

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูล และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด และข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปลผลโดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	134	34.81
หญิง	251	65.19
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.19 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.81

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	59	15.32
21-35 ปี	229	59.48
36-50 ปี	92	23.90
51 ปีขึ้นไป	5	1.30
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.48 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.90 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.32 และอายุ 51ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	1	0.26
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า(ปวช., ปวส.)	81	21.04
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	214	55.58
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	89	23.12
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 55.58 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.12 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช., ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 21.04 และการศึกษาระดับประถมศึกษา หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	284	73.77
สมรส	94	24.41
อื่นๆ	7	1.82
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.77 และรองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 24.41 และสถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	65	16.88
พนักงานบริษัทเอกชน	277	71.95
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.23
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	17	4.42
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2	0.52
อื่นๆ	0	0.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 71.95 และรองลงมา ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.88 และ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.23 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 4.42 ไม่ได้ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	91	23.63
10,001 - 20,000 บาท	120	31.17
20,001 - 30,000 บาท	82	21.30
30,001 - 40,000 บาท	45	11.69
40,001 บาทขึ้นไป	47	12.21
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.17 และรองลงมา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.63 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.21 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.69 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าที่
เคยใช้บริการ

ชื่อร้านที่เคยใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟูจิ	318	82.60
โออิชิ	275	71.43
อะจิบังรามง	259	67.27
เซน	205	53.27
ยาโยอิ	96	24.94
โคบูเนะ	37	9.61
ซากุระ	36	9.35
ซูกิชิ	31	8.05
ซูโม่	8	2.08

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 385 ราย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าที่ฟูจิมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.60 รองลงมา ได้แก่ โออิชิ คิดเป็นร้อยละ 71.43 อะจิบังรามง คิดเป็นร้อยละ 67.27 เซน คิดเป็นร้อยละ 53.27 ยาโยอิ คิดเป็นร้อยละ 24.94 โคบูเนะคิดเป็นร้อยละ 9.61 ซากุระ คิดเป็นร้อยละ 9.35 ซูกิชิ คิดเป็นร้อยละ 8.05 และซูโม่ คิดเป็นร้อยละ 2.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ชื่อร้านที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟูจิ	161	41.82
สะจิบั้งรามง	86	22.34
โออิชิ	68	17.66
เซน	52	13.50
ยาโยอิ	8	2.08
ซูกิชิ	8	2.08
โคบูเนะ	2	0.52
ซากุระ	0	0.00
ซูโม่	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าที่ร้านฟูจิบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.82 รองลงมา ได้แก่ สะจิบั้งรามง คิดเป็นร้อยละ 22.34 โออิชิ คิดเป็นร้อยละ 17.66 เซน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ยาโยอิ คิดเป็นร้อยละ 2.08 ซูกิชิ คิดเป็นร้อยละ 2.08 โคบูเนะ คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อเดือน

ความถี่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ครั้ง	206	53.51
2 ครั้ง	90	23.38
3 ครั้ง	45	11.69
4 ครั้ง	21	5.45
มากกว่า 4 ครั้ง	23	5.97
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อเดือนน้อยกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.51 รองลงมา ได้แก่ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.38 ใช้ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.69 ใช้มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.97 และใช้ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า

โอกาสในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับประทานเป็นมื้ออาหารปกติ	193	50.13
รับประทานเนื่องในโอกาสพิเศษ	135	35.06
พบปะสังสรรค์	194	50.39
เลี้ยงรับรองแขก	25	6.49
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 385 ราย

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในโอกาสพบปะสังสรรค์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.39 รองลงมา ได้แก่ รับประทานเป็นมื้ออาหารปกติคิดเป็นร้อยละ 50.13 รับประทานเนื่องในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 35.06 เลี้ยงรับรองแขก คิดเป็นร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า

ช่วงเวลาที่นิยมในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลา 10.00 – 12.30 น.	19	4.94
เวลา 12.31 – 15.00 น.	125	32.47
เวลา 15.01 – 17.30 น.	24	6.23
เวลา 17.31 – 20.00 น.	196	50.91
เวลา 20.01 – 22.30 น.	21	5.45
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาที่นิยมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าเวลา 17.31 - 20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.91 รองลงมา ได้แก่ เวลา 12.31 - 15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.47 เวลา 15.01 - 17.30 น. คิดเป็นร้อยละ 6.23 เวลา 20.01 - 22.30 น. คิดเป็นร้อยละ 5.45 และ เวลา 10.00 - 12.30 น. คิดเป็นร้อยละ 4.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชานที่นิยมใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า

รูปแบบการชานที่นิยมใช้บริการ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุฟเฟ่ต์	66	17.14
อาหารชุด	176	45.72
อาหารตามสั่ง	137	35.58
ซูชิจานเวียน	6	1.56
อื่นๆ	0	0.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการชานที่นิยมใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าแบบอาหารชุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.72 รองลงมา ได้แก่ อาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 35.58 บุฟเฟ่ต์ คิดเป็นร้อยละ 17.14 ซูชิจานเวียน คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่เข้าใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อครั้ง

จำนวนคนที่เข้าใช้บริการร้านอาหาร ญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	115	29.87
3 - 4 คน	188	48.83
5 - 6 คน	67	17.40
มากกว่า 6 คนขึ้นไป	15	3.90
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน
ศูนย์การค้าครั้งละ 3 - 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.83 รองลงมา ได้แก่ 1 - 2 คน คิดเป็นร้อยละ
29.87 และ 5 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 มากกว่า 6 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อ
ครั้งที่ท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งที่ใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 300 บาท	115	29.87
301 - 600 บาท	179	46.49
601 - 900 บาท	51	13.25
901 - 1,200 บาท	23	5.97
1,201 บาท ขึ้นไป	17	4.42
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งที่ใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 301 - 600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.49 รองลงมา ได้แก่ ไม่
เกิน 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.87 ค่าใช้จ่าย 601 - 900 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.25 ค่าใช้จ่าย
901 - 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.97 และ 1,201 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.42 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า
ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นแบบ ญี่ปุ่นแท้ (original)	69 (17.92)	133 (34.55)	154 (40.00)	25 (6.49)	4 (1.04)	3.62 (มาก)	8
2.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นลูกปาก คนไทย	78 (20.26)	177 (45.97)	110 (28.57)	14 (3.64)	6 (1.56)	3.80 (มาก)	6
3.ความสะอาดของอาหาร	175 (45.45)	156 (40.52)	53 (13.77)	1 (0.26)	- -	4.31 (มาก)	2
4.ความสดใหม่ของอาหาร	196 (50.91)	142 (36.88)	46 (11.95)	1 (0.26)	- -	4.38 (มาก)	1
5.ความหลากหลายของเมนูอาหาร	128 (33.25)	184 (47.79)	67 (17.40)	4 (1.04)	2 (0.52)	4.12 (มาก)	3
6.ความสวยงามในการตกแต่ง อาหาร	72 (18.70)	160 (41.56)	141 (36.62)	12 (3.12)	- -	3.76 (มาก)	7
7.คุณค่าทางโภชนาการ	78 (20.26)	175 (45.45)	122 (31.69)	9 (2.34)	1 (0.26)	3.83 (มาก)	5
8.มีอาหารชุดให้เลือก	87 (22.60)	176 (45.71)	100 (25.97)	19 (4.94)	3 (0.78)	3.84 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.96 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.31) และความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าใน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 2. ปัจจัยด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก	80 (20.78)	194 (50.39)	98 (25.45)	13 (3.38)	- -	3.89 (มาก)	4
2.ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ	124 (32.21)	167 (43.38)	77 (20.00)	15 (3.89)	2 (0.52)	4.03 (มาก)	2
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ วัตถุดิบ	134 (34.80)	170 (44.16)	73 (18.96)	7 (1.82)	1 (0.26)	4.11 (มาก)	1
4.ราคาอาหารไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับ ร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน	106 (27.53)	175 (45.45)	89 (23.12)	15 (3.90)	- -	3.97 (มาก)	3
5.ราคาอาหารคุ้มค่างับคุณค่าทาง โภชนาการที่ได้รับ	75 (19.48)	155 (40.26)	137 (35.58)	15 (3.90)	3 (0.78)	3.74 (มาก)	6
6.ราคาของอาหารชุดประหยัดกว่า จานเดี่ยว	87 (22.60)	143 (37.14)	131 (34.03)	20 (5.19)	4 (1.04)	3.75 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ใน ศูนย์การค้าทำให้สะดวกต่อการเดินทาง	127 (32.99)	204 (52.99)	48 (12.47)	6 (1.56)	- -	4.17 (มาก)	1
2.ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้ บริการได้เพียงพอ	91 (23.64)	175 (45.45)	96 (24.93)	18 (4.68)	5 (1.30)	3.85 (มาก)	3
3.ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์ การค้าหาได้ง่าย	86 (22.34)	213 (55.32)	81 (21.04)	5 (1.30)	- -	3.99 (มาก)	2
4.ร้านอาหารญี่ปุ่นมีสาขามาก	53 (13.77)	147 (38.18)	159 (41.30)	21 (5.45)	5 (1.30)	3.58 (มาก)	4
5.ร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นร้านเฉพาะไม่มี สาขา	23 (5.97)	51 (13.25)	181 (47.01)	100 (25.97)	30 (7.79)	2.84 (ปาน กลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.69 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้าทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน
ศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์,วิทยุ,ใบปลิว,หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	30 (7.79)	124 (32.21)	183 (47.53)	42 (10.91)	6 (1.56)	3.34 (ปาน กลาง)	6
2.การแจ้งข่าวสารข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	15 (3.90)	72 (18.70)	197 (51.17)	83 (21.56)	18 (4.67)	2.96 (ปาน กลาง)	8
3.การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับ สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กินฟรี	47 (12.21)	143 (37.14)	142 (36.88)	42 (10.91)	11 (2.86)	3.45 (ปาน กลาง)	4
