

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิงในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 385 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test, F-test และ LSD. และ Pearson Chi-Square (χ^2).

ผลงานวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่ ลูกค้ามาใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน มาใช้บริการวันเสาร์, ใช้บริการเวลา 20.01-22.00 น. ใช้บริการครั้งละ 1-2 ชั่วโมง นิยมสั่งเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 500-1,000 บาท และลูกค้ามาฟังเพลงและร้องเพลง

2. ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ส่วนอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานบันเทิง พบว่า วันที่ลูกค้ามาใช้บริการและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมของลูกค้าพบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรส ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมในการมาใช้บริการที่สถานบันเทิงของลูกค้า

This research aims to 1) study the behavior of the customers using the services of the entertaining places, 2) study the levels of their satisfaction, 3) compare the customers' behavior classified according to their personal factors, 4) compare the levels of the customers' satisfaction classified by their behaviors, and 5) study the correlation between the customers' personal factors and their behavior. The 385 population was sampled randomly from customers using services in the entertaining places in Phranakhon Si Ayutthaya District, Phranakhon Si Ayutthaya province. The research tool was a questionnaire. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, LSD and Pearson Chi-Square (χ^2).

The findings indicate that:

1. the customers' behavior, most customers used the services 1-2 times per month, on Saturdays, during 20.01-22.00, for 1-2 hours. Alcoholic drinks were preferable, average expenses about 500-1,000 bath, and they listened to songs and sang.

2. the levels of customers' satisfaction, they satisfied with the services, prices, places, and marketing promotion at a high level.

3. the results of the comparison of the satisfaction levels classified by their personal factors revealed that customers with different educational levels satisfied differently with the prices, places and marketing promotion. The customers with various jobs satisfied with the prices and marketing promotion at a significantly different 0.05.

4. the analyzed results to compare the satisfaction levels of customers using the services in the entertaining places classified by their behaviors showed that they used the services on different days and the average expenses were also different. They satisfied with the services, prices and marketing promotion at a significantly different 0.05.

5. the analysis of the relationship between the personal factors and the customers' behaviors showed that their sexes, ages, monthly incomes and marital status related to the behavior of using the services in the entertaining places.