

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง เชียงราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 2 – ตารางที่ 7)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอเมืองเชียงราย (ตารางที่ 8 – ตารางที่ 29)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอเมืองเชียงราย จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 30 – ตารางที่ 44)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงราย (ตารางที่ 45 – ตารางที่ 53)

ส่วนที่ 5 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่พบในการรับประทานอาหาร ญี่ปุ่นในอำเภอเมือง เชียงราย (ตารางที่ 54 – ตารางที่ 61)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|---------------|
| ชาย | 102 | 40.80 |
| หญิง | 148 | 59.20 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.20 และเพศชาย ร้อยละ 40.80

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 55 | 22.00 |
| 21 – 30 ปี | 145 | 58.00 |
| 31 - 40 ปี | 30 | 12.00 |
| 41 – 50 ปี | 19 | 7.60 |
| 51 ปีขึ้นไป | 1 | 0.40 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 22.00 และอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 30.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|---------------|
| นักเรียน/ นักศึกษา | 162 | 64.80 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 36 | 14.40 |
| รับราชการ | 15 | 6.00 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ | 14 | 5.60 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 23 | 9.20 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 14.40 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 9.20

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|------------|---------------|
| โสด | 207 | 82.80 |
| สมรส | 42 | 16.80 |
| อื่นๆ | 1 | 0.40 |
| รวม | 250 | 100.00 |

หมายเหตุ : สถานภาพอื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง (1)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 82.80 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 16.80 และอื่นๆ (หย่าร้าง) ร้อยละ 0.40

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ

| ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|---------------|
| มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า | 12 | 4.80 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า | 113 | 45.20 |
| อนุปริญญา/เทียบเท่า | 7 | 2.80 |
| ปริญญาตรี | 94 | 37.60 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 24 | 9.60 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่ามากที่สุด ร้อยละ 45.20 รองลงมาคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 37.60 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.60

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท | 69 | 27.60 |
| 5,001 – 20,000 บาท | 114 | 45.60 |
| 20,001 – 35,000 บาท | 34 | 13.60 |
| 35,001 – 50,000 บาท | 22 | 8.80 |
| 50,001 – 65,000 บาท | 8 | 3.20 |
| มากกว่า 65,000 บาท | 3 | 1.20 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 45.60 รองลงมาคือ ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 27.60 และ 20,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 13.60

4.2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง เชียงราย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นที่เคยใช้บริการ

| จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นที่เคยใช้บริการ (ร้าน) | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| 1 | 58 | 23.20 |
| 2 | 83 | 33.20 |
| 3 | 54 | 21.60 |
| 4 | 25 | 10.00 |
| 5 | 20 | 8.00 |
| 6 | 3 | 1.20 |
| 7 | 2 | 0.80 |
| 10 | 4 | 1.60 |
| 11 | 1 | 0.40 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นจำนวน 2 ร้าน มากที่สุด ร้อยละ 33.20 รองลงมาคือ เคยใช้บริการจำนวน 1 ร้าน ร้อยละ 23.20 และเคยใช้บริการจำนวน 3 ร้าน ร้อยละ 21.60

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการรับประทาน
อาหารญี่ปุ่นที่บ่อยที่สุด

| ลักษณะการรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่บ่อยที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน | 31 | 12.40 |
| รับประทานที่ร้าน | 219 | 87.60 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ร้าน
ร้อยละ 87.60 และซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน ร้อยละ 12.40

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เลือกซื้อหรือ
รับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด

| สถานที่เลือกซื้อหรือรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ร้าน | 162 | 64.80 |
| ศูนย์การค้า | 61 | 24.40 |
| ตลาด | 27 | 10.80 |
| รวม | 250 | 100.00 |

หมายเหตุ : ร้าน หมายถึง ร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีสถานที่ให้บริการของตนเองเป็นเอกเทศ

ศูนย์การค้า หมายถึง ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า

ตลาด หมายถึง ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่ในตลาด เช่น การจำหน่ายซูชิแบบรถเข็น หรือค้ออส

จากตารางที่ 10 พบว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อหรือ
รับประทานอาหารญี่ปุ่น คือ ร้าน ร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ ศูนย์การค้า ร้อยละ 24.40 และตลาด
ร้อยละ 10.80

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

| ความถี่ในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|---------------|
| น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 64 | 25.60 |
| 1 ครั้งต่อเดือน | 77 | 30.80 |
| มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 71 | 28.40 |
| 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง | 38 | 15.20 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 30.80 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 28.40 และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.80

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น

| วันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|---------------|
| วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) | 71 | 28.40 |
| วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) | 149 | 59.60 |
| วันหยุดเทศกาล | 30 | 12.00 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) ร้อยละ 59.60 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 28.40 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 12.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ยินยอมรับโภชนาการญี่ปุ่น

| ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|---------------|
| 8.00 – 10:30 น. | 8 | 3.20 |
| 10:30 – 14:30 น. | 63 | 25.20 |
| 16:00 – 21.00 น. | 174 | 69.60 |
| อื่นๆ | 5 | 2.00 |
| รวม | 250 | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่นอน (5)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 69.60 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 25.20 และ 8:00 น. – 10:30 น. ร้อยละ 3.20

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ริเริ่มหรือชักชวนในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ผู้ริเริ่มหรือชักชวนในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ตนเอง | 99 | 39.60 |
| เพื่อน | 189 | 75.60 |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 74 | 29.60 |
| ลูกค้า | 15 | 6.00 |
| หัวหน้างาน | 10 | 4.00 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

จากตารางที่ 14 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ริเริ่มหรือชักชวนในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพื่อน ร้อยละ 75.60 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 39.60 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 29.60

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด

| ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ตนเอง | 70 | 28.00 |
| เพื่อน | 131 | 52.40 |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 30 | 12.00 |
| ลูกค้า | 12 | 4.80 |
| หัวหน้างาน | 7 | 2.80 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 15 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพื่อน ร้อยละ 52.40 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 28.00 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 12.00

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารญี่ปุ่นด้วย

| บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารญี่ปุ่นด้วย | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| รับประทานอาหารคนเดียว | 79 | 31.60 |
| เพื่อน | 197 | 78.80 |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 88 | 35.20 |
| ลูกค้า | 12 | 4.80 |
| หัวหน้างาน | 15 | 6.00 |
| อื่นๆ | 1 | 0.40 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

อื่นๆ ได้แก่ แฟน (1)

จากตารางที่ 16 พบว่าบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามร่วมรับประทานอาหารด้วยส่วนใหญ่ คือ เพื่อน ร้อยละ 78.80 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 35.20 และตนเอง ร้อยละ 31.60

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารญี่ปุ่นด้วย (รวมผู้ตอบ)

| จำนวนบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารญี่ปุ่นด้วย (รวมผู้ตอบ) | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| รับประทานอาหารคนเดียว | 15 | 6.00 |
| 2 – 3 คน | 126 | 50.40 |
| 4 – 5 คน | 73 | 29.20 |
| 6 – 7 คน | 22 | 8.80 |
| 8 คนขึ้นไป | 14 | 5.60 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 17 พบว่าจำนวนบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารญี่ปุ่นกับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 2 – 3 คน ร้อยละ 50.40 รองลงมาคือ 4 – 5 คน ร้อยละ 29.20 และ 6 – 7 คน ร้อยละ 8.80

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทำเลของร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมใช้บริการ

| ทำเลของร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมใช้บริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ใกล้ที่พักอาศัย | 98 | 39.20 |
| ใกล้ที่ทำงาน | 25 | 10.00 |
| ร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน | 63 | 25.20 |
| ในห้างสรรพสินค้า | 60 | 24.00 |
| อื่นๆ | 4 | 1.60 |
| รวม | 250 | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ใกล้มหาวิทยาลัย (1) แถวโรงเรียน (1) ร้านที่สะดวกในขณะนั้น (1) และไม่เกี่ยวกับทำเล (1)

จากตารางที่ 18 พบว่าทำเลของร้านอาหารญี่ปุ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 39.20 รองลงมาคือ ร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน ร้อยละ 25.20 และในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 24.00

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารในร้านอาหารญี่ปุ่น

| เหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารในร้านอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| อยู่ใกล้บ้าน | 82 | 32.80 |
| อาหารอร่อย | 203 | 81.20 |
| บริการดี | 117 | 46.80 |
| อาหารสะอาด สีสันสวยงาม | 122 | 48.80 |
| บรรยากาศดี | 109 | 43.60 |
| ราคาไม่แพง | 94 | 37.60 |
| มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน | 23 | 9.20 |
| มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย | 61 | 24.40 |
| ร้านสะอาด | 96 | 38.40 |
| การบริการของพนักงาน | 45 | 18.00 |
| อื่นๆ | 7 | 2.80 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนชวน (5) เพื่อสุขภาพ (1) และเห็นโฆษณาแล้วรู้สึกอยากรับประทาน (1)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น เนื่องจากอาหารอร่อย ร้อยละ 81.20 รองลงมาคือ อาหารสะอาด สีสันสวยงาม ร้อยละ 48.80 และบริการดี ร้อยละ 46.80

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นที่เลือกรับประทานเป็นประจำ

| ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เลือกรับประทานเป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ชินกังเซ็น | 155 | 62.00 |
| ฟูมิซูกิ | 103 | 41.20 |
| โตเมโต้ | 72 | 28.80 |
| โบตันย่า | 35 | 14.00 |
| อื่นๆ | 18 | 7.20 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

อื่นๆ ได้แก่ ฟูจิ (5) สะจิบัง (3) ฟูจิและสะจิบัง (3) ตลาด (3) โออิชิ (2) จำชื่อร้านไม่ได้ และไม่ทราบชื่อ (2)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานร้านอาหารญี่ปุ่นชินกังเซ็นมากที่สุด ร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูมิซูกิ ร้อยละ 41.20 และร้านอาหารญี่ปุ่นโตเมโต้ ร้อยละ 28.80

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น

| แหล่งที่ทำให้รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| ป้ายโฆษณา | 128 | 51.20 |
| ใบปลิว/ แผ่นพับ | 105 | 42.00 |
| หนังสือแนะนำเที่ยว | 50 | 20.00 |
| เพื่อนหรือคนรู้จัก | 175 | 70.00 |
| หนังสือพิมพ์ | 25 | 10.00 |
| โทรทัศน์ | 68 | 27.20 |
| วิทยุ | 20 | 8.00 |
| อินเทอร์เน็ต | 55 | 22.00 |
| พนักงานของร้าน | 28 | 11.20 |
| อื่นๆ | 1 | 0.40 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

แหล่งที่มาอื่นๆ ได้แก่ บังเอิญผ่าน (1)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นจากเพื่อนและคนรู้จัก ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 51.20 และใบปลิว/ แผ่นพับ ร้อยละ 42.00

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการอาหารญี่ปุ่นที่นิยมสั่ง

| รายการอาหารญี่ปุ่นที่นิยมสั่ง | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| เส้นร้อน เช่น ราเมง | 105 | 42.00 |
| เส้นเย็น เช่น ซารุ โชบะ อุด้ง | 76 | 30.40 |
| ข้าวห่อสำหรับ | 103 | 41.20 |
| ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ | 113 | 45.20 |
| ปลาดิบ (ซาซิมิ) | 115 | 46.00 |
| ผัด เช่น หมูผัดซีอิ้วญี่ปุ่น หมูผัดขิง | 44 | 17.60 |
| สลัด | 36 | 14.40 |
| ทอด เช่น หมูทอด เทมปุระ | 103 | 41.20 |
| ยำ เช่น ยำสำหรับ | 70 | 28.00 |
| ต้ม เช่น หัวปลาต้มซีอิ้ว | 43 | 17.20 |
| นึ่ง เช่น ไช้ตุน | 69 | 27.60 |
| ย่าง เช่น ปลาย่างซีอิ้ว ปลาย่างเกลือ | 96 | 38.40 |
| อื่นๆ | 2 | 0.80 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

แหล่งที่มาอื่นๆ ได้แก่ ไข้กุ้ง (1) ทาโกะยากิ (1)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมสั่งปลาดิบ (ซาซิมิ) มากที่สุด ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ ร้อยละ 45.20 และ เส้นร้อน เช่น ราเมง ร้อยละ 42.00

ลิขสิทธิ์สงวนลิขสิทธิ์โดยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการปรุงอาหารที่ชอบมากที่สุด

| ลักษณะการปรุงอาหารที่ชอบมากที่สุด | จำนวน | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก |
|-----------------------------------|-------|----------------------|
| ทอด | 170 | 0.88 |
| ต้ม | 102 | 0.69 |
| ย่าง/ปิ้ง | 174 | 1.30 |
| ผัด | 85 | 0.77 |
| ตุ๋น | 91 | 0.88 |
| อบ | 59 | 0.62 |
| คิบ | 119 | 0.86 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

จากตารางที่ 23 พบว่าลักษณะการปรุงอาหารที่ผู้ตอบสอบถามชอบมากที่สุด คือ การปรุงอาหารแบบย่าง/ปิ้ง ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.30 รองลงมาคือ การปรุงอาหารแบบทอด และตุ๋น ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 0.88 เท่ากัน และการปรุงอาหารแบบคิบ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 0.86

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติอาหารญี่ปุ่นที่ชอบมากที่สุด

| รสชาติอาหารญี่ปุ่นที่ชอบมากที่สุด | จำนวน | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก |
|-----------------------------------|-------|----------------------|
| หวาน | 145 | 0.93 |
| มัน | 90 | 0.71 |
| เผ็ด | 161 | 1.25 |
| จืด | 107 | 1.00 |
| เค็ม | 152 | 1.27 |
| เปรี้ยว | 95 | 0.84 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

จากตารางที่ 24 พบว่ารสชาติอาหารญี่ปุ่นที่ผู้ตอบสอบถามชอบมากที่สุด คือ รสเค็ม ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.25 รองลงมาคือ รสเผ็ด ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.25 และรสจืด ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.00

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องดื่มที่นิยมสั่ง

| เครื่องดื่มที่นิยมสั่ง | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|---------------|
| ชาเขียวร้อน (แบบเติมได้) | 36 | 14.40 |
| ชาเขียวเย็น (แบบเติมได้) | 98 | 39.20 |
| ชาเขียวใส่นม | 33 | 13.20 |
| น้ำอัดลม | 28 | 11.20 |
| น้ำเปล่า | 28 | 11.20 |
| เบียร์ | 12 | 4.80 |
| เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ | 1 | 0.40 |
| ชาหรือกาแฟ | 14 | 5.60 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 25 พบว่าเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมสั่ง คือ ชาเขียวเย็น (แบบเติมได้) ร้อยละ 39.20 รองลงมาคือ ชาเขียวร้อน (แบบเติมได้) ร้อยละ 14.40 และชาเขียวใส่นม ร้อยละ 13.20

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการนั่งรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ร้าน

| ลักษณะการนั่งรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ร้าน | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| นั่งหย่อนขา | 178 | 71.20 |
| นั่งกับพื้น | 110 | 44.00 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการนั่งรับประทาน
อาหารญี่ปุ่นที่ร้านแบบหย่อนขา ร้อยละ 71.20 รองลงมาเป็นการนั่งกับพื้น ร้อยละ 44.00

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกในการ
รับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|---------------|
| คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป | 50 | 20.00 |
| ราคาแพงเกินความเป็นจริง | 97 | 38.80 |
| ประทับใจทุกครั้งที่ได้รับประทาน | 32 | 12.80 |
| เฉยๆ | 70 | 28.00 |
| อื่นๆ | 1 | 0.40 |
| รวม | 250 | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่อร่อย (1)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกราคาแพงเกินความเป็นจริง
มากที่สุด ร้อยละ 38.80 รองลงมาคือ คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ร้อยละ 20.00 และรู้สึกเฉยๆ ร้อยละ
28.00

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น

| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ต่ำกว่า 60 บาท | 7 | 2.80 |
| 60 - 120 บาท | 69 | 27.60 |
| 121 - 180 บาท | 59 | 23.60 |
| 181 - 240 บาท | 27 | 10.80 |
| 240 - 300 บาท | 42 | 16.80 |
| มากกว่า 300 บาท | 46 | 18.40 |
| รวม | 250 | 100.00 |

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนที่ 60 - 120 บาท มากที่สุด ร้อยละ 27.60 รองลงมาคือ 121 - 180 บาท ร้อยละ 23.60 และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 18.40

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ

| รายการส่งเสริมการขายที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| ของแถมในช่วงเทศกาลต่างๆ | 109 | 43.60 |
| การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด | 119 | 47.60 |
| การจับฉลาก | 45 | 18.00 |
| การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล | 71 | 28.40 |
| การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ | 103 | 41.20 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชอบรายการส่งเสริมการขายที่เป็น การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด มากที่สุด ร้อยละ 47.60 รองลงมาคือ ของแถมในช่วงเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 43.60 และการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ ร้อยละ 41.20

4.3 พฤติกรรมในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงราย จำแนก ตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่น และเพศ

| ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | เพศ | | | |
|---------------------------------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 26 | 25.50 | 38 | 25.70 |
| 1 ครั้งต่อเดือน | 31 | 30.40 | 46 | 31.10 |
| มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 35 | 34.30 | 36 | 24.30 |
| 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง | 10 | 9.80 | 28 | 18.90 |
| รวม | 102 | 100.00 | 148 | 100.00 |

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความถี่ในการใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่น มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 34.30 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 30.40
และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.50

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น
1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 31.10 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.70 และ
มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.30

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำแนกตามวันที่นิคมบริโภคอาหารญี่ปุ่น และเพศ

| วันที่นิคมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | เพศ | | | |
|----------------------------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) | 29 | 28.40 | 42 | 28.40 |
| วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) | 57 | 55.90 | 92 | 62.20 |
| วันหยุดเทศกาล | 16 | 15.70 | 14 | 9.50 |
| รวม | 102 | 100.00 | 148 | 100.00 |

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย นิคมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 55.90 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 28.40 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 15.70

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง นิคมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 62.20 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 28.40 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 9.50

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น และเพศ

| ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | เพศ | | | |
|-----------------------------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 8.00 – 10:30 น. | 5 | 4.90 | 3 | 2.00 |
| 10:30 – 14:30 น. | 24 | 23.50 | 39 | 26.40 |
| 16:00 – 21.00 น. | 73 | 71.60 | 101 | 68.20 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 | 5 | 3.40 |
| รวม | 102 | 100.00 | 148 | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่น่านอน (5)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายนิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 71.60 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 23.50 และ 8.00 – 10:30 น. ร้อยละ 4.90

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงนิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 68.20 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 26.40 และช่วงเวลาที่ไม่น่านอน ร้อยละ 3.40

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำแนกตามผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และเพศ

| ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด | เพศ | | | |
|---|------------|---------------|------------|---------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตนเอง | 29 | 28.40 | 41 | 27.70 |
| เพื่อน | 54 | 52.90 | 77 | 52.00 |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 12 | 11.80 | 18 | 12.20 |
| ลูกค้า | 5 | 4.90 | 7 | 4.70 |
| หัวหน้างาน | 2 | 2.00 | 5 | 3.40 |
| รวม | 102 | 100.00 | 148 | 100.00 |

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คือ เพื่อน ร้อยละ 52.90 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 28.40 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 11.80

ส่วนผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คือ เพื่อน ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 27.70 และครอบครัว /ญาติพี่น้อง ร้อยละ 12.20

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และเพศ

| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | เพศ | | | |
|---|------------|---------------|------------|---------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 60 บาท | 3 | 2.90 | 4 | 2.70 |
| 60 - 120 บาท | 30 | 29.40 | 39 | 26.40 |
| 121 - 180 บาท | 21 | 20.60 | 38 | 25.70 |
| 181 - 240 บาท | 11 | 10.80 | 16 | 10.80 |
| 240 - 300 บาท | 20 | 19.60 | 22 | 14.90 |
| มากกว่า 300 บาท | 17 | 16.70 | 29 | 19.60 |
| รวม | 102 | 100.00 | 148 | 100.00 |

จากตารางที่ 34 พบว่าเพศชายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60-120 บาท ร้อยละ 29.40 รองลงมาคือ 121 - 180 บาท ร้อยละ 20.60 และ 240 - 300 บาท ร้อยละ 19.60

เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 - 120 บาท ร้อยละ 26.40 รองลงมาคือ 121 - 180 บาท ร้อยละ 25.70 และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 19.60

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และอาชีพ

| ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | อาชีพ | |
|---------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | อื่นๆ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 41 (25.30) | 23 (26.10) |
| 1 ครั้งต่อเดือน | 54 (33.30) | 23 (26.10) |
| มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 45 (27.80) | 26 (29.50) |
| 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง | 22 (13.60) | 16 (18.20) |
| รวม | 162 (100.00) | 88 (100.00) |

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 33.30 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 27.80 และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.30

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 26.10 เท่ากัน และ 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง ร้อยละ 18.20

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิมบรีโลกอาหารญี่ปุ่น และอาชีพ

| วันที่นิมบรีโลกอาหารญี่ปุ่น | อาชีพ | |
|----------------------------------|-------------------------|------------------------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | อื่นๆ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) | 41 (25.30) | 30 (34.10) |
| วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) | 105 (64.80) | 44 (50.00) |
| วันหยุดเทศกาล | 16 (9.90) | 14 (15.90) |
| รวม | 162 (100.00) | 88 (100.00) |

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา นิมบรีโลกอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 25.30 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 9.90

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์) ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 34.10 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 15.90

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมใช้บริโภคอาหารญี่ปุ่น และอาชีพ

| ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | อาชีพ | |
|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | อื่นๆ |
| | จำนวน | จำนวน |
| 8.00 – 10:30 น. | 3 (1.90) | 5 (5.70) |
| 10:30 – 14:30 น. | 40 (24.70) | 23 (26.10) |
| 16:00 – 21.00 น. | 116 (71.60) | 58 (65.90) |
| อื่นๆ | 3 (1.90) | 2 (2.30) |
| รวม | 162 (100.00) | 88 (100.00) |

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ ช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ไม่น่นอน (5)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 71.60 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 24.70 ช่วงเวลา 8.00 – 10:30 น. และช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ช่วงเวลาที่ไม่นอน ร้อยละ 1.90 เท่ากัน

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 65.90 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 26.10 และช่วงเวลา 8.00 – 10:30 น. ร้อยละ 5.70

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และอาชีพ

| ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด | อาชีพ | |
|---|-------------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | อื่นๆ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตนเอง | 51 (31.50) | 19 (21.60) |
| เพื่อน | 95 (58.60) | 36 (40.90) |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 11 (6.80) | 19 (21.60) |
| ลูกค้า | 4 (2.50) | 8 (9.10) |
| หัวหน้างาน | 1 (0.60) | 6 (6.80) |
| รวม | 162 (100.00) | 88 (100.00) |

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คือ เพื่อน ร้อยละ 58.60 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 31.50 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 6.80

ส่วนผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน คือ เพื่อน ร้อยละ 40.90 รองลงมาคือ ตนเอง และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 21.60 เท่ากัน และลูกค้า ร้อยละ 9.10



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และอาชีวะ

| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | อาชีวะ | |
|---|-------------------------|------------------------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | อื่นๆ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 60 บาท | 6 (3.70) | 1 (1.10) |
| 60 - 120 บาท | 48 (29.60) | 21 (23.90) |
| 121 - 180 บาท | 39 (24.10) | 20 (22.70) |
| 181 - 240 บาท | 19 (11.70) | 8 (9.10) |
| 240 - 300 บาท | 25 (15.40) | 17 (19.30) |
| มากกว่า 300 บาท | 25 (15.40) | 21 (23.90) |
| รวม | 162 (100.00) | 88 (100.00) |

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 - 120 บาท ร้อยละ 29.60 รองลงมาคือ 121 - 180 บาท ร้อยละ 24.10 และ 240 - 300 บาท มากกว่า 300 บาท ร้อยละ 15.40 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน

มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 - 120 บาท และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 23.90 เท่ากัน รองลงมาคือ 121 - 180 บาท ร้อยละ 22.70 และ 240 – 300 บาท ร้อยละ 19.30

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

| ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001 – 20,000 บาท | มากกว่า 20,000 บาท |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 22 (31.90) | 26 (22.80) | 16 (23.90) |
| 1 ครั้งต่อเดือน | 19 (27.50) | 37 (32.50) | 21 (31.30) |
| มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | 15 (21.70) | 35 (30.70) | 21 (31.30) |
| 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง | 13 (18.80) | 16 (14.00) | 9 (13.40) |
| รวม | 162 (100.00) | 114 (100.00) | 67 (100.00) |

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 31.90 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 27.50 และมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 5,001 – 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 30.70 และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 1 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 1 ครั้งต่อ ร้อยละ 31.30 เท่ากัน รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 23.90 และ 2 – 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง ร้อยละ 13.40

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

| วันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001 – 20,000 บาท | มากกว่า 20,000 บาท |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) | 14 (20.30) | 36 (31.60) | 21 (31.30) |
| วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) | 47 (68.10) | 65 (57.00) | 37 (55.20) |
| วันหยุดเทศกาล | 8 (11.60) | 13 (11.40) | 9 (13.40) |
| รวม | 162 (100.00) | 114 (100.00) | 67 (100.00) |

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 68.10 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 20.30 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 11.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 5,001 – 20,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด ร้อยละ 57.00 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 31.60 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 11.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด ร้อยละ 55.20 รองลงมาคือ วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ร้อยละ 31.30 และวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 13.40

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการอาหารญี่ปุ่น และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

| ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001 – 20,000 บาท | มากกว่า 20,000 บาท |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 8.00 – 10:30 น. | 2 (2.90) | 4 (3.50) | 2 (3.00) |
| 10:30 – 14:30 น. | 18 (26.10) | 27 (23.70) | 18 (26.90) |
| 16:00 – 21.00 น. | 48 (69.60) | 81 (71.10) | 45 (67.20) |
| อื่นๆ | 1 (1.40) | 2 (1.80) | 2 (3.00) |
| รวม | 162 (100.00) | 114 (100.00) | 67 (100.00) |

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่นอนอน (5)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 69.60 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 26.10 และ 8.00 – 10:30 น. ร้อยละ 2.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 5,001 – 20,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 น.– 21.00 น. ร้อยละ 71.10 รองลงมาคือ 10:30น. – 14:30 น. ร้อยละ 23.70 และช่วงเวลา 8.00 – 10:30 น. ร้อยละ 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นในช่วงเวลา 16:00 – 21.00 น. ร้อยละ 67.20 รองลงมาคือ 10:30 – 14:30 น. ร้อยละ 26.90 ช่วงเวลา 8.00 – 10:30 น. และช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 3.00 เท่ากัน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำแนกตามผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และรายได้

| ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|---|-------------------------------|-------------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001 – 20,000 บาท | มากกว่า 20,000 บาท |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตนเอง | 23 (33.30) | 31 (27.20) | 16 (23.90) |
| เพื่อน | 39 (56.50) | 64 (56.10) | 28 (41.80) |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 7 (10.10) | 8 (7.00) | 15 (22.40) |
| ลูกค้า | 0 (0.00) | 6 (5.30) | 6 (9.00) |
| หัวหน้างาน | 0 (0.00) | 5 (4.40) | 2 (3.00) |
| รวม | 162 (100.00) | 114 (100.00) | 67 (100.00) |

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คือ เพื่อน ร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 33.30 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 10.10

ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในช่วง 5,001 – 20,000 บาท คือ เพื่อน ร้อยละ 56.10 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 27.20 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 7.00

ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในมากกว่า 20,001 – 35,000 บาท คือ เพื่อน ร้อยละ 41.80 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 23.90 และครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 22.40

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และรายได้

| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|---|-------------------------------|-------------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001 – 20,000 บาท | มากกว่า 20,000 บาท |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 60 บาท | 4 (5.80) | 2 (1.80) | 1 (1.50) |
| 60 - 120 บาท | 22 (31.90) | 30 (26.30) | 17 (25.40) |
| 121 - 180 บาท | 16 (23.20) | 30 (26.30) | 13 (19.40) |
| 181 – 240 บาท | 11 (15.90) | 12 (10.50) | 4 (6.00) |
| 240 – 300 บาท | 9 (13.00) | 18 (15.80) | 15 (22.40) |
| มากกว่า 300 บาท | 7 (10.10) | 22 (19.30) | 17 (25.40) |
| รวม | 162 (100.00) | 114 (100.00) | 67 (100.00) |

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 – 120 บาท ร้อยละ 31.90 รองลงมาคือ 121 – 180 บาท ร้อยละ 23.20 และ 181 – 240 บาท ร้อยละ 15.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในช่วง 5,001 – 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 – 120 บาท 121 – 180 บาท ร้อยละ 26.30 เท่ากัน รองลงมาคือ มากกว่า 300 บาท ร้อยละ 19.30 และ 240 – 300 บาท ร้อยละ 15.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 – 35,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ 60 - 120 บาท และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 25.40 เท่ากัน รองลงมาคือ 240 – 300 บาท ร้อยละ 22.40 และ 121 - 180 บาท ร้อยละ 19.40

4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอเมืองเชียงราย

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับที่ | ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|----------|--|--|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | อาหารมีรสชาติอร่อย | 107 (42.80) | 107 (42.80) | 31 (12.40) | 4 (1.60) | 1 (0.40) | 4.26 (มาก) |
| 2 | ความสะอาดของอาหาร | 87 (34.80) | 134 (53.60) | 27 (10.80) | 2 (0.80) | 0 (0.00) | 4.22 (มาก) |
| 3 | ความสดใหม่และคุณภาพของอาหาร | 90 (36.00) | 112 (44.80) | 45 (18.00) | 3 (1.20) | 0 (0.00) | 4.16 (มาก) |
| 4 | การตกแต่งอาหาร (สวยงาม น่าทาน) | 50 (20.00) | 136 (54.40) | 60 (24.00) | 3 (1.20) | 1 (0.40) | 3.92 (มาก) |
| 5 | รสชาติอาหารเป็นแบบทันสมัย (ปรับให้ถูกปากคนไทย) | 49 (19.60) | 136 (54.40) | 55 (22.00) | 9 (3.60) | 1 (0.40) | 3.89 (มาก) |
| 6 | มีเมนูใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดทุกช่วงเทศกาล | 49 (19.60) | 132 (52.80) | 55 (22.00) | 14 (5.60) | 0 (0.00) | 3.86 (มาก) |
| 7 | ความหลากหลายของรายการอาหาร | 60 (24.00) | 105 (42.00) | 71 (28.40) | 12 (4.80) | 2 (0.80) | 3.84 (มาก) |
| 8 | รสชาติอาหารเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น | 48 (19.20) | 125 (50.00) | 64 (25.60) | 11 (4.40) | 2 (0.80) | 3.82 (มาก) |

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น (ต่อ)

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|---|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 9 | มีการจัดจำหน่าย อาหารชุด | 43 (17.20) | 127 (50.80) | 63 (25.20) | 16 (6.40) | 1 (0.40) | 3.78 (มาก) |
| 10 | มีของหวานพิเศษ/ ผลไม้ | 37 (14.80) | 120 (48.00) | 74 (29.60) | 18 (7.20) | 1 (0.40) | 3.70 (มาก) |
| 11 | มีอาหารจานเด็ด/ อาหารแนะนำ | 29 (11.60) | 101 (40.40) | 113 (45.20) | 7 (2.80) | 0 (0.00) | 3.61 (มาก) |
| 12 | ชื่อเสียงของร้านเป็นที่ รู้จัก | 40 (16.00) | 83 (33.20) | 92 (36.80) | 30 (12.00) | 5 (2.00) | 3.49 (ปาน กลาง) |
| 13 | รสชาติของเครื่องดื่ม (ชาเขียว น้ำส้มคั้น ชา กาแฟ) | 1 (0.40) | 122 (48.80) | 89 (35.60) | 38 (15.20) | 0 (0.00) | 3.34 (ปาน กลาง) |
| 14 | การให้บริการ เครื่องดื่มชาญี่ปุ่น | 6 (2.40) | 109 (43.60) | 96 (38.40) | 37 (14.80) | 2 (0.80) | 3.32 (ปาน กลาง) |
| 15 | มีการจัดรายการ อาหารบุฟเฟ่ต์ | 15 (6.00) | 92 (36.80) | 91 (36.40) | 50 (20.00) | 2 (0.80) | 3.27 (ปาน กลาง) |
| รวม | | | | | | | 3.77 (มาก) |

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.77

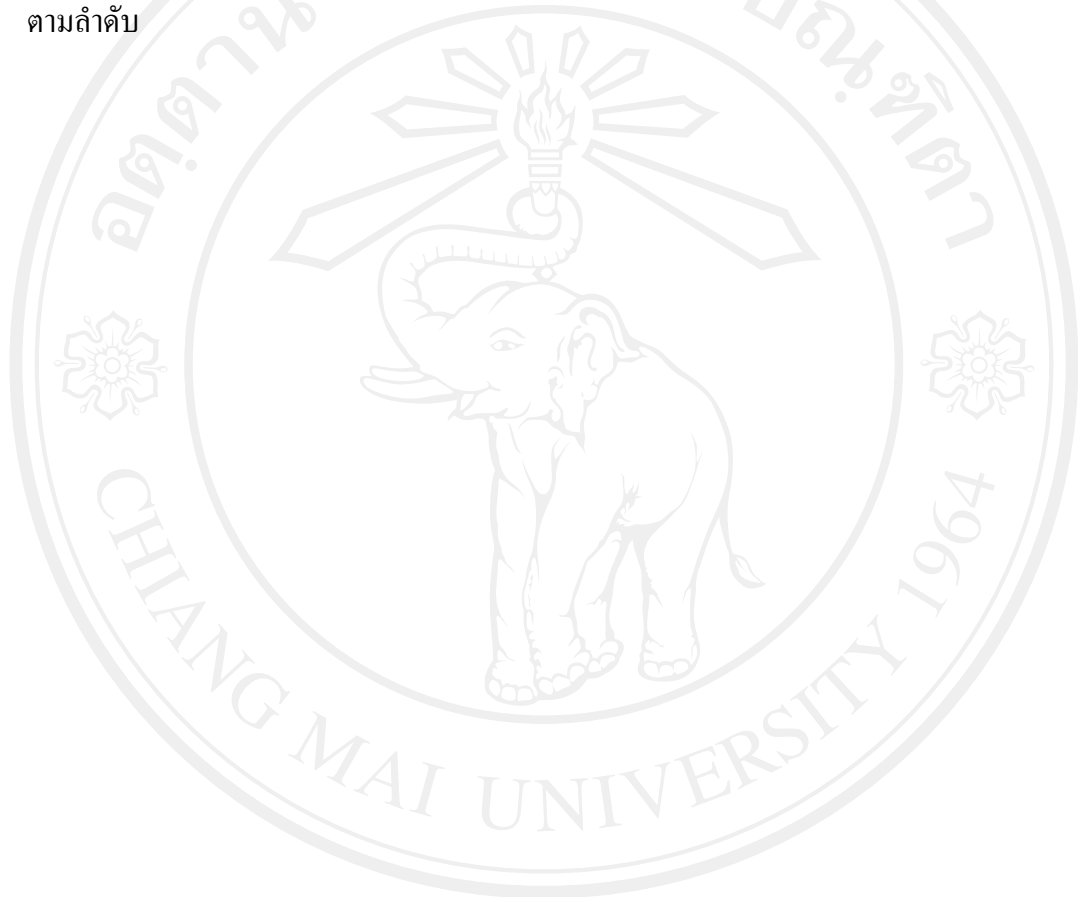
โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ อาหารมีรสชาติอร่อย ค่าเฉลี่ย 4.26 ความสะอาดของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.22 ความสดใหม่และคุณภาพของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.16 การตกแต่งอาหาร (สวยงาม น่าทาน) ค่าเฉลี่ย 3.92 รสชาติอาหารเป็นแบบทันสมัย (ปรับให้ถูกปากคนไทย) ค่าเฉลี่ย 3.89 มีเมนูใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดทุกช่วงเทศกาล ค่าเฉลี่ย 3.86 ความหลากหลายของรายการอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.84 รสชาติอาหารเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น ค่าเฉลี่ย 3.82 มีการจัดจำหน่ายอาหารชุด ค่าเฉลี่ย 3.78 มีของหวานพิเศษ/ ผลไม้ ค่าเฉลี่ย 3.70 และมีอาหารจานเด็ด/ อาหารแนะนำ ค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ย 3.49 รสชาติของเครื่องดื่ม (ชาเขียว น้ำส้มคั้น ชา กาแฟ) ค่าเฉลี่ย 3.34 การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น ค่าเฉลี่ย 3.32 และมีการจัดรายการอาหารบุฟเฟต์ ค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านราคา | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|---|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่มน | 63 (25.20) | 131 (52.40) | 46 (18.40) | 10 (4.00) | 0 (0.00) | 3.99 (มาก) |
| 2 | ราคาอาหาร | 73 (29.20) | 105 (42.00) | 65 (26.00) | 7 (2.80) | 0 (0.00) | 3.98 (มาก) |
| 3 | มีการแสดงราคาอาหาร และเครื่องดื่มไว้ชัดเจน | 63 (25.20) | 121 (48.40) | 55 (22.00) | 11 (4.40) | 0 (0.00) | 3.94 (มาก) |
| 4 | ราคาใกล้เคียงกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นร้าน อื่นๆ | 45 (18.00) | 123 (49.20) | 65 (26.00) | 16 (6.40) | 1 (0.40) | 3.78 (มาก) |
| 5 | ราคาเครื่องดื่ม | 13 (5.20) | 62 (24.80) | 159 (63.60) | 16 (6.40) | 0 (0.00) | 3.29 (ปาน กลาง) |
| 6 | มีบริการรับชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต | 3 (1.20) | 102 (40.80) | 101 (40.40) | 34 (13.60) | 10 (4.00) | 3.22 (ปาน กลาง) |
| รวม | | | | | | | 3.70 (มาก) |

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น
โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.70

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.99 ราคาอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.98 มีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.94 และราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.29 มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านสถานที่ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|--|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่าน ชุมชน | 72 (28.80) | 131 (52.40) | 43 (17.20) | 4 (1.60) | 0 (0.00) | 4.08 (มาก) |
| 2 | ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่ พักอาศัย | 62 (24.80) | 121 (48.40) | 55 (22.00) | 10 (4.00) | 2 (0.80) | 3.92 (มาก) |
| 3 | เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกในการใช้บริการ | 44 (17.60) | 134 (53.60) | 66 (26.40) | 4 (1.60) | 2 (0.80) | 3.86 (มาก) |
| 4 | มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ | 38 (15.20) | 119 (47.60) | 82 (32.80) | 10 (4.00) | 1 (0.40) | 3.73 (มาก) |
| 4 | มีสถานที่ให้บริการอยู่ ในห้างสรรพสินค้า | 41 (16.40) | 134 (53.60) | 46 (18.40) | 24 (9.60) | 5 (2.00) | 3.73 (มาก) |
| 5 | มีสถานที่ให้บริการของ ตนเองเป็นเอกเทศ | 39 (15.60) | 126 (50.40) | 63 (25.20) | 20 (8.00) | 2 (0.80) | 3.72 (มาก) |
| 6 | มีบริการส่งอาหารถึง บ้าน | 22 (8.80) | 87 (34.80) | 101 (40.40) | 28 (11.20) | 12 (4.80) | 3.32 (ปาน กลาง) |
| รวม | | | | | | | 3.77 (มาก) |

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.77

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.08 ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ย 3.92 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกในการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.86 มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.73 มีสถานที่ให้บริการอยู่ในห้างสรรพสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.73 และมีสถานที่ให้บริการของตนเองเป็นเอกเทศ ค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับปานกลาง คือ มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน ค่าเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|--|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | มีการโฆษณาทางสื่อ ต่างๆ | 49 (19.60) | 131 (52.40) | 48 (19.20) | 20 (8.00) | 2 (0.80) | 3.82 (มาก) |
| 2 | มีส่วนลดค่าบริการเป็น พิเศษ เมื่อมาใช้บริการ บ่อยครั้ง | 43 (17.20) | 139 (55.60) | 48 (19.20) | 16 (6.40) | 4 (1.60) | 3.80 (มาก) |
| 3 | การสะสมแต้มเพื่อรับ ส่วนลดหรือแลกของ รางวัล | 38 (15.20) | 142 (56.80) | 52 (20.80) | 14 (5.60) | 4 (1.60) | 3.78 (มาก) |
| 3 | การนำคู่มือมาแลกของ สมนาคุณ | 42 (16.80) | 132 (52.80) | 59 (23.60) | 13 (5.20) | 4 (1.60) | 3.78 (มาก) |
| 4 | มีการสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่างๆ | 41 (16.40) | 125 (50.00) | 59 (23.60) | 20 (8.00) | 5 (2.00) | 3.71 (มาก) |
| รวม | | | | | | | 3.78 (มาก) |

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.78

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.82 มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ เมื่อมาใช้บริการบ่อยครั้ง ค่าเฉลี่ย 3.80 การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.78 การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ ค่าเฉลี่ย 3.78 และมีการสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านบุคลากร | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปล ผล) |
|--------------|--|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการเป็นอย่างดี | 56 (22.40) | 137 (53.60) | 53 (21.20) | 6 (2.40) | 1 (0.40) | 3.95 (มาก) |
| 2 | พนักงานมีความพร้อม และความเต็มใจที่จะ ให้บริการแก่ลูกค้า ตลอดเวลา | 53 (21.20) | 121 (48.40) | 73 (29.20) | 3 (1.20) | 0 (0.00) | 3.90 (มาก) |
| 3 | พนักงานแต่งกาย เหมาะสม สุภาพ มีบุคลิก ดี | 49 (19.60) | 132 (52.80) | 63 (25.20) | 5 (2.00) | 1 (0.40) | 3.89 (มาก) |
| 4 | พนักงานมีความสามารถ ในการแก้ปัญหา/ ตอบ คำถามแก่ลูกค้าได้ | 45 (18.00) | 138 (55.20) | 61 (24.40) | 5 (2.00) | 1 (0.40) | 3.88 (มาก) |
| 4 | พนักงานสามารถสื่อสาร/ อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย | 43 (17.20) | 140 (56.00) | 62 (24.80) | 5 (2.00) | 0 (0.00) | 3.88 (มาก) |
| 5 | พนักงานให้บริการด้วย ความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส | 36 (14.40) | 148 (59.20) | 64 (25.60) | 2 (0.80) | 0 (0.00) | 3.87 (มาก) |
| 6 | พนักงานให้บริการลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ | 48 (19.20) | 130 (52.00) | 62 (24.80) | 9 (3.60) | 1 (0.40) | 3.86 (มาก) |

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น (ต่อ)

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านบุคลากร | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปล ผล) |
|--------------|--|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 7 | พนักงานให้บริการลูกค้า ทุกรายอย่างเสมอภาคเท่า เทียมกัน | 37 (14.80) | 139 (55.60) | 67 (26.80) | 6 (2.40) | 1 (0.40) | 3.82 (มาก) |
| 7 | พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า | 37 (14.80) | 140 (56.00) | 64 (25.60) | 8 (3.20) | 1 (0.40) | 3.82 (มาก) |
| รวม | | | | | | | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.87

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.95 พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 3.90 พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ มีบุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 3.89 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหา/ ตอบคำถามแก่ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.88 พนักงานสามารถสื่อสาร/ อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.88 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.87 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.86 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|---|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | สถานที่สะอาด | 58 (23.20) | 142 (56.80) | 48 (19.20) | 2 (0.80) | 0 (0.00) | 4.02 (มาก) |
| 1 | มีห้องน้ำสะอาด | 53 (21.20) | 154 (61.60) | 39 (15.60) | 4 (1.60) | 0 (0.00) | 4.02 (มาก) |
| 1 | ในเมนูอาหารและ เครื่องดื่มน่า ภาพประกอบ ทำให้ การตัดสินใจง่ายขึ้น | 59 (23.60) | 139 (55.60) | 51 (20.40) | 1 (0.40) | 0 (0.00) | 4.02 (มาก) |
| 2 | มีระบบถ่ายเทอากาศ ภายในที่ดี | 62 (24.80) | 120 (48.00) | 66 (26.40) | 2 (0.80) | 0 (0.00) | 3.97 (มาก) |
| 3 | มีอุปกรณ์/ สิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะ อาหารครบครัน เช่น ไม้จิ้มฟัน เครื่องปรุงรส กระดาษทิชชู | 51 (20.40) | 141 (56.40) | 55 (22.00) | 3 (1.20) | 0 (0.00) | 3.96 (มาก) |
| 4 | การตกแต่งภายใน สวยงาม | 50 (20.00) | 142 (56.80) | 53 (21.20) | 5 (2.00) | 0 (0.00) | 3.95 (มาก) |
| 5 | อุปกรณ์เครื่องใช้บน โต๊ะอาหารสะอาดและ มีให้บริการอย่าง เพียงพอ | 48 (19.20) | 141 (56.40) | 57 (22.80) | 3 (1.20) | 1 (0.40) | 3.93 (มาก) |

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น (ต่อ)

| ลำดับ ที่ | ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------|---|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 6 | มีที่นั่งเพียงพอ | 41 (16.40) | 149 (59.60) | 53 (21.20) | 7 (2.80) | 0 (0.00) | 3.90 (มาก) |
| 7 | ภายในกว้างขวาง โล่ง- ไม่อึดอัด | 46 (18.40) | 130 (52.00) | 71 (28.40) | 3 (1.20) | 0 (0.00) | 3.88 (มาก) |
| 8 | การตกแต่งภายนอก สวยงาม | 47 (18.80) | 134 (53.60) | 59 (23.60) | 10 (4.00) | 0 (0.00) | 3.87 (มาก) |
| 8 | เก้าอี้นั่งสบาย | 45 (18.00) | 137 (54.80) | 59 (23.60) | 9 (3.60) | 0 (0.00) | 3.87 (มาก) |
| 9 | สิ่งอำนวยความสะดวก ในการเข้ามาใช้บริการ ครบถ้วน เช่น มีป้าย บอกทางเข้า-ออก ทาง ไปห้องสุขา ทางไปที่ จอดรถ | 41 (16.40) | 129 (51.60) | 74 (29.60) | 5 (2.00) | 1 (0.40) | 3.82 (มาก) |
| 10 | บรรยากาศของร้าน เป็นแบบญี่ปุ่น | 43 (17.20) | 129 (51.60) | 63 (25.20) | 15 (6.00) | 0 (0.00) | 3.80 (มาก) |
| 10 | บรรยากาศของร้าน เป็นแบบสมัยนิยม | 35 (14.00) | 135 (54.00) | 75 (30.00) | 5 (2.00) | 0 (0.00) | 3.80 (มาก) |
| รวม | | | | | | | 3.92 (มาก) |

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.92

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ สถานที่สะอาด ค่าเฉลี่ย 4.02 มีห้องน้ำสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.02 ในเมนูอาหารและเครื่องดื่มมีภาพประกอบ ทำให้การตัดสินใจง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.02 มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ค่าเฉลี่ย 3.97 มีอุปกรณ์/ สิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะอาหารครบครัน เช่น ไม้จิ้มฟัน เครื่องปรุงรส กระดาษทิชชู ค่าเฉลี่ย 3.96 การตกแต่งภายในสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.95 อุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสะอาด และมีให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.93 มีที่นั่งเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.90 ภายในกว้างขวาง โล่ง-ไม่อึดอัด ค่าเฉลี่ย 3.88 การตกแต่งภายนอกสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.87 เก้าอี้นั่งสบาย ค่าเฉลี่ย 3.87 สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการครบถ้วน เช่น มีป้ายบอกทางเข้า-ออก, ทางไปห้องสุขา, ทางไปที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 3.82 บรรยากาศของร้านเป็นแบบญี่ปุ่น ค่าเฉลี่ย 3.80 และบรรยากาศของร้านเป็นแบบสมัยนิยม ค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| ลำดับที่ | ปัจจัยด้านกระบวนการ | ระดับที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|------------|--|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่ง | 76 (30.40) | 118 (47.20) | 45 (18.00) | 11 (4.40) | 0 (0.00) | 3.95 (มาก) |
| 2 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็วหลังจากสั่ง | 74 (29.60) | 120 (48.00) | 51 (20.40) | 5 (2.00) | 0 (0.00) | 3.93 (มาก) |
| 3 | มีการทวนรายการอาหารที่ถูกคำสั่งทุกครั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาด | 59 (23.60) | 125 (50.00) | 56 (22.40) | 10 (4.00) | 0 (0.00) | 3.90 (มาก) |
| 4 | มีการแนะนำส่วนลดอาหารและเครื่องดื่มก่อนให้บริการ | 61 (24.40) | 127 (50.80) | 47 (18.80) | 13 (5.20) | 2 (0.80) | 3.88 (มาก) |
| 5 | พนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง | 62 (24.80) | 127 (50.80) | 53 (21.20) | 7 (2.80) | 1 (0.40) | 3.87 (มาก) |
| รวม | | | | | | | 3.91 (มาก) |

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.91

โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่ง ค่าเฉลี่ย 3.95 ได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็วหลังจากสั่ง ค่าเฉลี่ย 3.93 มีการทวนรายการอาหารที่ถูกคำสั่งทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาด ค่าเฉลี่ย 3.90 มีการแนะนำส่วนลดอาหารและเครื่องดื่มก่อนให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.88 และพนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| อันดับที่ | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|-----------|-------------------------------|-----------|-------|
| 1 | ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ | 3.92 | มาก |
| 2 | ปัจจัยด้านกระบวนการ | 3.91 | มาก |
| 3 | ปัจจัยด้านบุคลากร | 3.87 | มาก |
| 4 | ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.78 | มาก |
| 5 | ปัจจัยด้านสถานที่ | 3.77 | มาก |
| 5 | ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | 3.77 | มาก |
| 6 | ปัจจัยด้านราคา | 3.70 | มาก |

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยรวมในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยรวม 3.92 ปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยรวม 3.91 ปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยรวม 3.87 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวม 3.78 ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยรวม 3.77 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวม 3.77 และปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวม 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| อันดับที่ | ปัจจัยย่อย | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ปัจจัยหลักด้าน |
|-----------|---|-----------|-------|---------------------|
| 1 | อาหารมีรสชาติอร่อย | 4.26 | มาก | ผลิตภัณฑ์ |
| 2 | ความสะอาดของอาหาร | 4.22 | มาก | ผลิตภัณฑ์ |
| 3 | ความสดใหม่และคุณภาพของอาหาร | 4.16 | มาก | ผลิตภัณฑ์ |
| 4 | ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน | 4.08 | มาก | สถานที่ |
| 5 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็วหลังจากสั่ง | 4.05 | มาก | กระบวนการ |
| 6 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่ง | 4.04 | มาก | กระบวนการ |
| 7 | สถานที่สะอาด | 4.02 | มาก | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |
| 7 | มีห้องน้ำสะอาด | 4.02 | มาก | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |
| 7 | ในเมนูอาหารและเครื่องดื่มมีภาพประกอบ ทำให้การตัดสินใจง่ายขึ้น | 4.02 | มาก | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |
| 8 | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม | 3.99 | มาก | ราคา |
| 9 | ราคาอาหาร | 3.98 | มาก | ราคา |
| 10 | มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี | 3.97 | มาก | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรก ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น คือ อาหารมีรสชาติอร่อย ค่าเฉลี่ย 4.26 ความสะอาดของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.22 ความสดใหม่และคุณภาพของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.16 ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.08 ได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็วหลังจากสั่ง ค่าเฉลี่ย 4.05 ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่ง ค่าเฉลี่ย 4.04 สถานที่สะอาด ค่าเฉลี่ย 4.02 มีห้องน้ำสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.02 และในเมนูอาหารและเครื่องดื่มมีภาพประกอบ ทำให้การตัดสินใจง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.02 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ

อาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.99 ราคาอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.98 และมีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

4.5 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่พบในการรับประทานอาหารเช้าในอำเภอเมือง เชียงราย

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการรับประทานอาหารเช้า

| อันดับที่ | ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | ชื่อร้านไม่เป็นที่รู้จัก | 210 | 84.00 |
| 2 | อาหารไม่มีคุณภาพ ขาดความสดใหม่ | 197 | 78.80 |
| 3 | อาหารมีรสชาติไม่อร่อย | 196 | 78.40 |
| 4 | รายการอาหารไม่มีความหลากหลาย | 193 | 77.20 |
| 5 | อาหารขาดรสชาติเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น | 192 | 76.80 |
| 6 | รายการอาหารเหมือนเดิมตลอดไม่เปลี่ยนแปลง | 190 | 76.00 |
| 7 | รสชาติของเครื่องดื่มไม่อร่อย | 188 | 75.20 |
| 8 | อาหารไม่สะอาด | 187 | 74.80 |
| 9 | ไม่มีอาหารจานเด็ด/ อาหารแนะนำ | 186 | 74.40 |
| 10 | อาหารไม่มีการปรับรสชาติอาหารให้เป็นแบบทันสมัย | 179 | 71.60 |
| 11 | ไม่มีของหวานพิเศษ/ ผลไม้ | 177 | 70.80 |
| 12 | ไม่มีการจัดรายการอาหารบุฟเฟ่ต์ | 174 | 69.60 |
| 13 | ไม่มีการจัดจำหน่ายอาหารชุด | 165 | 66.00 |
| 14 | อาหารตกแต่งไม่สวยงาม | 162 | 64.80 |
| 15 | ไม่มีเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นไว้บริการ | 155 | 62.00 |

จากตารางที่ 54 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ชื่อร้านไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 84.00 รองลงมาคือ อาหารไม่มีคุณภาพ ขาดความสดใหม่ ร้อยละ 78.80 และอาหารมีรสชาติไม่อร่อย ร้อยละ 78.40

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่พบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| อันดับที่ | ปัญหาด้านราคา | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | อาหารมีราคาแพง | 214 | 85.60 |
| 1 | ราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่นๆ | 214 | 85.60 |
| 2 | ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม | 209 | 83.60 |
| 3 | เครื่องดื่มมีราคาแพง | 199 | 79.60 |
| 4 | ไม่มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | 197 | 78.80 |
| 5 | ไม่มีบริการอภิเษกกับภานี้ให้ยงถูกต้อง | 194 | 77.60 |
| 6 | ไม่มีกรแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน | 173 | 69.20 |

จากตารางที่ 55 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ อาหารมีราคาแพง ร้อยละ 85.60 รองลงมาคือ ราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่นๆ ร้อยละ 85.60 และราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 83.60

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ที่พบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| อันดับที่ | ปัญหาด้านสถานที่ | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | ไม่มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน | 206 | 82.40 |
| 2 | ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลบ้าน/ ที่พักอาศัย | 200 | 80.00 |
| 2 | ไม่ได้อยู่ในห้างสรรพสินค้า | 200 | 80.00 |
| 3 | ที่จอดรถไม่เพียงพอ | 192 | 76.80 |
| 4 | ไม่มีการรับจองโต๊ะ | 187 | 74.80 |
| 4 | ไม่มีสถานที่ให้บริการเป็นของตนเอง | 187 | 74.80 |
| 5 | ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากย่านชุมชน | 178 | 71.20 |
| 6 | เวลาเปิด-ปิดของร้านไม่แน่นอน | 172 | 68.80 |

จากตารางที่ 56 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ไม่มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน ร้อยละ 82.40 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลบ้าน/ ที่พักอาศัย ร้อยละ 80.00 และไม่ได้อยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 80.00

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบในการรับประทานอาหารเช้า

| อันดับที่ | ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|--|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | ไม่มีการนำคู่มือมาแจกของสมนาคุณ | 207 | 82.80 |
| 2 | ไม่มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ ถึงแม้จะใช้บริการบ่อยครั้ง | 200 | 80.00 |
| 3 | ไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล | 198 | 79.20 |
| 4 | ไม่มีการรับสมัครเป็นสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ | 193 | 77.20 |
| 5 | ขาดการโฆษณาทางสื่อต่างๆ | 174 | 69.60 |

จากตารางที่ 57 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ไม่มีการนำคู่มือมาแจกของสมนาคุณ ร้อยละ 82.80 รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ ถึงแม้จะใช้บริการบ่อยครั้ง ร้อยละ 80.00 และไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล ร้อยละ 79.20

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่พบในการรับประทานอาหารเช้า

| อันดับที่ | ปัญหาด้านบุคลากร | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | พนักงานไม่สามารถสื่อสาร/ อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย | 193 | 77.20 |
| 2 | พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ | 186 | 74.40 |
| 3 | พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาคกัน | 182 | 72.80 |
| 4 | พนักงานไม่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า | 181 | 72.40 |
| 5 | พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหา/ ตอบคำถามแก่ลูกค้าได้ | 180 | 72.00 |
| 6 | พนักงานขาดความพร้อมและความเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้า | 179 | 71.60 |
| 7 | พนักงานไม่สุภาพ ไม่ยิ้มแย้มขณะให้บริการ | 176 | 70.40 |
| 7 | พนักงานไม่เข้าใจต่อต้องการของลูกค้า | 176 | 70.40 |
| 8 | พนักงานแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ ขาดบุคลิกภาพที่ดี | 169 | 67.60 |

จากตารางที่ 58 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ พนักงานไม่สามารถสื่อสาร/ อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ร้อยละ 82.80 รองลงมาคือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ ร้อยละ 80.00 และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาคกัน ร้อยละ 79.20

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่พบในการรับประทานอาหารเช้า

| อันดับที่ | ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | ภายในร้านแคบ | 210 | 84.00 |
| 2 | ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า | 202 | 80.80 |
| 3 | ห้องน้ำไม่สะอาด | 189 | 75.60 |
| 4 | เก้าอี้แข็งนั่งไม่สบาย | 188 | 75.20 |
| 5 | บริการร้านไม่สะอาด | 186 | 74.40 |
| 6 | มีระบบถ่ายเทอากาศภายในร้านไม่ดี | 183 | 73.20 |
| 6 | ในเมนูอาหารและเครื่องดื่มไม่มีรูปภาพประกอบ หรือรายละเอียดที่เข้าใจได้ง่าย | 183 | 73.20 |
| 7 | ไม่มีป้ายบอกทางเข้า-ออก ทางไปสุขา หรือทางไปที่จอดรถ | 180 | 72.00 |
| 8 | บรรยากาศของร้านไม่ดี | 179 | 71.60 |
| 9 | การตกแต่งภายนอกไม่สวยงาม | 164 | 65.60 |
| 10 | ไม่มีอุปกรณ์/ สิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะอาหารครบครัน | 162 | 64.80 |
| 11 | อุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ไม่สะอาด และเพียงพอ | 158 | 63.20 |
| 12 | การตกแต่งภายในไม่สวยงาม | 149 | 59.60 |

จากตารางที่ 59 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ภายในร้านแคบ ร้อยละ 82.80 รองลงมา คือ ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 80.00 และห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่พบในการรับประทานอาหารเช้า

| อันดับที่ | ปัญหาด้านกระบวนการ | ปัญหาที่พบ | |
|-----------|---|------------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้า | 198 | 79.20 |
| 2 | พนักงานคิดเงินช้า | 189 | 75.60 |
| 3 | ขาดการแนะนำส่วนลดอาหารและเครื่องดื่มก่อนให้บริการ | 188 | 75.20 |
| 4 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มไม่ถูกต้อง | 181 | 72.40 |
| 5 | ไม่มีการออกใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง | 179 | 71.60 |
| 6 | ไม่ทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง | 178 | 71.20 |
| 7 | พนักงานคิดเงินผิด | 173 | 69.20 |

จากตารางที่ 60 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้า ร้อยละ 79.20 รองลงมาคือ พนักงานคิดเงินช้า ร้อยละ 75.60 และขาดการแนะนำส่วนลดอาหารและเครื่องดื่มก่อนให้บริการ ร้อยละ 75.20

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาย่อย 10 อันดับแรก ที่พบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

| อันดับที่ | ปัจจัยย่อย | จำนวนที่พบ | ร้อยละ | ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน |
|-----------|--|------------|--------|----------------------------------|
| 1 | อาหารมีราคาแพง | 214 | 85.60 | ราคา |
| 1 | ราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่นๆ | 214 | 85.60 | ราคา |
| 2 | ชื่อร้าน ไม่เป็นที่รู้จัก | 210 | 84.00 | ผลิตภัณฑ์ |
| 2 | ภายในร้านแคบ | 210 | 84.00 | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |
| 3 | ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม | 209 | 83.60 | ราคา |
| 4 | ไม่มีการนำคู่มือมาแจกของสมนาคุณ | 207 | 82.80 | ส่งเสริมการตลาด |
| 5 | ไม่มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน | 206 | 82.40 | สถานที่ |
| 6 | ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า | 202 | 80.80 | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |
| 7 | ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลบ้าน/ ที่พักอาศัย | 200 | 80.00 | สถานที่ |
| 7 | ไม่ได้อยู่ในห้างสรรพสินค้า | 200 | 80.00 | สถานที่ |
| 7 | ไม่มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ ถึงแม้จะใช้บริการบ่อยครั้ง | 200 | 80.00 | ส่งเสริมการตลาด |
| 8 | เครื่องดื่มมีราคาแพง | 199 | 79.60 | ราคา |
| 9 | ไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล | 198 | 79.20 | ส่งเสริมการตลาด |
| 9 | ได้รับอาหารและเครื่องดื่มซ้ำ | 198 | 79.20 | กระบวนการ |
| 10 | อาหารไม่มีคุณภาพ ขาดความสดใหม่ | 197 | 78.80 | ผลิตภัณฑ์ |

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาย่อย 10 ลำดับแรก ในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ อาหารมีราคาแพง ร้อยละ 85.60 ราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่นๆ ร้อยละ 85.60 ชื่อร้านไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 84.00 ภายในร้านแคบ ร้อยละ 84.00 ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 83.60 ไม่มีการนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ ร้อยละ 82.80 ไม่มีบริการส่งอาหารถึงบ้าน ร้อยละ 82.40 ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 80.80 ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลบ้าน/ที่พักอาศัย ร้อยละ 80.00 ไม่ได้อยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 80.00 ไม่มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ ถึงแม้จะใช้บริการบ่อยครั้ง ร้อยละ 80.00 เครื่องดื่มมีราคาแพง ร้อยละ 79.60 ไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล ร้อยละ 79.20 ได้รับอาหารและเครื่องดื่มซ้ำ ร้อยละ 79.20 และอาหารไม่มีคุณภาพขาดความสดใหม่ ร้อยละ 78.80

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการของร้านอาหารญี่ปุ่น

ด้านราคา

- ราคาน่าจะถูกกลงกว่านี้ ราคาควรมีความเหมาะสมกับอาหาร และเอื้อต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่มากนัก จำนวน 2 คน

ด้านบุคลากร

- บางครั้งพนักงานก็ทำสีหน้าไม่ดี ให้บริการด้วยความไม่สุภาพ และไม่มีความรู้ความสามารถในการอธิบายเมนูอาหารให้แก่ลูกค้าได้ จำนวน 3 คน