4.การมีบัตรสะสมแต้ม	38 (9.87)	138 (35.84)	143 (37.14)	56 (14.55)	10 (2.60)	3.36 (ปาน กลาง)	5
5.การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต	71 (18.44)	152 (39.48)	104 (27.01)	43 (11.17)	15 (3.90)	3.57 (มาก)	3
6.มีการแจกคูปองลดราคาอาหาร	70 (18.18)	144 (37.40)	121 (31.43)	42 (10.91)	8 (2.08)	3.59 (มาก)	2
7.มีการแจกรางวัลหรือของที่ระลึก	36 (9.35)	104 (27.01)	152 (39.48)	77 (20.00)	16 (4.16)	3.17 (ปาน กลาง)	7
8.มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล	67 (17.40)	163 (42.34)	119 (30.91)	30 (7.79)	6 (1.56)	3.66 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.39 (ปาน กลาง)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา ได้แก่ มีการแจกคูปองลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านกระบวนการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน
ศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 5. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.การทักทายและต้อนรับเมื่อ ท่านเดินเข้ามาภายในร้าน	62 (16.10)	178 (46.23)	138 (35.84)	7 (1.82)	- -	3.77 (มาก)	6
2.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่าง รวดเร็ว	138 (35.84)	188 (48.83)	57 (14.81)	2 (0.52)	- -	4.20 (มาก)	2
3.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่าง ถูกต้อง	145 (37.66)	191 (49.61)	48 (12.47)	1 (0.26)	- -	4.25 (มาก)	1
4.มีการให้บริการแก่ท่านอย่าง เสมอภาค	132 (34.29)	180 (46.75)	66 (17.14)	6 (1.56)	1 (0.26)	4.13 (มาก)	3
5.มีบริการจองโต๊ะล่วงหน้า	45 (11.69)	153 (39.74)	153 (39.74)	26 (6.75)	8 (2.08)	3.52 (มาก)	7
6.แคทเชอร์คิดเงินได้ถูกต้อง	125 (32.47)	171 (44.41)	80 (20.78)	6 (1.56)	3 (0.78)	4.06 (มาก)	4
7.แคทเชอร์คิดเงินได้รวดเร็ว	111 (28.83)	171 (44.41)	88 (22.96)	13 (3.38)	2 (0.52)	3.98 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการ
โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าใน
กรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ได้รับอาหารและ
เครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว
(ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านบุคคลที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าใน
กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 6. ปัจจัยด้านบุคคล (People)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส, เป็นกันเองกับลูกค้า	128 (33.25)	189 (49.09)	64 (16.62)	4 (1.04)	- -	4.15 (มาก)	3
2.พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ ดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี	141 (36.62)	183 (47.53)	56 (14.55)	5 (1.30)	- -	4.19 (มาก)	2
3.พนักงานสามารถแนะนำอาหารและ เครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	106 (27.53)	193 (50.13)	75 (19.48)	10 (2.60)	1 (0.26)	4.02 (มาก)	5
4.พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ	81 (21.04)	188 (48.83)	106 (27.53)	10 (2.60)	- -	3.88 (มาก)	6
5.พนักงานให้บริการท่านได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว	145 (37.66)	177 (45.97)	59 (15.33)	4 (1.04)	- -	4.20 (มาก)	1
6.พนักงานมีความรู้ความสามารถใน การทำงานเป็นอย่างดี	108 (28.05)	188 (48.83)	83 (21.56)	6 (1.56)	- -	4.03 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพ
มหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่าง
ถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่าน
เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) และพนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเองกับ
ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน
ศูนย์การค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	55 (14.29)	212 (55.06)	112 (29.09)	6 (1.56)	- (-)	3.82 (มาก)	8
2.ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้าน จดจำได้ง่าย	52 (13.51)	156 (40.52)	153 (39.74)	22 (5.71)	2 (0.52)	3.61 (มาก)	9
3.การตกแต่งภายใน, ภายนอก สวยงาม ดูดี	60 (15.58)	217 (56.36)	101 (26.23)	7 (1.82)	- (-)	3.86 (มาก)	6
4.ภาพลักษณ์ของร้านดูดี	56 (14.54)	245 (63.64)	77 (20.00)	6 (1.56)	1 (0.26)	3.91 (มาก)	5
5.บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น	73 (18.96)	189 (49.09)	114 (29.61)	7 (1.82)	2 (0.52)	3.84 (มาก)	7
6.บรรยากาศของร้านให้ความรู้สึก ปลอดภัย	78 (20.26)	183 (47.53)	110 (28.57)	13 (3.38)	1 (0.26)	3.84 (มาก)	7
7.กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ และนั่ง ได้สบาย	118 (30.65)	193 (50.13)	67 (17.40)	7 (1.82)	- (-)	4.10 (มาก)	3
8.มีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเท อากาศภายในที่ดี	117 (30.39)	191 (49.61)	67 (17.40)	10 (2.60)	- (-)	4.08 (มาก)	4
9.ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้	170 (44.16)	151 (39.22)	61 (15.84)	3 (0.78)	- (-)	4.27 (มาก)	2
10.ความสะอาดภายในร้านอาหาร	180 (46.75)	150 (38.96)	54 (14.03)	1 (0.26)	- (-)	4.32 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และกว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ และนั่งได้สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	มาก	4
ด้านราคา	3.92	มาก	5
ด้านการจัดจำหน่าย	3.69	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	ปานกลาง	7
ด้านกระบวนการ	3.99	มาก	2
ด้านบุคคล	4.08	มาก	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.97	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.39)

