

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น สามารถแบ่งผลการศึกษาดังนี้เป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ และรายได้รวมต่อเดือน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ และรายได้รวมต่อเดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	150	37.5
หญิง	250	62.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 37.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	7	1.8
18-20 ปี	191	47.8
21-23 ปี	165	41.2
24 ปีขึ้นไป	37	9.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 18-20 ปี มากที่สุด ร้อยละ 47.8 รองลงมาอายุ 21-23 ปี ร้อยละ 41.2 อายุ 24 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.2 และอายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้รวมต่อเดือน

ระดับรายได้รวมต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	230	57.5
10,001 – 15,000 บาท	98	24.5
15,001 -20,000 บาท	52	13.0
มากกว่า 20,000 บาท	20	5.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้รวมต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 57.5 รองลงมา 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 24.5 15,001 -20,000 บาท ร้อยละ 13.0 และมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา

ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปี 1	81	20.2
ปี 2	89	22.3
ปี 3	132	33.0
ปี 4	98	24.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 33.0 รองลงมา ปี 4 ร้อยละ 24.5 ปี 2 ร้อยละ 22.3 ปี 1 ร้อยละ 20.2

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT)	230	57.5
เซน (ZEN)	131	32.7
โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET)	218	54.5
โอโตยะ (OOTOYA)	142	35.5
ยาโยอิ (YAYOI)	83	20.7
ชาบูชิ บุฟเฟต์ (SHABUSHI BUFFET)	65	16.2
สะจิบัง ราเมน (HAJIBAN RAMEN)	41	10.2
โออิชิ ราเมน (OISHI RAMEN)	71	17.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำส่วนใหญ่คือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT) ร้อยละ 57.5 รองลงมา โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET) ร้อยละ 54.5 โอโตยะ (OOTOYA) ร้อยละ 35.5 เซน (ZEN) ร้อยละ 32.7 ยาโยอิ (YAYOI) ร้อยละ 20.7 โออิชิ ราเมน (OISHI RAMEN) ร้อยละ 17.7 ชาบูชิ บุฟเฟต์ (SHABUSHI BUFFET) ร้อยละ 16.2 และ สะจิบัง ราเมน (HAJIBAN RAMEN) ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

การรู้จักร้านที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก	244	61.0
การบอกแบบปากต่อปาก	174	43.5
สื่อโทรทัศน์	284	71.0
วิทยุ	29	7.3
อินเทอร์เน็ต	201	50.3
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ	63	15.8
ทำเลที่ตั้งเห็นได้ชัดเจน	66	16.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ร้อยละ 71.0 รองลงมา กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก ร้อยละ 61.0 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 50.3 ทำเลที่ตั้งเห็นได้ชัดเจน ร้อยละ 16.5 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ ร้อยละ 15.8 และวิทยุ ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น

เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติอาหารถูกปาก	224	56.0
มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย	31	7.8
อยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น	32	8.0
เพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม	33	8.1
ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	26	6.5
บริการดี / รวดเร็ว	25	6.3
มีสาขามาก / สะดวกต่อการเดินทาง	13	3.3
ราคาไม่แพง	16	4.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก ร้อยละ 56.0 รองลงมา เพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม ร้อยละ 8.1 อยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น ร้อยละ 8.0 มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย ร้อยละ 7.8 ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ร้อยละ 6.5 บริการดี / รวดเร็ว ร้อยละ 6.3 ราคาไม่แพง ร้อยละ 4.0 และ มีสาขามาก / สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	190	47.5
ญาติ	26	6.5
เพื่อน	143	35.8
คู่รัก/แฟน	41	10.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 47.5 รองลงมาเพื่อน ร้อยละ 35.8 คู่รัก/แฟน ร้อยละ 10.2 และญาติ ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ

ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ซาซิมิ (ปลาดิบ)	311	77.8
ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ)	233	58.3
สลัดญี่ปุ่น	155	38.8
อาหารว่าง เช่นทาโกะยากิ ยำสาหร่ายเย็น	100	25.0
อาหารย่าง เช่นปลาแซลมอนย่างเกลือ หมู/เนื้อ ย่างซีอิ๊ว	154	38.5
อาหารทอดเช่น เทมปุระ หมูชุบเกล็ดขนมปังทอด	74	18.5
อาหารต้มและอาหารหม้อดิน หรือ ซาบูชิ (หม้อไฟ) เช่น สุกียากี้ญี่ปุ่น	52	13.0
อาหารซูด เช่น อาหารกล่อง(เบนโตะ) หมูทงคัตสึ	48	12.0
บะหมี่ญี่ปุ่น ร้อน/เย็น เช่น โชยุราเมน ซารุโชนะ	74	18.5
เทป็นยากิ (อาหารประเภทสเต็ก) เช่น สเต็กเนื้อสันโกเบ สเต็กปลาแซลมอน	59	14.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ คือ ซาซิมิ (ปลาดิบ) ร้อยละ 77.8 รองลงมา ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) ร้อยละ 58.3 สลัดญี่ปุ่น ร้อยละ 38.8 อาหารย่าง เช่นปลาแซลมอนย่างเกลือ หมู/เนื้อ ย่างซีอิ๊ว ร้อยละ 38.5 อาหารว่าง เช่นทาโกะยากิ ยำสาหร่ายเย็น ร้อยละ 25.0 อาหารทอดเช่น เทมปุระ หมูชุบเกล็ดขนมปังทอด และบะหมี่ญี่ปุ่น ร้อน/เย็น เช่น โชยุราเมน ซารุโชนะ เท่ากัน ร้อยละ 18.5 เทป็นยากิ (อาหารประเภทสเต็ก) เช่น สเต็กเนื้อสันโกเบ สเต็กปลาแซลมอน ร้อยละ 14.8 อาหารต้มและอาหารหม้อดิน หรือ ซาบูชิ (หม้อไฟ) เช่น สุกียากี้ญี่ปุ่น ร้อยละ 13.0 อาหารซูด เช่น อาหารกล่อง (เบนโตะ) หมูทงคัตสึ ร้อยละ 12.0



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด

ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป ( Stand alone)	67	16.8
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	320	80.0
ร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม	13	3.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุดคือ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า ร้อยละ 80.0 รองลงมา ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป ( Stand alone) ร้อยละ 16.8 และร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	75	18.8
2 ครั้งต่อเดือน	102	25.4
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	223	55.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 55.8 รองลงมา 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.4 และ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยม ไปรับประทาน อาหารญี่ปุ่น

วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – ศุกร์	49	12.2
วันเสาร์ – อาทิตย์	199	49.8
ไม่แน่นอน	152	38.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามวันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือ วันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 49.8 รองลงมา ไม่แน่นอน ร้อยละ 38.0 และวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 12.2

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาไปรับประทาน อาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด

ช่วงเวลาไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเที่ยง เวลาประมาณ 11.00 – 13.00 น.	28	7.0
ช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น.	58	14.5
ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น.	170	42.5
ช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น.	144	36.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงเวลาไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด คือ ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น. ร้อยละ 42.5 รองลงมา ช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น. ร้อยละ 36.0 ช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น. ร้อยละ 14.5 และช่วงเที่ยง เวลาประมาณ 11.00 – 13.00 น. ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ไปร่วม  
รับประทานอาหารเช้าด้วย

บุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารเช้าร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	135	33.8
เพื่อน	175	43.8
คนเดียว	-	-
คู่รัก/แฟน	90	22.4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารเช้า  
ร่วมกันมากที่สุดคือ เพื่อน ร้อยละ 43.8 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 33.8 และคู่รัก/แฟน  
ร้อยละ 22.4

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่นิยมไป  
รับประทานอาหารเช้า

โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารเช้า	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจไปรับประทาน	238	59.5
เพื่อพบปะสังสรรค์	122	30.5
รอเวลาทำธุระอย่างอื่น	42	10.5
เพื่อนชักชวน	151	37.8
เลี้ยวหลงในโอกาสต่าง ๆ	94	23.5

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โอกาสที่นิยมไปรับประทาน  
อาหารเช้า คือ ตั้งใจไปรับประทาน ร้อยละ 59.5 รองลงมา เพื่อนชักชวน ร้อยละ 37.8 เพื่อพบปะ  
สังสรรค์ ร้อยละ 30.5 เลี้ยวหลงในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 23.5 และ รอเวลาทำธุระอย่างอื่น  
ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อคนประมาณ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อคน ประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินหรือเท่ากับ 100 บาท	10	2.5
101 – 200 บาท	33	8.2
201 – 300 บาท	132	33.0
มากกว่า 300 บาท	225	56.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อคนประมาณ คือ มากกว่า 300 บาท ร้อยละ 56.3 รองลงมา 201 – 300 บาท ร้อยละ 33.0 101 – 200 บาท ร้อยละ 8.2 และไม่เกินหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 2.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหาร  
ญี่ปุ่น

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของร้าน	45 (11.3)	240 (60.0)	115 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	6
ความสดใหม่ของอาหาร	238 (59.5)	126 (31.5)	36 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)	1
คุณภาพของอาหาร	238 (59.5)	39 (9.8)	123 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	2
ความหลากหลายของรายการ อาหาร	96 (24.0)	187 (46.8)	117 (29.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	4
มีอาหารเป็นชุดไว้บริการ	81 (20.3)	162 (40.5)	114 (28.5)	43 (10.8)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่น	52 (13.0)	166 (41.5)	182 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	8
ในรายการอาหารมีรูปภาพ ประกอบ	13 (3.3)	164 (41.0)	223 (55.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)	10
มีรายการอาหารใหม่ๆ ไว้ คอยบริการ	81 (20.3)	129 (32.3)	153 (38.3)	37 (9.3)	0 (0.0)	3.64 (มาก)	9
การจัดให้มีเมนูเฟ้ออาหาร ญี่ปุ่น	162 (40.5)	84 (21.0)	154 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	3
รสชาติอาหารเป็นแบบต้น ตำรับของญี่ปุ่น	51 (12.8)	253 (63.3)	96 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.90 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ คุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.29) การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความหลากหลายของรายการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.95) ชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีอาหารเป็นชุดไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีรายการอาหารใหม่ๆ ไว้คอยบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ในรายการอาหารมีรูปภาพประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาอาหารเหมาะสมกับ คุณภาพ	162 (40.5)	85 (21.3)	153 (38.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	2
สามารถชำระหนี้ได้ทั้ง บัตรเครดิตและเงินสด	68 (17.0)	250 (62.5)	82 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	3
ความสะดวกรวดเร็วใน การชำระเงิน	106 (26.5)	176 (44.0)	118 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	3
แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน	154 (38.5)	132 (33.0)	114 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	1
มีราคาใกล้เคียงกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ	0 (0.0)	142 (35.5)	198 (49.5)	60 (15.0)	0 (0.0)	3.21 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.85 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถชำระหนี้ได้ทั้งบัตรเครดิตและเงินสด และความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ มีราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของร้านใกล้ สถาบันการศึกษา	13 (3.3)	48 (12.0)	279 (69.8)	60 (15.0)	0 (0.0)	3.04 (ปานกลาง)	5
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใน ศูนย์การค้า	119 (29.8)	166 (41.5)	115 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	2
มีสถานที่จอดรถได้ สะดวก	149 (37.3)	163 (40.8)	88 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	1
มีบริการส่งตามบ้าน	0 (0.0)	123 (30.8)	174 (43.5)	103 (25.8)	0 (0.0)	3.05 (ปานกลาง)	4
มีจำนวนสาขามาก	116 (29.0)	90 (22.5)	114 (28.5)	80 (20.0)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.57 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือมีสถานที่จอดรถได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ มีบริการส่งตามบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.05) ทำเลที่ตั้งของร้านใกล้สถาบันการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.04)



ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีตัวอย่างอาหารญี่ปุ่นโซว์ หน้าร้าน	51 (12.8)	261 (65.3)	45 (11.3)	43 (10.8)	0 (0.0)	2.93 (ปานกลาง)	5
มีการจัดรายการพิเศษใน วันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วัน แม่ วันเด็ก	58 (14.5)	86 (21.5)	256 (64.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	2
มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้ เป็นส่วนลด	45 (11.3)	234 (58.5)	78 (19.5)	43 (10.8)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	1
การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้าย โฆษณาตามที่ต่างๆ	13 (3.3)	77 (19.3)	267 (66.8)	43 (10.8)	0 (0.0)	3.15 (ปานกลาง)	3
มีการจัดชิงโชค ลุ้นรับ รางวัล เช่น ตัว เครื่องบิน ไปเที่ยวต่างประเทศ	51 (12.8)	89 (22.3)	166 (41.5)	27 (6.8)	67 (16.8)	3.08 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.27 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีการจัดชิงโชค ลุ้นรับรางวัล เช่น ตัว เครื่องบินไปเที่ยวต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีตัวอย่างอาหารญี่ปุ่นโซว์หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความสุภาพ เอาใจ ใส่ลูกค้า	105 (26.3)	138 (34.5)	157 (39.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	3
บุคลิกภาพของพนักงาน	93 (23.3)	189 (47.3)	118 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	2
มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	143 (35.8)	136 (34.0)	121 (30.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	1
การแนะนำรายการอาหารของ พนักงาน	68 (17.0)	214 (53.5)	75 (18.8)	43 (10.8)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา บุคลิกภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานมีความสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแนะนำรายการอาหารของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รูปแบบการจัดตกแต่งร้าน บรรยากาศแบบญี่ปุ่น	0 (0.0)	256 (64.0)	144 (36.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.64 (มาก)	4
มีสถานที่นั่งพักและนั่ง รอบริการอย่างเพียงพอ	105 (26.3)	169 (42.3)	87 (21.8)	39 (9.8)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	3
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/มี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย	119 (29.8)	124 (31.0)	157 (39.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	2
ความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม	149 (37.3)	173 (43.3)	78 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.89 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และรูปแบบการจัดตกแต่งร้านบรรยากาศแบบญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การต้อนรับของพนักงาน	191 (47.8)	91 (22.8)	118 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	1
การบริการจัดคิวรอที่มี ความสะดวกสบาย	105 (26.3)	217 (54.3)	78 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	3
การบริการที่รวดเร็วใน การรับรายการอาหาร	148 (37.0)	99 (24.8)	153 (38.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	4
ความถูกต้องในการเสิร์ฟ อาหารตามรายการที่ได้สั่ง ไป	105 (26.3)	177 (44.3)	118 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	5
ระยะเวลาในการรอคอย	149 (37.3)	163 (40.8)	88 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	2
มีพนักงานคอยดูแลอย่าง ดีตลอดการรับประทาน อาหาร เช่น คอยเติมน้ำ หรือเก็บจาน	106 (26.5)	121 (30.3)	173 (43.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.03 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ การต้อนรับของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ระยะเวลาในการรอคอย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) การบริการที่รวดเร็วในการรับ รายการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทานอาหาร เช่น คอยเติมน้ำ หรือเก็บจาน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	มาก	3
ด้านราคา	3.85	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.57	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.27	ปานกลาง	7
ด้านบุคลากร	3.91	มาก	2
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.89	มาก	4
ด้านกระบวนการ	4.03	มาก	1

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ และ รายได้รวมต่อเดือน

#### 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ และจำแนกตามเพศ

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ทานบริโภคเป็นประจำ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT)	88	58.7	142	56.8	230	57.5
เซน (ZEN)	40	26.7	91	36.4	131	32.7
โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET)	84	56.0	134	53.6	218	54.5
โอโตยะ (OTOYA)	50	33.3	92	36.8	142	35.5
ยาโยอิ (YAYOI)	34	22.7	49	19.6	83	20.7
ชาบุชิ บุฟเฟต์ (SHABUSHI BUFFET)	27	18.0	38	15.2	65	16.2
ฮะจิบัง ราเมน (HAJIBAN RAMEN)	14	9.3	27	10.8	41	10.2
โออิชิ ราเมน (OISHI RAMEN)	23	15.3	48	19.2	71	17.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ คือภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟุจิ (FUJI RESTAURANT) ร้อยละ 58.7, 56.8 รองลงมา โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET) ร้อยละ 56.0, 53.6 และโอโตยะ (OTOYA) ร้อยละ 33.3, 36.8

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรู้จักร้านที่ท่านเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

รู้จักร้านที่ท่านเลือกรับประทาน อาหารญี่ปุ่น	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก	85	56.7	159	63.6	244	61.0
การบอกแบบปากต่อปาก	64	42.7	110	44	174	43.5
สื่อโทรทัศน์	106	70.7	178	71.2	284	71.0
วิทยุ	10	6.7	19	7.6	29	7.3
อินเทอร์เน็ต	77	51.3	124	49.6	201	50.3
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ	24	16.0	39	15.6	63	15.8
ทำเลที่ตั้งเห็นได้ชัดเจน	29	19.3	37	14.8	66	16.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง รู้จักร้านที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 70.7, 71.2 รองลงมา กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก ร้อยละ 56.7, 63.6 และ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 51.3, 49.6

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติอาหารถูกปาก	81	54.0	143	57.2	224	56.0
มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย	12	8.0	19	7.6	31	7.8
อยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น	15	10.0	17	6.8	32	8.0
เพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม	10	6.7	23	9.2	33	8.3
ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	10	6.7	16	6.4	26	6.5
บริการดี / รวดเร็ว	12	8.0	13	5.2	25	6.3
มีสาขามาก / สะดวกต่อการเดินทาง	3	2.0	10	4.0	13	3.1
ราคาไม่แพง	7	4.6	9	3.6	16	4.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก ร้อยละ 54.0 รองลงมา อยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น ร้อยละ 10.0 และมีรายการอาหารให้เลือกมากมาย ร้อยละ 8.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก ร้อยละ 57.2 รองลงมาเพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม ร้อยละ 9.2 และมีรายการอาหารให้เลือกมากมาย ร้อยละ 7.6



ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และจำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	66	44.0	124	49.6	190	47.5
ญาติ	9	6.0	17	6.8	26	6.5
เพื่อน	56	37.3	87	34.8	143	35.8
คู่อรัก/แฟน	19	12.7	22	8.8	41	10.2
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 44.0, 49.6 รองลงมาเพื่อน ร้อยละ 37.3, 34.8 และคู่อรัก/แฟน ร้อยละ 12.7, 8.8

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอาหารญี่ปุ่น ที่นิยมรับประทานเป็นประจำ และจำแนกตามเพศ

ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่ท่านนิยม รับประทานเป็นประจำ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซาซิมิ (ปลาดิบ)	113	75.3	198	79.2	311	77.8
ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ)	84	56.0	149	59.6	233	58.3
สลัดญี่ปุ่น	64	42.7	91	36.4	155	38.8
อาหารว่าง เช่น ทาโกะยากิ ยำ สำหรับเย็น	36	24.0	64	25.6	100	25.0
อาหารย่าง เช่น ปลาแซลมอนย่าง เกลือ หมู/ เนื้อ ย่างซีอิ๊ว	53	35.3	101	40.4	154	38.5
อาหารทอด เช่น เทมปุระ หมูชุบ เกล็ดขนมปังทอด	37	24.7	37	14.8	74	18.5
อาหารต้มและอาหารหม้อดิน หรือ ชาบูชิ (หม้อไฟ) เช่น สุกียากี้ญี่ปุ่น	21	14.0	31	12.4	52	13.0
อาหารซูด เช่น อาหารกล่อง (เบนโตะ) หมูทงคัตสึ	18	12.0	30	12	48	12.0
บะหมี่ญี่ปุ่น ร้อน/เย็น เช่น โซยุราเมน ซารุโซบะ	26	17.3	48	19.2	74	18.5
เทป็นยากิ (อาหารประเภทสเต็ก) เช่น สเต็กเนื้อสัน โกวเบ สเต็ก ปลาแซลมอน	25	16.7	34	13.6	59	14.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ คือ ซาซิมิ (ปลาดิบ) ร้อยละ 75.3 รองลงมา ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) ร้อยละ 56.0 และสลัดญี่ปุ่น ร้อยละ 42.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ คือ ซาซิมิ (ปลาดิบ) ร้อยละ 79.2 รองลงมา ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) ร้อยละ 59.6 และอาหารย่าง เช่นปลาแซลมอนย่างเกลือ หมู/เนื้อ ย่างซีอิ๊ว ร้อยละ 40.4

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด และจำแนกตามเพศ

ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไป รับประทานบ่อยที่สุด	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป (Stand alone)	23	15.3	44	17.6	67	16.8
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	120	80.0	200	80.0	320	80.0
ร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม	7	4.7	6	2.4	13	3.2
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุดคือร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า ร้อยละ 80.0, 80.0 รองลงมา ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป (Stand alone) ร้อยละ 15.3, 17.6 และร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม ร้อยละ 4.7, 2.4

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	28	18.7	47	18.8	75	18.8
2 ครั้งต่อเดือน	39	26.0	63	25.2	102	25.4
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	83	55.3	140	56.0	223	55.8
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 55.3, 56.0 รองลงมา 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 26.0, 25.2 และ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 18.7, 18.8

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยมไปรับประทาน  
อาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ –ศุกร์	20	13.4	29	11.6	49	12.2
วันเสาร์ – อาทิตย์	71	47.3	128	51.2	199	49.8
ไม่แน่นอน	59	39.3	93	37.2	152	38.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง วันที่นิยมไป  
รับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือ วันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 47.3, 51.2 รองลงมา ไม่แน่นอน  
ร้อยละ 39.3, 37.2 และวันจันทร์ –ศุกร์ ร้อยละ 13.4, 11.6

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ไป  
รับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด และจำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ไปรับประทานอาหาร ญี่ปุ่นบ่อยที่สุด	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเที่ยง เวลาประมาณ 11.00 – 13.00 น.	10	6.6	18	7.2	28	7.0
ช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น.	25	16.7	33	13.2	58	14.5
ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น.	58	38.7	112	44.8	170	42.5
ช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น.	57	38.0	87	34.8	144	36.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงเวลาที่ไป  
รับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด คือ ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น. ร้อยละ 38.7, 44.8  
รองลงมาช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น. ร้อยละ 38.0, 34.8 และช่วงบ่าย เวลาประมาณ  
13.00 – 16.00 น. ร้อยละ 16.7, 13.2

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมไป  
รับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

บุคคลที่มักนิยมไปรับประทาน อาหารญี่ปุ่นร่วมกัน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	49	32.7	86	34.4	135	33.8
เพื่อน	67	44.7	108	43.2	175	43.8
คนเดียว	-	-	-	-	-	-
คู่รัก/แฟน	34	22.6	56	22.4	90	22.4
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง บุคคลที่มักนิยมไป  
รับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมกันมากที่สุดคือ เพื่อน ร้อยละ 44.7, 43.2 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ  
ร้อยละ 32.7, 34.4 และคู่รัก/แฟน ร้อยละ 22.7, 22.4

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามเพศ

โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจไปรับประทาน	86	57.3	152	60.8	238	59.5
เพื่อพบปะสังสรรค์	49	32.7	73	29.2	122	30.5
รอเวลาทำธุระอย่างอื่น	17	11.3	25	10.0	42	10.5
เพื่อนชักชวน	56	37.3	95	38.0	151	37.8
เลี้ยงฉลองในโอกาสต่าง ๆ	30	20.0	64	25.6	94	23.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น คือ ตั้งใจไปรับประทาน ร้อยละ 57.3, 60.8 รองลงมาเพื่อนชักชวน ร้อยละ 37.3, 38.0 และเพื่อพบปะสังสรรค์ ร้อยละ 32.7, 29.2



ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าป้อนต่อคนประมาณ และจำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทาน อาหารเช้าป้อนต่อคนประมาณ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	n=150		n=250		n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินหรือเท่ากับ 100 บาท	3	2.0	7	2.8	10	2.5
101 – 200 บาท	10	6.7	23	9.2	33	8.2
201 – 300 บาท	56	37.3	76	30.4	132	33.0
มากกว่า 300 บาท	81	54.0	144	57.6	225	56.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่  
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าป้อนต่อคนประมาณ คือ มากกว่า 300 บาท ร้อยละ 54.0,  
57.6 รองลงมา 201 – 300 บาท ร้อยละ 37.3, 30.4 และ 101 – 200 บาท ร้อยละ 6.7, 9.2

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น จำแนกตาม รายได้รวมต่อเดือน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ท่าน บริโภคเป็นประจำ	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT)	126	54.8	59	60.2	45	62.5	230	57.5
เซน (ZEN)	72	31.3	37	37.8	22	30.6	131	32.7
โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET)	127	55.2	57	58.2	34	47.2	218	54.5
โอโตยะ (OTOYA)	79	34.3	34	34.7	29	40.3	142	35.5
ยาโยอิ (YAYOI)	49	21.3	20	20.4	14	19.4	83	20.7
ชานูชิ บุฟเฟต์ (SHABUSHI BUFFET)	34	14.8	18	18.4	13	18.1	65	16.2
ฮะจิบัง ราเมน (HAJIBAN RAMEN)	25	10.9	10	10.2	6	8.3	41	10.2
โออิชิ ราเมน (OISHI RAMEN)	43	18.7	18	18.4	10	13.9	71	17.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำ คือ โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET) ร้อยละ 55.2 รองลงมา ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT) ร้อยละ 54.8 และโอโตยะ (OTOYA) ร้อยละ 34.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำคือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ (FUJI RESTAURANT) ร้อยละ 60.2 รองลงมา โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET) ร้อยละ 58.2 และ เซน (ZEN) ร้อยละ 34.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำคือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ (FUJI RESTAURANT) ร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ โออิชิ บุฟเฟต์ (OISHI BUFFET) ร้อยละ 47.2 และ โอโตยะ (OTOYA) ร้อยละ 40.3

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรู้จักสถานที่ที่ทานเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

รู้จักสถานที่ที่ทานเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่น	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก	141	61.3	61	62.2	42	58.3	244	61.0
การบอกแบบปากต่อปาก	100	43.5	48	49.0	26	36.1	174	43.5
สื่อโทรทัศน์	171	74.3	63	64.3	50	69.4	284	71.0
วิทยุ	19	8.3	6	6.1	4	5.6	29	7.3
อินเทอร์เน็ต	115	50.0	47	48.0	39	54.2	201	50.3
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ	33	14.3	18	18.4	12	16.7	63	15.8
ทำเลที่ตั้งเห็นได้ชัดเจน	33	14.3	22	22.4	11	15.3	66	16.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป รู้จักสถานที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 74.3 , 69.4 รองลงมา กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก ร้อยละ 61.3 , 58.3 และ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 50.0, 54.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001 -15,000 บาท รู้จักร้านที่เลือก  
รับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 64.3 รองลงมา กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก  
ร้อยละ 62.2 และ การบอกแบบปากต่อปาก ร้อยละ 49.0

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด ใน  
การเลือกรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการ เลือกรับประทานอาหาร ญี่ปุ่น	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติอาหารถูกปาก	131	57.0	57	58.2	36	50.0	224	56.0
มีรายการอาหารให้เลือก มากมาย	22	9.6	5	5.0	4	5.6	31	7.8
อยากทดลอง รับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น	16	7.0	8	8.2	8	11.0	32	8.0
เพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยม ในสังคม	16	7.0	8	8.2	9	12.5	33	8.3
ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	14	6.0	6	6.1	6	8.3	26	6.5
บริการดี / รวดเร็ว	14	6.0	7	7.1	4	5.6	25	6.1
มีสาขามาก / สะดวกต่อ การเดินทาง	8	3.5	3	3.1	2	2.8	13	3.3
ราคาไม่แพง	9	3.9	4	4.1	3	4.2	16	4.0
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ  
10,000 บาท เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก  
ร้อยละ 57.0 รองลงมา มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย ร้อยละ 9.6 และอยากทดลองรับประทาน  
อาหารเช้าญี่ปุ่น และเพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม เท่ากัน ร้อยละ 7.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก ร้อยละ 58.2 รองลงมา อยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น และเพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม ร้อยละ 8.2 และบริการดี/รวดเร็ว ร้อยละ 7.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ รสชาติอาหารถูกปาก ร้อยละ 50.0 รองลงมาเพื่อสุขภาพ / เป็นที่นิยมในสังคม ร้อยละ 12.5 และอยากทดลองรับประทานอาหารญี่ปุ่น ร้อยละ 11.1

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	110	47.8	52	53.1	28	38.9	190	47.5
ญาติ	15	6.5	7	7.1	4	5.6	26	6.5
เพื่อน	82	35.7	34	34.7	27	37.5	143	35.8
คู่รัก/แฟน	23	10.0	5	5.1	13	18.0	41	10.2
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 47.8 รองลงมาเพื่อน ร้อยละ 35.7 และคู่รัก/แฟน ร้อยละ 10.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 53.1 รองลงมาเพื่อน ร้อยละ 34.7 และญาติ ร้อยละ 7.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 38.9 รองลงมาเพื่อน ร้อยละ 37.5 และ คู่รัก/แฟน ร้อยละ 18.0

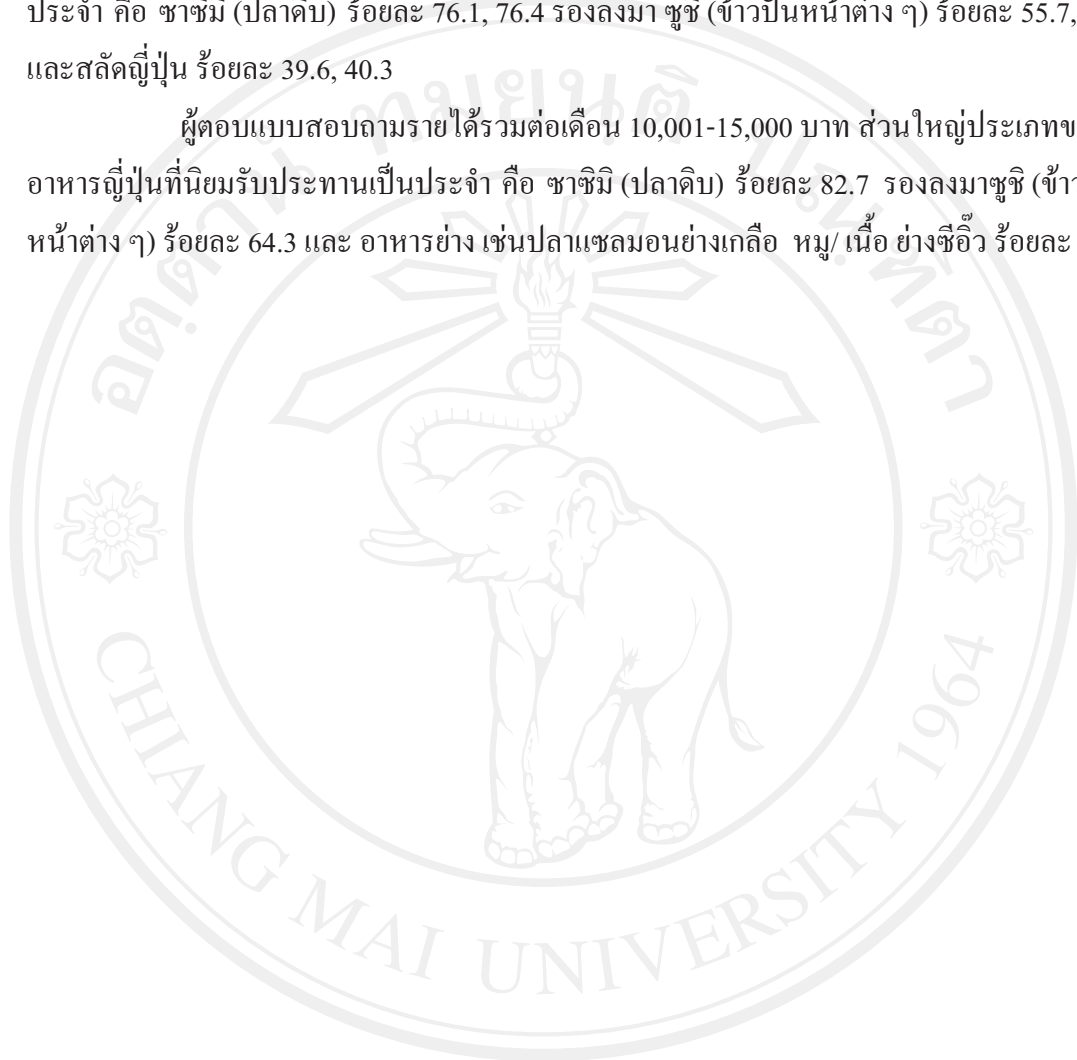
ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอาหาร  
ญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ประเภทของอาหาร ญี่ปุ่นที่ท่านนิยม รับประทานเป็นประจำ	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาชิมิ (ปลาดิบ)	175	76.1	81	82.7	55	76.4	311	77.8
ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ)	128	55.7	63	64.3	42	58.3	233	58.3
สลัดญี่ปุ่น	91	39.6	35	35.7	29	40.3	155	38.8
อาหารว่าง เช่น ทาโกะยากิ ข้าวสำหรับเขียน	62	27.0	24	24.5	14	19.4	100	25.0
อาหารย่าง เช่น ปลาแซลมอนย่างเกลือ หมู/ เนื้อ ย่างซีอิ๊ว	88	38.3	40	40.8	26	36.1	154	38.5
อาหารทอด เช่น เทมปุระ หมูชุบเกล็ดขนมปังทอด	40	17.4	20	20.4	14	19.4	74	18.5
อาหารต้มและอาหารหม้อ ดิน หรือ ชาบูชิ (หม้อไฟ) เช่น สุกียากี้ญี่ปุ่น	27	11.7	14	14.3	11	15.3	52	13.0
อาหารซูด เช่น อาหาร กล่อง(เบนโตะ) หมูทงคัตสึ	26	11.3	10	10.2	12	16.7	48	12.0
บะหมี่ญี่ปุ่น ร้อน/เย็น เช่น โซยุราเมน ซารุโซบะ	39	17.0	24	24.5	11	15.3	74	18.5
เทป็นยากิ (อาหาร ประเภทสเต็ก) เช่น สเต็ก เนื้อสัน โกวเบ สเต็ก ปลาแซลมอน	29	12.6	12	12.2	18	25.0	59	14.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ คือ ซาซิมิ (ปลาดิบ) ร้อยละ 76.1, 76.4 รองลงมา ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) ร้อยละ 55.7, 58.3 และสลัดญี่ปุ่น ร้อยละ 39.6, 40.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำ คือ ซาซิมิ (ปลาดิบ) ร้อยละ 82.7 รองลงมาซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) ร้อยละ 64.3 และ อาหารย่าง เช่นปลาแซลมอนย่างเกลือ หมู/เนื้อ ย่างซีอิ๊ว ร้อยละ 40.8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป ( Stand alone)	34	14.8	20	20.4	13	18.0	67	16.8
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	187	81.3	76	77.6	57	79.2	320	80.0
ร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม	9	3.9	2	2.0	2	2.8	13	3.2
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุดคือร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า ร้อยละ 81.3, 77.6, 79.2 รองลงมา ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป ( Stand alone) ร้อยละ 14.8, 20.4 , 18.0 และร้านอาหารญี่ปุ่นในโรงแรม ร้อยละ 3.9, 2.0, 2.8



ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ความถี่โดยเฉลี่ยในการ บริโภคอาหารญี่ปุ่น	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	47	20.4	16	16.3	12	16.7	75	18.8
2 ครั้งต่อเดือน	63	27.4	26	26.5	13	18.0	102	25.4
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	120	52.2	56	57.2	47	65.3	223	55.8
รวม	230	100.0	98	100.0	72	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 52.2, 57.2, 65.3 รองลงมา 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 27.4, 26.5, 18.0 และ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.4, 16.3, 16.7

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยม ไปรับประทานอาหาร อาหารญี่ปุ่น และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – ศุกร์	28	12.2	13	13.3	8	11.1	49	12.2
วันเสาร์ – อาทิตย์	116	50.4	56	57.1	27	37.5	199	49.8
ไม่แน่นอน	86	37.4	29	29.6	37	51.4	152	38.0
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือ วันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 50.4, 57.1 รองลงมา ไม่แน่นอน ร้อยละ 37.4, 29.6 และวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 12.2, 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 51.4 รองลงมา วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 37.5 และวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 11.1

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเที่ยง เวลาประมาณ 11.00 – 13.00 น.	19	8.3	5	5.0	4	5.6	28	7.0
ช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น.	28	12.2	18	18.4	12	16.7	58	14.5
ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น.	104	45.2	42	42.9	24	33.3	170	42.5
ช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น.	79	34.3	33	33.7	32	44.4	144	36.0
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ช่วงเวลาที่ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด คือ ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น. ร้อยละ 45.2 ,42.9 รองลงมาช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.00 – 22.00 น. ร้อยละ 34.3, 33.7 และช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น. ร้อยละ 12.2 ,18.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ช่วงเวลาที่ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุด คือ ช่วงค่ำ เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น. ร้อยละ 44.4 รองลงมา ช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 – 19.00 น. ร้อยละ 33.3 และช่วงบ่าย เวลาประมาณ 13.00 – 16.00 น. ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมกัน และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

บุคคลที่มักนิยมไป รับประทานอาหารญี่ปุ่น ร่วมกัน	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	76	33.0	43	43.9	16	22.3	135	33.8
เพื่อน	104	45.3	38	38.8	33	45.8	175	43.8
คนเดียว	-	-	-	-	-	-	-	-
คู่รัก/แฟน	50	21.7	17	17.3	23	31.9	90	22.4
รวม	230	100.0	98	100.0	72	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท บุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมกันมากที่สุดคือ เพื่อน ร้อยละ 45.3 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 33.0 และคู่รัก/แฟน ร้อยละ 21.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท บุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมกันมากที่สุดคือครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 43.9 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 38.8 และ คู่รัก/แฟน ร้อยละ 17.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป บุคคลที่มักนิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมกันมากที่สุดคือเพื่อน ร้อยละ 45.8 รองลงมาคู่รัก/แฟน ร้อยละ 31.9 และครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 22.3

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่นิยมไป  
รับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

โอกาสที่นิยมไป รับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจไปรับประทาน	132	57.4	67	68.4	39	54.2	238	59.5
เพื่อพบปะสังสรรค์	76	33.0	21	21.4	25	34.7	122	30.5
รอลงเวลาทำธุระอย่างอื่น	26	11.3	8	8.2	8	11.1	42	10.5
เพื่อนชักชวน	90	39.1	34	34.7	27	37.5	151	37.8
เลี้ยงฉลองในโอกาสต่าง ๆ	55	23.9	24	24.5	15	20.8	94	23.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่น คือ ตั้งใจไปรับประทาน ร้อยละ 57.4, 54.2 รอลงเวลาเพื่อนชักชวน ร้อยละ 39.1, 37.5 และเพื่อพบปะสังสรรค์ ร้อยละ 33.0, 34.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นคือ ตั้งใจไปรับประทาน ร้อยละ 68.4 รอลงเวลาเพื่อนชักชวน ร้อยละ 34.7 และเลี้ยงฉลองในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 24.5

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อคนประมาณ และจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการ รับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อ คนประมาณ	รายได้รวมต่อเดือน							
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท n=230		10,001 – 15,000 บาท n=98		15,000 บาทขึ้นไป n=72		รวม n=400	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินหรือเท่ากับ 100 บาท	6	2.6	3	3.1	1	1.4	10	2.5
101 – 200 บาท	23	10.0	6	6.1	4	5.6	33	8.2
201 – 300 บาท	77	33.5	35	35.7	20	27.8	132	33.0
มากกว่า 300 บาท	124	53.9	54	55.1	47	65.2	225	56.3
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.0</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารเช้าผู้ป็นต่อคนประมาณ คือ มากกว่า 300 บาท ร้อยละ 53.9, 55.1, 65.2 รองลงมา 201 – 300 บาท ร้อยละ 33.5, 35.7, 27.8 และ 101 – 200 บาท ร้อยละ 10.0, 6.1, 5.6

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ และรายได้รวมต่อเดือน

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของร้าน	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
ความสดใหม่ของอาหาร	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
คุณภาพของอาหาร	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)
ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.88 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)
มีอาหารเป็นชุดไว้บริการ	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)
ในรายการอาหารมีรูปภาพประกอบ	3.44 (มาก)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
มีรายการอาหารใหม่ๆ ไว้คอยบริการ	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
รสชาติอาหารเป็นแบบต้นตำรับของญี่ปุ่น	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา คุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	3.91 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)
สามารถชำระเงินได้ทั้งบัตรเครดิตและเงินสด	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
มีราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>



จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา สามารถชำระเงินได้ทั้งบัตรเครดิตและเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน (3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านใกล้สถาบันการศึกษา	3.02 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสถานที่จอดรถได้สะดวก	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)
มีบริการส่งตามบ้าน	3.10 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีจำนวนสาขามาก	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือมีสถานที่จอดรถได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.19) รองลงมาทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96, 4.04) และมีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.59, 3.61)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีตัวอย่างอาหารญี่ปุ่นโชว์หน้าร้าน	2.99 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก	3.46 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่าง ๆ	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการจัดชิงโชค สุ้นรับรางวัล เช่น ตัวเครื่องบินไปเที่ยวต่างประเทศ	3.17 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.30 (ปานกลาง)</b>	<b>3.25 (ปานกลาง)</b>	<b>3.27 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือมีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุด

สำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความสุข เอาใจใส่ลูกค้า	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงาน	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
การแนะนำรายการอาหารของพนักงาน	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03, 4.07) รองลงมาบุคลิกภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.95) และพนักงานมีความสุข เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83, 3.90)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบการจัดตกแต่งร้านบรรยากาศแบบญี่ปุ่น	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/ มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)
ความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม	4.11 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม (ค่าเฉลี่ย 4.11, 4.22) รองลงมาสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.87, 3.926) และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.89)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้าน  
กระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=150	n=250	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การต้อนรับของพนักงาน	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)
การบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย	4.01 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)
การบริการที่รวดเร็วในการรับรายการอาหาร	3.87 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)
ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ ได้สั่งไป	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
ระยะเวลาในการรอคอย	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการ รับประทานอาหาร เช่น คอยเติมน้ำ หรือเก็บ จาน	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศ  
หญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับมากลำดับแรกคือการต้อนรับของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15, 4.20) รองลงมา ระยะเวลาในการ  
รอคอย (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.19) และการบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.01, 4.10)

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของร้าน	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)
ความสดใหม่ของอาหาร	4.55 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
คุณภาพของอาหาร	4.34 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)
ความหลากหลายของรายการอาหาร	4.02 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)
มีอาหารเป็นชุดไว้บริการ	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)
การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)
ในรายการอาหารมีรูปภาพประกอบ	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีรายการอาหารใหม่ๆ ไว้คอยบริการ	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.46 (มาก)	3.64 (มาก)
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	4.02 (มาก)
รสชาติอาหารเป็นแบบต้นตำรับของญี่ปุ่น	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ คุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.24) และรสชาติอาหารเป็นแบบต้นตำรับของญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.88)



ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	4.02 (มาก)
สามารถชำระเงินได้ทั้งบัตรเครดิตและเงินสด	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารอื่น ๆ	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.19 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน (4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย ในระดับมากลำดับแรกคือ แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สามารถชำระเงินได้ ทั้งบัตรเครดิตและเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.99) และราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ แจึงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านใกล้สถาบันการศึกษา	3.06 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสถานที่จอดรถได้สะดวก	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)
มีบริการส่งตามบ้าน	3.02 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีจำนวนสาขามาก	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือมีสถานที่จอดรถได้สะดวก

(ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.15) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07, 3.95) และมีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.66, 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือมีสถานที่จอดรถได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีตัวอย่างอาหารญี่ปุ่นโชว์หน้าร้าน	2.97 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก	3.57 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ	3.19 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการจัดชิงโชค ถูกรับรางวัล เช่น ตั๋วเครื่องบินไปเที่ยวต่างประเทศ	3.07 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.30 (ปานกลาง)</b>	<b>3.23 (ปานกลาง)</b>	<b>3.22 (ปานกลาง)</b>	<b>3.27 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ มีการจัดชิงโชค ลุ้นรับรางวัล เช่น ตัว เครื่องบินไปเที่ยวต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบัตรสมาชิกสำหรับใช้เป็นส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการจัดรายการพิเศษในวันหยุดสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความสุภาพ เอาใจใส่ ลูกค้า	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงาน	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
การแนะนำรายการอาหารของ พนักงาน	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้  
ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
มากลำดับแรกคือมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.10,4.03, 3.94) รองลงมา บุคลิกภาพ  
ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96,3.96,3.83) และพนักงานมีความสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย  
3.91,3.85,3.76)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบการจัดตกแต่งร้าน	3.65	3.63	3.63	3.64
บรรยากาศแบบญี่ปุ่น	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ	3.90	3.81	3.76	3.85
	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.98	3.86	3.72	3.91
	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)
ความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม	4.23	4.17	4.01	4.18
	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.17) รองลงมาสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี/มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.98,3.86) และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.90,3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือความสะอาดของ แก้ว จาน ช้อน ส้อม (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา มีสถานที่

นั่งพักและนั่งรอบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี/มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้รวมต่อเดือน			
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=230	n=98	n=72	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การต้อนรับของพนักงาน	4.23 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)
การบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)
การบริการที่รวดเร็วในการรับรายการอาหาร	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.99 (มาก)
ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
ระยะเวลาในการรอคอย	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทานอาหาร เช่น คอยเติมน้ำ หรือเก็บจาน	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.08 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเนื่อง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเนื่อง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือการต้อนรับของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.14, 4.08) รองลงมา ระยะเวลาในการรอคอย (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.12, 4.07) และการบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.06, 3.97)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved