใช้บริการฟัน	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	2	1.5	1	0.7	0	0.0	0	0.0	3	0.8
อังคาร	0	0.0	2	1.5	0	0.0	0	0.0	2	0.5
พุธ	1	0.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
พฤหัสบดี	0	0.0	2	1.5	3	3.9	2	3.6	7	1.8
ศุกร์	78	58.2	41	30.6	22	28.6	22	40.0	163	40.8
เสาร์	39	29.1	44	32.8	30	39.0	16	29.1	129	32.3
อาทิตย์	7	5.2	17	12.7	17	22.1	6	10.9	47	11.8
วันหยุดเทศกาล	7	5.2	27	20.1	5	6.5	9	16.4	48	12.0
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันศุกร์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 29.1 และ วันอาทิตย์เท่ากับ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 5.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันเสาร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ วันศุกร์ ร้อยละ 30.6 และ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 20.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันเสาร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ วันศุกร์ ร้อยละ 28.6 และ วันอาทิตย์ ร้อยละ 22.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป วันที่ไปใช้บริการผับคือ วันศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 29.1 วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 16.4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 88 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพิมพ์ จำแนกตามรายได้

ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพิมพ์	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.00 น. – 20.00 น.	2	1.5	9	6.7	6	7.8	1	1.8	18	4.5
20.01 น. – 22.00 น.	78	58.2	67	50.0	32	41.6	28	50.9	205	51.3
22.01 น. – 24.00 น.	46	34.3	55	41.0	36	46.8	21	38.2	158	39.5
หลัง 24.00 น.	8	6.0	3	2.2	3	3.9	5	9.1	19	4.8
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพับคือ 20.01 น. – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ 22.01 น. - 24.00 น. ร้อยละ 34.3 และ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 6.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพับคือ 20.01 น. – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 22.01 น. - 24.00 น. ร้อยละ 41.0 และ 18.00น. – 20.00 น. ร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพับคือ 22.01 น. – 24.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ 20.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 4.16 และ 18.00น. – 20.00 น. ร้อยละ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เริ่มใช้บริการพับคือ 20.01 น. – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ 22.01 น. - 24.00 น. ร้อยละ 38.2 และ หลัง 24.00 น. ร้อยละ 9.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 89 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผ้าหนึ่งแห่ง จำแนกตามรายได้

ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ใน ผ้าหนึ่งแห่ง	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2	1.5	5	3.7	2	2.6	0	0.0	9	2.3
1- 3 ชั่วโมง	45	33.6	71	53.0	37	48.1	22	40.0	175	43.8
3- 4 ชั่วโมง	62	46.3	45	33.6	26	33.8	19	34.5	152	38.0
มากกว่า 4 ชั่วโมง	25	18.7	13	9.7	12	15.6	14	25.5	64	16.0
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ใน
ผับหนึ่งแห่งคือ 3 - 4 ชั่วโมง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ 1 - 3 ชั่วโมง ร้อยละ 33.6
และ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 18.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่ง
แห่งคือ 1 - 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 33.6 และ มากกว่า 4
ชั่วโมง ร้อยละ 9.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่งแห่งคือ
1 - 3 ชั่วโมง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 33.8 และ มากกว่า 4
ชั่วโมง ร้อยละ 15.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ระยะเวลาเฉลี่ยที่อยู่ในผับหนึ่งแห่งคือ
1 - 3 ชั่วโมง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 34.5 และ มากกว่า 4
ชั่วโมง ร้อยละ 25.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 90 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฟัน จำแนกตามรายได้

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไป ใช้บริการฟัน	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	22	16.4	42	31.3	25	32.5	13	23.6	102	25.5
เดือนละ 1-3 ครั้ง	68	50.7	61	45.5	33	42.9	18	32.7	180	45.0
สัปดาห์ละครั้ง	31	23.1	18	13.4	8	10.4	14	25.5	71	17.8
สัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง	11	8.2	9	6.7	8	10.4	8	14.5	36	9.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	2	1.5	2	1.5	3	3.9	2	3.6	9	2.3
อื่นๆ	0	0.0	2	1.5	0	0.0	0	0.0	2	0.5
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่จำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 23.1 และ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับคือ เดือนละ 1 - 3 ครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 31.3 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 13.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับคือ เดือนละ 1 - 3 ครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 32.5 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 25.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ไปใช้บริการฝับคือ เดือนละ 1 - 3 ครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 25.5 และ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 23.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 91 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริเวณของคัฟที่ชอบนั่ง/ยืน จำแนกตามรายได้

บริเวณของคัฟที่ชอบนั่ง/ยืน	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน้าเวที	71	53.0	22	16.4	8	10.4	10	18.2	111	27.8
ที่ลิ้นคาน	4	3.0	17	12.7	11	14.3	2	3.6	34	8.5
ด้านนอกคัฟ	8	6.0	14	10.4	20	26.0	14	25.5	56	14.0
ในห้องแอร์	34	25.4	50	37.3	23	29.9	17	30.9	124	31.0
หน้าเคาน์เตอร์ / บาร์	8	6.0	19	14.2	11	14.3	5	9.1	43	10.8
ทางเดิน	7	5.2	9	6.7	4	5.2	7	12.7	27	6.8
อื่นๆ	2	1.5	3	2.2	0	0.0	0	0.0	5	1.3
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริเวณทางเข้าห้องน้ำจำนวน 3 คน เดินไปเรื่อยๆ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ หน้าเวที คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ในห้องแอร์ ร้อยละ 25.4 และ ด้านนอกพับเท่ากันกับ หน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 6.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ หน้าเวที ร้อยละ 16.4 และ หน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 14.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,001-15,000 บาท บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมาคือ ด้านนอกพับ ร้อยละ 26.0 และ ที่ลับตาคนเท่ากันกับหน้าเคาน์เตอร์/บาร์ ร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป บริเวณที่ชอบนั่ง/ยืน คือ ในห้องแอร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ ด้านนอกพับ ร้อยละ 25.5 และ หน้าเวที ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 92 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย จำแนกตามรายได้

บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วย	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	124	92.5	104	77.6	66	85.7	40	72.7	334	83.5
ญาติ	3	2.2	5	3.7	2	2.6	0	0.0	10	2.5
แฟน	2	1.5	11	8.2	4	5.2	3	5.5	20	5.0
รุ่นพี่ / รุ่นน้อง	5	3.7	6	4.5	2	2.6	9	16.4	22	5.5
ลูกน้อง / เจ้านาย	0	0.0	3	2.2	1	1.3	3	5.5	7	1.8
ลูกค้า	0	0.0	5	3.7	2	2.6	0	0.0	7	1.8
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 3.7 และญาติ ร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาคือ แฟน ร้อยละ 8.2 และ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ แฟน ร้อยละ 5.2 และ ญาติเท่ากันกับรุ่นพี่/รุ่นน้อง และ ลูกค้า ร้อยละ 2.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่ไปใช้บริการผับด้วยคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ รุ่นพี่/รุ่นน้อง ร้อยละ 16.4 และ แฟนเท่ากันกับลูกน้อง/เจ้านาย ร้อยละ 5.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 93 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกัน จำแนกตามรายได้

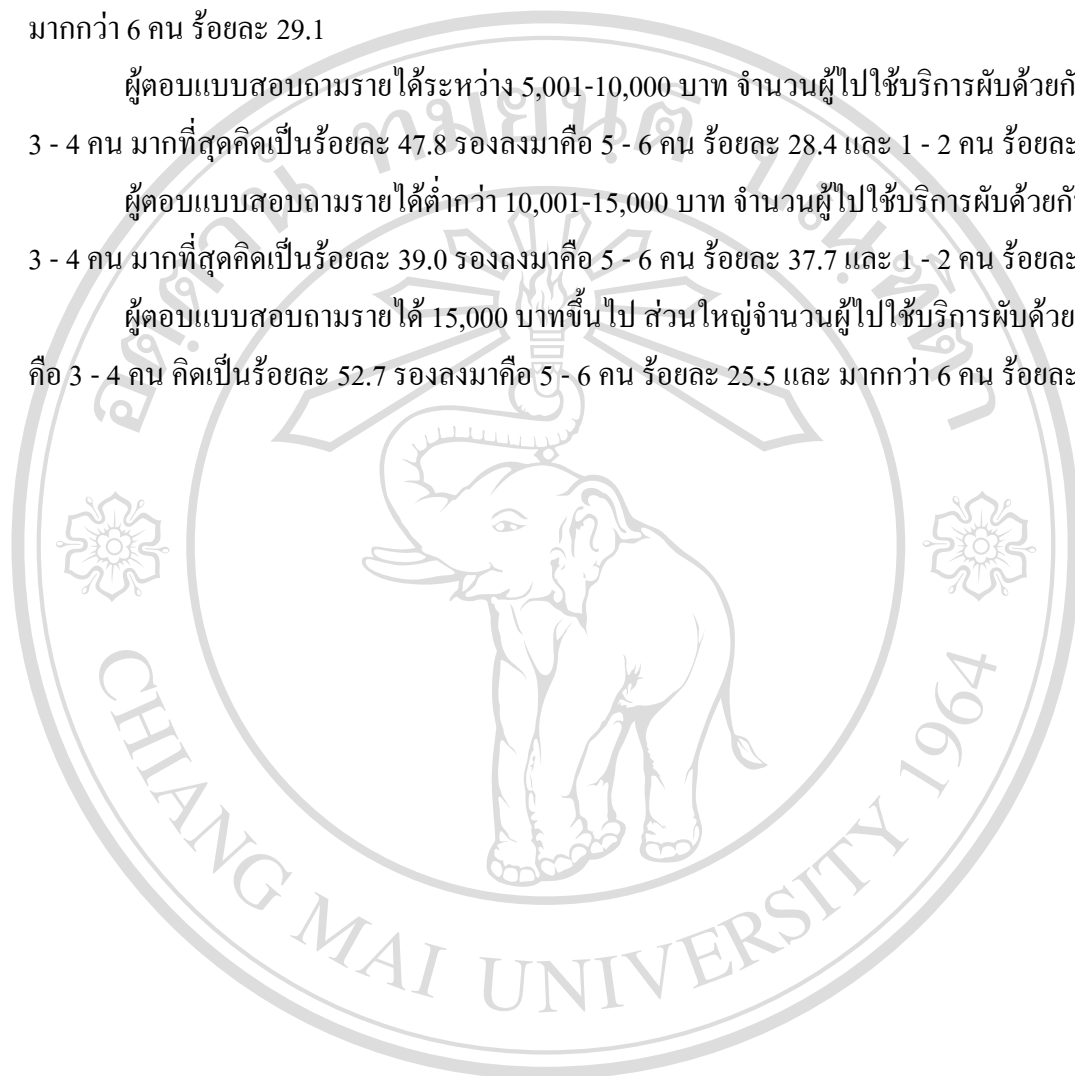
จำนวนผู้ไปใช้บริการผับ ด้วยกัน	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	6	4.5	18	13.4	18	23.4	3	5.5	45	11.3
3 – 4 คน	45	33.6	64	47.8	30	39.0	29	52.7	168	42.0
5 – 6 คน	44	32.8	38	28.4	29	37.7	14	25.5	125	31.3
มากกว่า 6 คน	39	29.1	14	10.4	0	0.0	9	16.4	62	15.5
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวนผู้ไปใช้บริการ ผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 32.8 และมากกว่า 6 คน ร้อยละ 29.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 28.4 และ 1 - 2 คน ร้อยละ 13.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,001-15,000 บาท จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 37.7 และ 1 - 2 คน ร้อยละ 23.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จำนวนผู้ไปใช้บริการผับด้วยกันคือ 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ 5 - 6 คน ร้อยละ 25.5 และ มากกว่า 6 คน ร้อยละ 16.4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 94 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้จ่ายเงินในการใช้บริการฝัง จำแนกตามรายได้

ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการฝัง	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเอง	5	3.7	18	13.4	17	22.1	13	23.6	53	13.3
มีคนจ่ายแทน / เพื่อนเลี้ยง	11	8.2	15	11.2	12	15.6	12	21.8	50	12.5
เฉลี่ยกันจ่าย	118	88.1	101	75.4	48	62.3	30	54.5	297	74.3
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการพับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 88.1 รองลงมาคือ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 8.2 และ ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเอง ร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการพับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเอง ร้อยละ 13.4 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 11.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการพับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเอง ร้อยละ 22.1 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 15.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้จ่ายเงินในการใช้บริการพับคือ เฉลี่ยกันจ่าย คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเอง ร้อยละ 23.6 และ มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยง ร้อยละ 21.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 95 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง จำแนกตามรายได้

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเอง	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 5		5,001 - 10,000 บาท n = 18		10,001 - 15,000 บาท n = 17		15,000 บาทขึ้นไป n = 13			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	0	0.0	1	5.6	0	0.0	0	0.0	1	1.9
201 – 400 บาท	1	20.0	3	16.7	2	11.8	1	7.7	7	13.2
401 – 600 บาท	0	0.0	3	16.7	5	29.4	0	0.0	8	15.1
601 – 800 บาท	1	20.0	4	22.2	1	5.9	0	0.0	6	11.3
801 – 1,000 บาท	1	20.0	6	33.3	9	52.9	3	23.1	19	35.8
มากกว่า 1,000 บาท	2	40.0	1	5.6	0	0.0	9	69.2	12	22.6
รวม	5	100.0	18	100.0	17	100.0	13	100.0	53	100.0

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ มากกว่า 1,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ 201 – 400 บาท และ 601 – 800 บาท และ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801 - 1,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 601 – 800 บาท ร้อยละ 22.2 และ 201 – 400 บาทเท่ากับกับ 401 - 600 บาท ร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 401 - 600 บาท ร้อยละ 29.4 และ 201 - 400 บาท ร้อยละ 11.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายเงินเองคือ 801 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 23.1 และ 201 – 400 บาท ร้อยละ 7.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 96 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกรณีเฉลี่ยกันจ่าย จำแนกตามรายได้

