

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับร้านอาหารญี่ปุ่น	16
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.4 กรอบแนวคิด	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	26
3.1 ขอบเขตการศึกษา	26
3.2 วิธีการศึกษา	27
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	29
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบ	33
แบบสอบถาม	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	36
ส่วนที่ 4 ผลการศึกษابقจับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
ส่วนที่ 5 การวัดระดับการรับรู้และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดและการหาตำแหน่งทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่น	79
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	89
5.1 สรุปผลการศึกษา	89
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	99
5.3 ข้อค้นพบ	101
5.4 ข้อเสนอแนะ	102
เอกสารอ้างอิง	105
ภาคผนวก	107
ประวัติผู้เขียน	112

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	14
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	32
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น	33
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	34
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	34
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	34
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	35
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	35
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	37
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	38
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	39
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	40
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพศ	42
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	44
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	45
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	46
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	47
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	48
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอายุ	49
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	51
22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	53
23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	54
24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	55
25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	56
26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับระดับการศึกษา	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

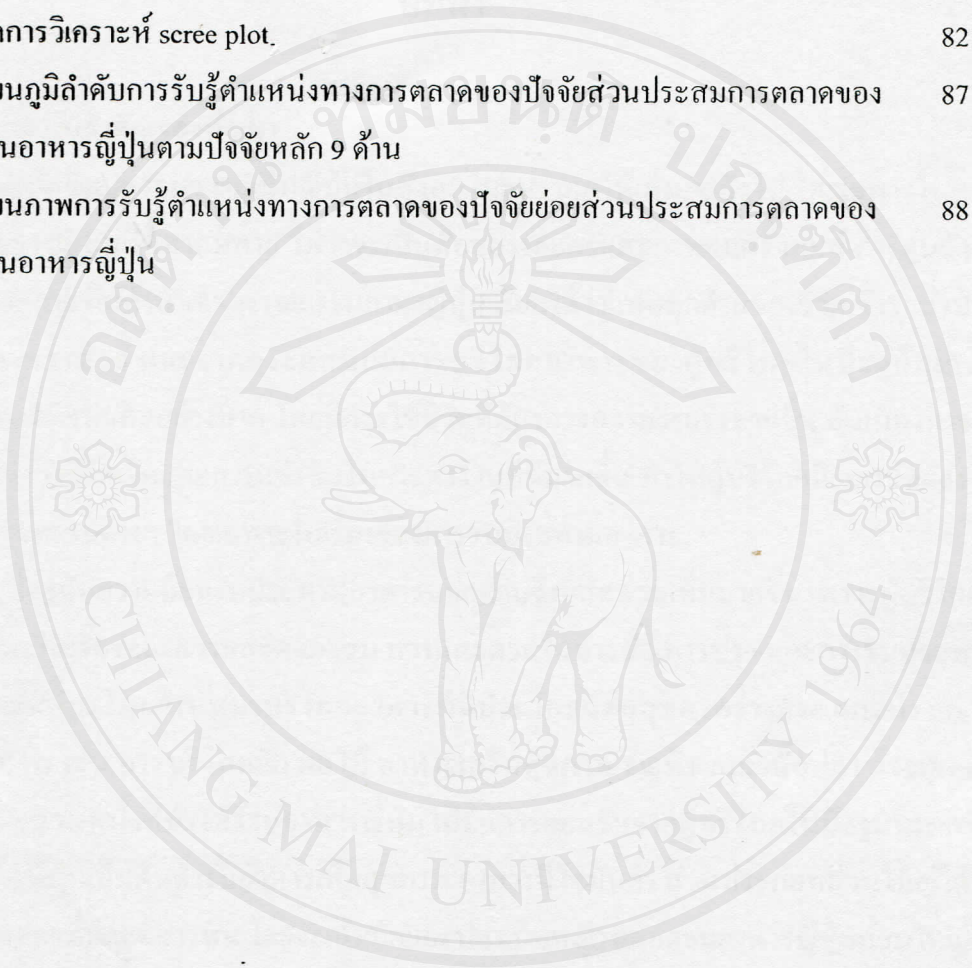
ตาราง		หน้า
27	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	59
28	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	61
29	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	62
30	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	63
31	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	64
32	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้มี ส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับอาชีพ	65
33	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งที่รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่นกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
34	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
35	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
36	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับเพทรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
37	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
38	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้มี ส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
39	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีผลต่อใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
41 การวิเคราะห์ KMO และ Bartlett's Test	79
42 การวิเคราะห์ Communalities	80
43 ผลการวิเคราะห์ Total Variance Explained	81
44 ผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix	84
45 ค่า Factor score ในแต่ละปัจจัยของร้านอาหารญี่ปุ่นแต่ละร้าน ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
46 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	91

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1 ผลการวิเคราะห์ scree plot.	82
2 แผนภูมิลำดับการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ ร้านอาหารญี่ปุ่นตามปัจจัยหลัก 9 ด้าน	87
3 แผนภาพการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของ ร้านอาหารญี่ปุ่น	88



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved