

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน**

นายอนุชิต ชัยมงคล

**ปริญญา**

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์พรทิพย์	เชียรธีรวิทย์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยะลักษณ์	พุทธวงศ์	กรรมการ
อาจารย์กัณฑ์สินี	กันทะวงษ์วาร	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการใช้บริการผับและภัตตาคาร และเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20 ปี ศึกษาในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ อาศัยอยู่หอพักภายนอกมหาวิทยาลัย และมีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 7,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการผับและภัตตาคารพบว่า วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการผับและภัตตาคารคือเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง โดยใช้บริการร้านที่ตั้งบริเวณใกล้กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเฉพาะบริเวณถนนนิมมานเหมินท์ โดยร้านที่เลือกใช้บริการมากที่สุดคือร้านมังกี้ผับ รองลงมาเป็นร้านเคหาลี วันที่นิยมไปใช้บริการคือวันศุกร์ โดยเริ่มใช้บริการในช่วงเวลา 20.00 น. ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการในแต่ละครั้งประมาณ 2-4 ชั่วโมง เพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้าน โดยใช้บริการครั้งละ 3-4 คน ใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ อาหารที่นิยมสั่งคืออาหารประเภทกับแก้ม เครื่องดื่มที่นิยมสั่งคือ สุรา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 300-500 บาทต่อครั้ง ในการจ่ายเงินแต่ละครั้งจะเฉลี่ยกันจ่าย สำหรับสิ่งจูงใจในการตัดสินใจเลือกผับและภัตตาคารคือ บริเวณร้านมีบรรยากาศดี

ผลการศึกษาพบว่าภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาเป็นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจำแนกตามเพศแล้วพบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศชายเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนนักศึกษาเพศหญิงพบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา และเมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นโดยจำแนกตามสาขาวิชา พบว่านักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนนักศึกษาสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Behavior of Chiang Mai University Students in Selecting Pubs and Restaurants in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Mr. Anuchit Chaimongkon	
<b>Degree</b>	Master of Arts (Political Economy)	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Associate Professor Porntip Tianteerawit	Chairperson
	Assistant Professor Dr. Piyaluk Buddhawongsa	Member
	Lecturer Kansinee Guntawongwan	Member

### ABSTRACT

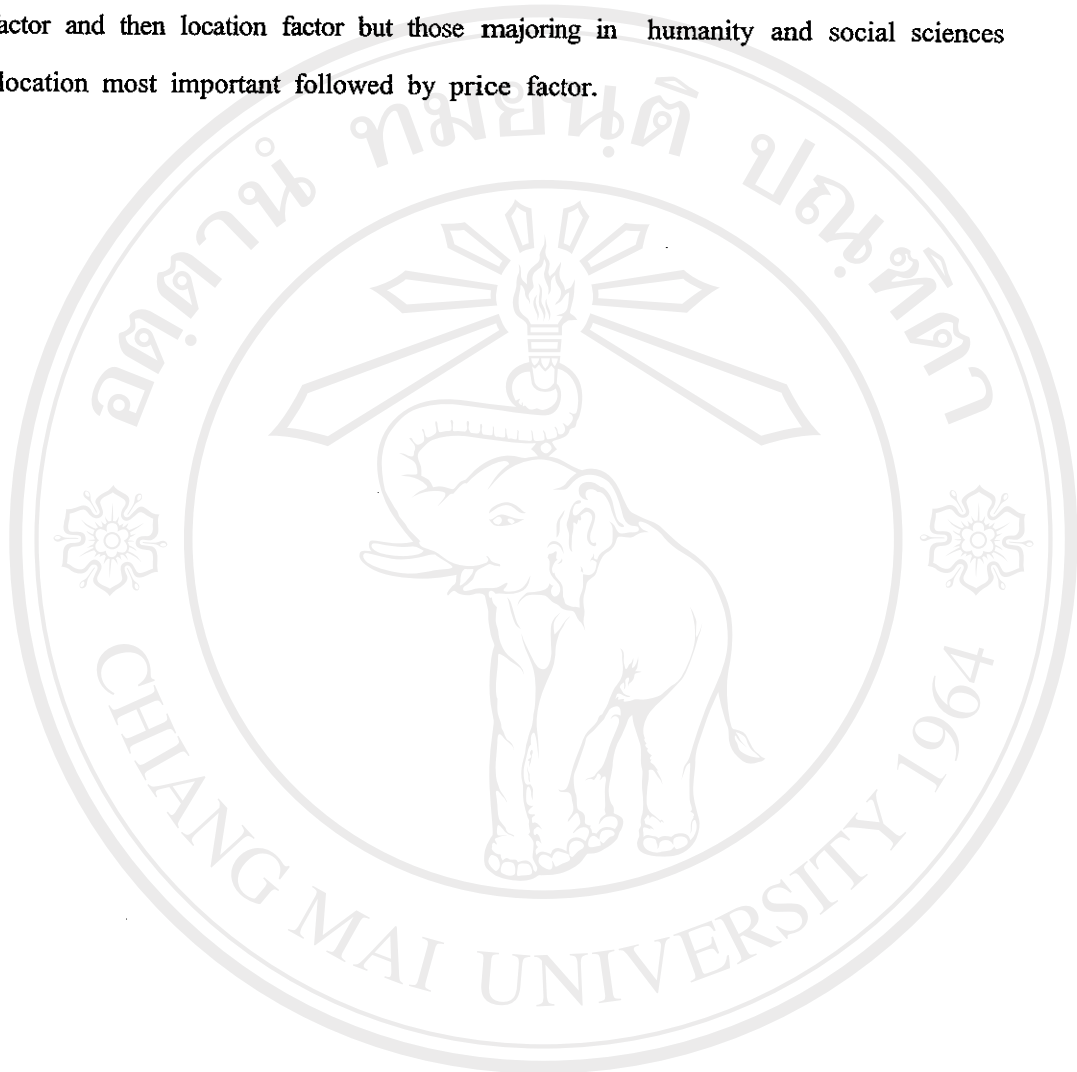
The behavior and the determining factors in the behavior of Chiang Mai University's undergraduate students in using pub and restaurant services in the city area of Chiang Mai Province were the focus of this study. Information were obtained from questionnaire interview of 300 samples. The analyses were based on descriptive statistics.

The findings indicated that most students going to pubs and restaurants could be described as male, 20 years old, studying in the field of humanities and social sciences in sophomore year, having domicile in the Northern Region, residing in off-campus dormitory, and having 5,000 – 7,000 baht monthly allowance on the average.

On the pub and restaurant services using behavior, it was found that the students under study went to these places with the purpose of meeting and socializing with friends, chose the locations nearby the university campus especially in the vicinity of Nimmanhemmin Road, with the Monkey Pub being the most favorite choice followed by Deli. They often visited the pubs and restaurants on Friday, beginning at 20.00 p.m. , and spending 2-4 hours there. Friends had the influence in the choice of place. In general 3-4 persons went together and met once a week on the average. Their most favorite food order was appertizer starter, and the most popular drink was alcohol beverage. The average spending was 300 – 500 baht per visit and shared by all persons in the group. The incentive for choosing any particular place was its atmosphere.

The most determining factor for choosing a pub and restaurant was found to be price, followed by location, and product and services, respectively. Male and female students appeared

different in their opinions. Male students considered price being the most decisive factor followed by location while the female counterpart took location more important than price. In terms of disciplinary orientation, students majoring in Sciences and Technology placed primary importance on price factor and then location factor but those majoring in humanity and social sciences considered location most important followed by price factor.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved