

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารเกาหลี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวสิรินทิพย์ หอมขจร
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารเกาหลี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง จำนวน 300 ราย นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี การศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

สรุปพฤติกรรมในการเลือกร้านอาหารเกาหลี คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการร้านอาหารเกาหลี ร้านอาหารป๊อปปูล่ามากที่สุดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และชอบประเภทร้านอาหารเกาหลีในรูปแบบ ร้านอาหารเกาหลี และ ญี่ปุ่นแบบผสมผสาน โดยมีอาหารจานเดียว อาหารชุด และบุฟเฟ่ต์ โดยมีทั้ง 3 รูปแบบในร้านเดียว ชอบรับประทานที่ร้าน เหตุผลในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารในร้านอาหารเกาหลี คือ อาหารมีผัก เครื่องเคียง หลากหลาย เพื่อนร่วมงาน/เพื่อน เป็นทั้ง ผู้ที่มีบทบาทในการชักชวน ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจ และเป็นผู้ที่ไปรับประทานอาหารเกาหลีด้วย การใช้บริการร้านอาหารเกาหลี ในจำนวนคนต่อครั้งที่ไม่น่าพอใจ ความถี่และวันที่ใช้บริการไม่น่าพอใจ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ คือ หลังเวลา 19.00 น. ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง โอกาสที่ให้บริการคือ อยากไปบริโภคอาหารเกาหลี อยากให้มีร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน งบประมาณต่อครั้งในการใช้บริการ

ร้านอาหารเกาหลี 200-400 บาท รู้จักร้านอาหารเกาหลีจากสื่อ ป้ายโฆษณา ขอบรายการส่งเสริมการขาย การสะสมแต้มปี เช่น 5 ครั้งฟรี 1 ครั้ง ความรู้สึกหลังจากรับประทานอาหารเกาหลีโดยรู้สึกว่าคุณคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรกได้แก่ มีสถานที่ให้บริการของตนเอง เป็นเอกเทศ รองลงมาคือ มีโปรโมชั่นพิเศษ บุฟเฟ่ต์ มา 3 จ่าย 2 เป็นต้น ทำการส่งเสริมการขาย หรือจัดและ โปรโมชั่นเป็นประจำและต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากัน สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการอาหารอื่น 1 จาน และ พนักงานให้บริการอย่างเพียงพอค่าเฉลี่ยเท่ากัน ชื่อเสียงของร้าน ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม รสชาติอาหารถูกปากเป็นรสแบบดั้งเดิมสไตล์เกาหลี มีการบริการ เครื่องเคียง แบบไม่คิดค่าใช้จ่าย และบริการ เครื่องดื่ม แบบไม่คิดค่าใช้จ่าย เช่น น้ำชา น้ำเปล่า เป็นต้น พร้อมทั้ง สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากัน

Independent Study Title	Consumer Behavior Selecting Korean Restaurants in Amphoe Mueang Chiang Mai
Author	Miss Sirintip Homkhajorn
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Consumer Behavior Towards Selecting Korean Restaurants in Amphoe Mueang Chiang Mai. Data were collected from 300 sample by using questionnaires and analyzed by using descriptive statistics including frequency, percentage and median.

The study showed that most of the respondents were females, aged between 21 and 30 years old, educated at bachelor degree level with a salary higher than 25,001 baht and were employed by private companies.

The summary of this study show that the respondents generally used dining service from Korean restaurants. Most of the respondents liked Biwon Korean restaurant. They preferred Korean Japanese fusion restaurant which occurred single dish, set menu and buffet by having 3 categories in one restaurant. The respondents liked to dine-in the restaurant. The reasons towards selecting Korean restaurants were foods with vegetables, variety of side dishes, friends / colleagues who recommended and made decision. As result date, frequency of access to services and number of customer per time were varied. The respondents generally went to the restaurant after 7 pm, spent approximately 1-2 hours for meal consumption and spent 200-400 baht per meal. The main opportunity to use the service was they wanted to consume Korean food. In addition they wanted Korean restaurant near their place of residence. The respondents generally knew about the restaurant from media and banners. Respondents liked promotion such as

collecting stamps + loyalty card which appeared buy 5 get 1 free. After finishing the meal, they felt the meal was value for money.

The summary of the ten factor with the highest average. The restaurant service on their private properties separately. There were promotion for buffet example pay only 2 persons for 3 persons and other sale promotion continuously at equal average. Order 1 set food and get free other 1 set and good and enough staff to service at equal average. The good reputation of restaurant. The variety of food and drink. The original good taste of food that was Korean style. There were other food served without charge example Kimchi, soft drink, hot tea, water and The place were clean, good ventilation system, tidiness at equal average.