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่าย	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 129		5,001 - 10,000 บาท n = 116		10,001 - 15,000 บาท n = 60		15,000 บาทขึ้นไป n = 42			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 200 บาท	9	7.6	13	12.9	3	6.3	3	10.0	28	9.4
201 - 400 บาท	56	47.5	40	39.6	17	35.4	8	26.7	121	40.7
401 - 600 บาท	30	25.4	30	29.7	20	41.7	6	20.0	86	29.0
601 - 800 บาท	8	6.8	12	11.9	5	10.4	3	10.0	28	9.4
801 - 1,000 บาท	5	4.2	6	5.9	1	2.1	10	33.3	22	7.4
มากกว่า 1,000 บาท	10	8.5	0	0.0	2	4.2	0	0.0	12	4.0
รวม	118	100.0	101	100.0	48	100.0	30	100.0	297	100.0

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 201 - 400 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 401-600 บาท ร้อยละ 25.4 และ มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 8.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 201 - 400 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ 401 - 600 บาท ร้อยละ 29.7 และ 1 - 200 บาท ร้อยละ 12.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 401 - 600 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ 201-400 บาท ร้อยละ 35.4 และ 601-800 บาท ร้อยละ 10.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง กรณีเฉลี่ยกันจ่ายคือ 801 - 1,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 26.7 และ 401 - 600 บาท ร้อยละ 20.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 97 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารของผับ จำแนกตามรายได้

แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	91	67.9	91	67.9	46	59.7	41	74.5	269	67.3
หนังสือ / นิตยสาร	8	6.0	15	11.2	11	14.3	7	12.7	41	10.3
โทรทัศน์	0	0.0	0	0.0	1	1.3	0	0.0	1	0.3
วิทยุ	9	6.7	16	11.9	10	13.0	0	0.0	35	8.8
แผ่นพับโฆษณาต่างๆ	24	17.9	10	7.5	6	7.8	7	12.7	47	11.8
เว็บไซต์	2	1.5	2	1.5	3	3.9	0	0.0	7	1.8
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 17.9 และ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 6.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 11.9 และ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 11.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ หนังสือ/นิตยสาร ร้อยละ 14.3 และ วิทยุ ร้อยละ 13.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารของผับคือ ถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ หนังสือ/นิตยสาร และ แผ่นพับโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 12.7

ตารางที่ 98 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผ้า เมื่อทราบว่ามีผ้าเปิดใหม่ จำแนกตามรายได้

การตัดสินใจใช้บริการผ้าเมื่อทราบว่ามีผ้าเปิดใหม่	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลองใช้บริการทันที	24	17.9	17	12.7	13	16.9	11	20.0	65	16.3
ถามเพื่อนก่อน จึงค่อยตัดสินใจ	52	38.8	42	31.3	24	31.2	26	47.3	144	36.0
รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป	40	29.9	47	35.1	27	35.1	12	21.8	126	31.5
รอให้มีโปรโมชั่นก่อนค่อยไป	13	9.7	22	16.4	9	11.7	1	1.8	45	11.3
ไม่คิดลองใช้บริการเลย	5	3.7	6	4.5	4	5.2	3	5.5	18	4.5
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.6	2	0.5
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รอให้มีฟรีเมื่อก่อนจำนวน 2 คน

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท การตัดสินใจใช้บริการ
พับเมื่อทราบว่ามีพับเปิดใหม่คือ ถ้ามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.8

รองลงมาคือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 29.9 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 17.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท การตัดสินใจใช้บริการพับเมื่อทราบว่ามีพับ
เปิดใหม่คือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ ถ้ามเพื่อน
ก่อนจึงค่อยตัดสินใจ ร้อยละ 31.3 และ รอให้มีโปรโมชันก่อนค่อยไป ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท การตัดสินใจใช้บริการพับเมื่อทราบว่ามีพับ
เปิดใหม่คือ รอให้เปิดสักช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ ถ้ามเพื่อน
ก่อนจึงค่อยตัดสินใจ ร้อยละ 31.2 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 16.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป การตัดสินใจใช้บริการพับเมื่อทราบว่ามีพับ
เปิดใหม่คือ ถ้ามเพื่อนก่อนจึงค่อยตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ รอให้เปิดสัก
ช่วงหนึ่งก่อนค่อยไป ร้อยละ 21.8 และ ลองใช้บริการทันที ร้อยละ 20.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 99 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป จำแนกตามรายได้

การตัดสินใจใช้บริการผับในครั้งต่อไป	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 134		5,001 - 10,000 บาท n = 134		10,001 - 15,000 บาท n = 77		15,000 บาทขึ้นไป n = 55			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ	99	73.9	88	65.7	52	67.5	39	70.9	278	69.5
ลองเปลี่ยนร้านอื่น	30	22.4	40	29.9	23	29.9	14	25.5	107	26.8
อื่นๆ	5	3.7	6	4.5	2	2.6	2	3.6	15	3.8
รวม	134	100.0	134	100.0	77	100.0	55	100.0	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโอกาส จำนวน 7 คน ยังไม่ทราบ จำนวน 5 คน แล้วแต่เพื่อน จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการพับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 22.4 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการพับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 29.9 และ อื่นๆ ร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการพับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 29.9 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่การตัดสินใจใช้บริการพับในครั้งต่อไปคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาคือ ลองเปลี่ยนร้านอื่น ร้อยละ 25.5 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติของอาหาร	4 (1.0)	14 (3.5)	109 (27.3)	204 (51.0)	69 (17.3)	3.80 (มาก)	9
ความสะอาดของอาหาร	1 (0.3)	12 (3.0)	87 (21.8)	183 (45.8)	117 (29.3)	4.01 (มาก)	6
ความหลากหลายของอาหาร	1 (0.3)	18 (4.5)	132 (33.0)	186 (46.5)	63 (15.8)	3.73 (มาก)	10
การตกแต่งอาหารสวยงาม น่ารับประทาน	2 (0.5)	27 (6.8)	125 (31.3)	169 (42.3)	77 (19.3)	3.73 (มาก)	10
รสชาติของเครื่องดื่ม	4 (1.0)	7 (1.8)	70 (17.5)	216 (54.0)	103 (25.8)	4.02 (มาก)	5
ความหลากหลายของ เครื่องดื่ม	1 (0.3)	18 (4.5)	83 (20.8)	199 (49.8)	99 (24.8)	3.94 (มาก)	7
แนวเพลงดนตรี	1 (0.3)	13 (3.3)	67 (16.8)	166 (41.5)	153 (38.3)	4.14 (มาก)	2
วงดนตรีเล่นเพลงไพเราะ	1 (0.3)	16 (4.0)	79 (19.8)	147 (36.8)	157 (39.3)	4.11 (มาก)	3
นักร้องร้องเพลงไพเราะ	1 (0.3)	17 (4.3)	79 (19.8)	146 (36.5)	157 (39.3)	4.10 (มาก)	4

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ดีเจ เปิดเพลงไพเราะ	2 (0.5)	11 (2.8)	68 (17.0)	153 (38.3)	166 (41.5)	4.18 (มาก)	1
ชื่อเสียงของร้าน	3 (0.8)	14 (3.5)	99 (24.8)	174 (43.5)	110 (27.5)	3.94 (มาก)	7
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.97 (มาก)	

จากตารางที่ 100 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ดีเจ เปิดเพลงไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาได้แก่ แนวเพลงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ วงดนตรีเล่นเพลงไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 101 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟัซของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาอาหาร	2 (0.5)	8 (2.0)	90 (22.5)	215 (53.8)	85 (21.3)	3.93 (มาก)	2
ราคาสุราต่อขวด	2 (0.5)	5 (1.3)	98 (24.5)	211 (52.8)	84 (21.0)	3.93 (มาก)	2
ราคาเบียร์ต่อขวด	0 (0.0)	13 (3.3)	101 (25.3)	192 (48.0)	94 (23.5)	3.92 (มาก)	3
ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)	0 (0.0)	12 (3.0)	92 (23.0)	184 (46.0)	112 (28.0)	3.99 (มาก)	1
มีป้ายแสดงราคาให้เห็น อย่างชัดเจน	1 (0.3)	14 (3.5)	119 (29.8)	167 (41.8)	99 (24.8)	3.87 (มาก)	4
มีการให้เครดิตการเงิน สำหรับลูกค้าประจำ	8 (2.0)	27 (6.8)	103 (25.8)	189 (47.3)	73 (18.3)	3.73 (มาก)	6
มีบริการชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	3 (0.8)	29 (7.3)	92 (23.0)	197 (49.3)	79 (19.8)	3.80 (มาก)	5
สามารถต่อรองราคา ค่าบริการได้	9 (2.3)	43 (10.8)	109 (27.3)	153 (38.3)	86 (21.5)	3.66 (มาก)	7
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 101 พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการฟัซของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง, น้ำ, โซดา, น้ำอัดลม) (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาได้แก่ ราคาอาหาร และราคาสุราต่อขวด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 102 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	2 (0.5)	27 (6.8)	120 (30.0)	198 (49.5)	53 (13.3)	3.68 (มาก)	5
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน	7 (1.8)	26 (6.5)	179 (44.8)	159 (39.8)	29 (7.3)	3.44 (ปานกลาง)	8
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	5 (1.3)	39 (9.8)	162 (40.5)	148 (37.0)	46 (11.5)	3.48 (ปานกลาง)	7
ทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ไปมาสะดวก	3 (0.8)	9 (2.3)	114 (28.5)	194 (48.5)	80 (20.0)	3.85 (มาก)	4
ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน	3 (0.8)	27 (6.8)	146 (36.5)	175 (43.8)	49 (12.3)	3.60 (มาก)	6
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ	3 (0.8)	11 (2.8)	87 (21.8)	185 (46.3)	114 (28.5)	3.99 (มาก)	2
จัดโต๊ะ และที่นั่งไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ	1 (0.3)	17 (4.3)	80 (20.0)	198 (49.5)	104 (26.0)	3.97 (มาก)	3
มีห้องน้ำสะอาด	1 (0.3)	26 (6.5)	72 (18.0)	150 (37.5)	151 (37.8)	4.06 (มาก)	1
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.76 (มาก)	

จากตารางที่ 102 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาได้แก่ มีสถานที่จอดรถ กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีการจัดโต๊ะ และที่นั่งไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 103 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝัของผู้ออบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์	5 (1.3)	34 (8.5)	153 (38.3)	153 (38.3)	55 (13.8)	3.55 (มาก)	7
การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	0 (0.0)	13 (3.3)	100 (25.0)	182 (45.5)	105 (26.3)	3.95 (มาก)	1
แพคเกจสุราราคาถูก เช่น ซ้อ 1 แกรม 1	11 (2.8)	103 (25.8)	194 (48.5)	92 (23.0)	400 (100)	3.92 (มาก)	2
การลดราคาเบียร์	0 (0.0)	17 (4.3)	99 (24.8)	184 (46.0)	100 (25.0)	3.92 (มาก)	2
การสมัครสมาชิก เพื่อให้ ได้รับสิทธิพิเศษๆ	3 (0.8)	23 (5.8)	132 (33.0)	156 (39.0)	86 (21.5)	3.75 (มาก)	5
การทำบัตรส่วนลดให้กับ ลูกค้าประจำ	2 (0.5)	22 (5.5)	99 (24.8)	184 (46.0)	93 (23.3)	3.86 (มาก)	3
การลดราคาอาหาร	1 (0.3)	18 (4.5)	118 (29.5)	166 (41.5)	97 (24.3)	3.85 (มาก)	4
การจัดคอนเสิร์ต/การ แสดงของศิลปินมีชื่อเสียง	4 (1.0)	13 (3.3)	114 (28.5)	175 (43.8)	94 (23.5)	3.86 (มาก)	3
การมีพนักงานแนะนำ อาหารและเครื่องดื่ม	8 (2.0)	34 (8.5)	106 (26.5)	191 (47.8)	61 (15.3)	3.66 (มาก)	6
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.81 (มาก)	

จากตารางที่ 103 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม) (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา ได้แก่ แพคเกจสุราราคาถูก และการลดราคาเบียร์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 104 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานให้การต้อนรับด้วย อริยาสัยที่ดี	1 (0.3)	2 (0.5)	62 (15.5)	225 (56.3)	110 (27.5)	4.10 (มาก)	3
พนักงานสามารถให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกที่ นั่ง อาหาร และเครื่องดื่มได้ เป็นอย่างดี	2 (0.5)	83 (20.8)	223 (55.8)	92 (23.0)	400 (100.0)	4.01 (มาก)	7
พนักงานสุภาพยิ้มแย้ม แจ่มใส	8 (2.0)	77 (19.3)	180 (45.0)	135 (33.8)	400 (100.0)	4.11 (มาก)	2
พนักงานเต็มใจให้บริการแก่ ลูกค้าทันที	12 (3.0)	63 (15.8)	183 (45.8)	142 (35.5)	400 (100.0)	4.14 (มาก)	1
พนักงานแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย	2 (0.5)	8 (2.0)	95 (23.8)	192 (48.0)	103 (25.8)	3.97 (มาก)	8
พนักงานบริการมีจำนวน เพียงพอ	1 (0.3)	19 (4.8)	70 (17.5)	196 (49.0)	114 (28.5)	4.01 (มาก)	7
พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า นำเชื่อถือ วางใจได้	2 (0.5)	14 (3.5)	68 (17.0)	183 (45.8)	133 (33.3)	4.08 (มาก)	4

ตารางที่ 104 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝับของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานสามารถแก้ปัญหา ตอบคำถามแก่ลูกค้าได้ดี	5 (1.3)	9 (2.3)	76 (19.0)	186 (46.5)	124 (31.0)	4.04 (มาก)	5
พนักงานพร้อมที่จะ ให้บริการตลอดเวลา	1 (0.3)	20 (5.0)	69 (17.3)	185 (46.3)	125 (31.3)	4.03 (มาก)	6
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.05 (มาก)	

จากตารางที่ 104 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกใช้บริการฝับของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าทันที (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาได้แก่ พนักงานสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ พนักงานให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 105 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อากาศเย็นสบาย	1 (0.3)	9 (2.3)	62 (15.5)	181 (45.3)	147 (36.8)	4.16 (มาก)	2
การตกแต่งภายนอกที่สวยงาม	1 (0.3)	9 (2.3)	97 (24.3)	159 (39.8)	134 (33.5)	4.04 (มาก)	4
การตกแต่งภายในที่สวยงาม	1 (0.3)	9 (2.3)	86 (21.5)	184 (46.0)	120 (30.0)	4.03 (มาก)	5
บริเวณพักผ่อน เป็นระเบียบเรียบร้อย	2 (0.5)	13 (3.3)	61 (15.3)	164 (41.0)	160 (40.0)	4.17 (มาก)	1
จัดวางที่นั่งกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4 (1.0)	8 (2.0)	76 (19.0)	178 (44.5)	134 (33.5)	4.08 (มาก)	3
ตกแต่งร้าน และบรรยากาศภายใน	0 (0.0)	22 (5.5)	61 (15.3)	196 (49.0)	121 (30.3)	4.04 (มาก)	4
พนักงานสวมแบบฟอร์มของพนักงาน	1 (0.3)	18 (4.5)	111 (27.8)	182 (45.5)	88 (22.0)	3.85 (มาก)	11
มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการเช่นป้ายบอกทางเดินเข้า ออก ทางไปสุขา	2 (0.5)	11 (2.8)	78 (19.5)	216 (54.0)	93 (23.3)	3.97 (มาก)	8
การตกแต่งเวทีการแสดงดนตรี	3 (0.8)	15 (3.8)	100 (25.0)	177 (44.3)	105 (26.3)	3.92 (มาก)	9

ตารางที่ 105 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การจัดการถ่ายเทของอากาศ	4 (1.0)	20 (5.0)	72 (18.0)	173 (43.3)	131 (32.8)	4.02 (มาก)	6
มีระดับเสียงที่เหมาะสม	1 (0.3)	20 (5.0)	90 (22.5)	160 (40.0)	129 (32.3)	3.99 (มาก)	7
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.02 (มาก)	

จากตารางที่ 105 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริเวณพื้นสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ได้แก่ อากาศเย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการจัดวางที่นั่งกว้างขวาง ไม่คับแคบ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 106 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝัของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การทักทาย และต้อนรับเมื่อ ท่านเดินเข้ามาในร้าน	4 (1.0)	7 (1.8)	107 (26.8)	200 (50.0)	82 (20.5)	3.87 (มาก)	7
อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับ อย่างถูกต้องรวดเร็ว	0 (0.0)	9 (2.3)	81 (20.3)	191 (47.8)	119 (29.8)	4.05 (มาก)	4
ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้สะอาด	0 (0.0)	18 (4.5)	64 (16.0)	179 (44.8)	139 (34.8)	4.10 (มาก)	1
มีการให้บริการแก่ลูกค้าอย่าง เสมอภาค	4 (1.0)	21 (5.3)	61 (15.3)	188 (47.0)	126 (31.5)	4.03 (มาก)	5
มีการบริการด้วยความ ถูกต้องในเวลารวดเร็ว	0 (0.0)	15 (3.8)	75 (18.8)	174 (43.5)	136 (34.0)	4.08 (มาก)	3
การบริการจองโต๊ะล่วงหน้า	8 (2.0)	14 (3.5)	86 (21.5)	184 (46.0)	108 (27.0)	3.93 (มาก)	6
คิดเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	0 (0.0)	11 (2.8)	81 (20.3)	171 (42.8)	137 (34.3)	4.09 (มาก)	2
เฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.02 (มาก)	

จากตารางที่ 106 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝัของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาได้แก่ การคิดเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ มีการบริการด้วยความถูกต้องในเวลารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการฟัฒ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	3
ด้านราคา	3.85 (มาก)	4
ด้านการจัดจำหน่าย	3.76 (มาก)	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 (มาก)	5
ด้านบุคลากร	4.05 (มาก)	1
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.02 (มาก)	2
ด้านกระบวนการ	4.02 (มาก)	2

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการทุกปัจจัยหลักมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัด
จำหน่าย
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ 10 ลำดับแรก ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามปัจจัยย่อย

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ปัจจัยด้าน
1	ดีใจ เปิดเพลงไพเราะ	4.18 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
2	บริเวณผับสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.17 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
3	อากาศเย็นสบาย	4.16 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
4	แนวเพลงดนตรี	4.14 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
4	พนักงานเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าทันที	4.14 (มาก)	ด้านบุคลากร
5	วงดนตรีเล่นเพลงไพเราะ	4.11 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
5	พนักงานสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.11 (มาก)	ด้านบุคลากร
6	นักร้องร้องเพลงไพเราะ	4.10 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
6	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด	4.10 (มาก)	ด้านกระบวนการ
6	พนักงานให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี	4.10 (มาก)	ด้านบุคลากร
7	คิดเงินถูกต้องรวดเร็ว	4.09 (มาก)	ด้านกระบวนการ
8	มีบริการด้วยความถูกต้องในเวลารวดเร็ว	4.08 (มาก)	ด้านกระบวนการ

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ จำแนกตามปัจจัยย่อย (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ปัจจัยด้าน
9	จัดวางที่นั่งกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.08 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
10	ห้องน้ำสะอาด	4.06 (มาก)	การจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 108 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับ คือ การที่ ดีเจ เปิดเพลงไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ บริเวณผับสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) อากาศเย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) แนวเพลงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าทันที (ค่าเฉลี่ย 4.14) วงดนตรีเล่นเพลงไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.11) นักร้องร้องเพลงไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10) คิดเงินถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีบริการด้วยความถูกต้องในเวลารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) จัดวางที่นั่งกว้างขวาง ไม่คับแคบ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการผับของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตารางที่ 109 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการผับ

ลำดับที่	ปัญหาที่พบในการใช้บริการผับ	จำนวน	ร้อยละ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
1	มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสูง	141	10.30	ราคา
2	ระบายน้ำไม่ดี	127	9.28	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
3	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	121	8.84	การจัดจำหน่าย
4	รับคำสั่งอาหาร และเครื่องดื่มไม่ถูกต้อง	110	8.04	กระบวนการ
5	สถานที่ไม่เพียงพอรองรับผู้ใช้บริการ	105	7.67	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
5	เสียงดัง คนมากเกินไป	105	7.67	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
6	จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ	101	7.38	บุคลากร
7	การจัดที่นั่ง โต๊ะชิดกันเกินไป	91	6.65	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
8	พนักงานไม่สุภาพ	82	5.99	บุคลากร
9	พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าไม่เหมาะสม	73	5.33	อื่น ๆ
10	ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	72	5.26	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
11	มีอาหาร และเครื่องดื่มให้เลือกน้อย	67	4.89	ผลิตภัณฑ์
12	ร้านอยู่ไกล จากที่พัก	62	4.53	การจัดจำหน่าย
13	สั่งอาหารได้เฉพาะตามที่ระบุในเมนู	45	3.29	ผลิตภัณฑ์
14	จัดร้านไม่สวยงาม	44	3.21	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ
15	ชำระเงินสดแล้วไม่ได้รับเงินทอน	23	1.68	กระบวนการ

จากตารางที่ 109 พบว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการใช้บริการผับของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสูง ร้อยละ 10.30 รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ การระบายอากาศไม่ดี ร้อยละ 9.28 และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 8.84

ตารางที่ 110 ปัญหา และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ลำดับที่	ปัญหา และ ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1	ต้องการการบริการจากพนักงานอย่างดี และเสมอภาค	11	22.9
2	ปรับลดราคา Mixer ให้ถูกลง	7	14.6
3	ควรมีการระบายอากาศที่ดี อากาศถ่ายเทได้สะดวก	6	12.5
4	กวดขันเรื่องเด็กอายุไม่ถึงเกณฑ์	5	10.4
5	มีคัทน้อยไป อยากให้เปิดมากกว่าเดิม	4	8.3
6	มีลานจอดรถที่เพียงพอ ใกล้กับคัท	3	6.3
6	ปิดเร็วเกินไป ควรขยายเวลาการให้บริการของคัท	3	6.3
7	ควรจัดคัทให้อยู่ในโซนเดียวกัน	2	4.2
7	ควรเข้มงวดกับการแต่งกายของลูกค้าที่มาใช้บริการ	2	4.2
8	เปิดเพลงไม่สนุก	1	2.1
8	มีคัทเยอะเกินไป เป็นแหล่งมั่วสุม	1	2.1
8	ให้ดูแลรถควรเป็นชุดรักษาความปลอดภัย และมีแบบฟอร์ม	1	2.1
8	ไม่ควรทำการรบกวนให้เด็กหรือคนชราในบ้าน	1	2.1
8	ปิดๆ ไปบ้างก็ดี และเลิกจำหน่ายสุราให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 18	1	2.1

จากตารางที่ 110 พบว่าปัญหา และข้อเสนอแนะอื่นๆในการใช้บริการคัทของผู้ตอบ

แบบสอบถาม คือ ต้องการการบริการจากพนักงานอย่างดี และเสมอภาค ร้อยละ 22.9 รองลงมาคือ ปรับลดราคา Mixer ให้ถูกลง ร้อยละ 14.6 และ ควรมีการระบายอากาศที่ดี อากาศถ่ายเทได้สะดวก ร้อยละ 12.5