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน ศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นแบบญี่ปุ่นแท้ (original)	3.69 (มาก)	8	3.58 (มาก)	8
2.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นถูกปากคนไทย	3.92 (มาก)	4	3.73 (มาก)	7
3.ความสะอาดของอาหาร	4.34 (มาก)	2	4.29 (มาก)	2
4.ความสดใหม่ของอาหาร	4.37 (มาก)	1	4.39 (มาก)	1
5.ความหลากหลายของเมนูอาหาร	4.21 (มาก)	3	4.08 (มาก)	3
6.ความสวยงามในการตกแต่งอาหาร	3.74 (มาก)	6	3.77 (มาก)	6
7.คุณค่าทางโภชนาการ	3.73 (มาก)	7	3.88 (มาก)	4
8.มีอาหารชุดให้เลือก	3.82 (มาก)	5	3.86 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ ความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.29) และความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก	3.90 (มาก)	4	3.88 (มาก)	4
2.ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ	4.03 (มาก)	2	4.03 (มาก)	2
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ	4.12 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1
4.ราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน	4.01 (มาก)	3	3.94 (มาก)	3
5.ราคาอาหารคุ้มค่ากับคุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับ	3.63 (มาก)	6	3.79 (มาก)	5
6.ราคาของอาหารชุดประหยัดกว่าจานเดี่ยว	3.77 (มาก)	5	3.74 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)		3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ ราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ ราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัด
จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง	4.12 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1
2.ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ	3.73 (มาก)	3	3.92 (มาก)	3
3.ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย	3.96 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2
4.ร้านอาหารญี่ปุ่นมีสาขามาก	3.58 (มาก)	4	3.57 (มาก)	4
5.ร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นร้านเฉพาะไม่มีสาขา	2.90 (ปานกลาง)	5	2.80 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)		3.70 (มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

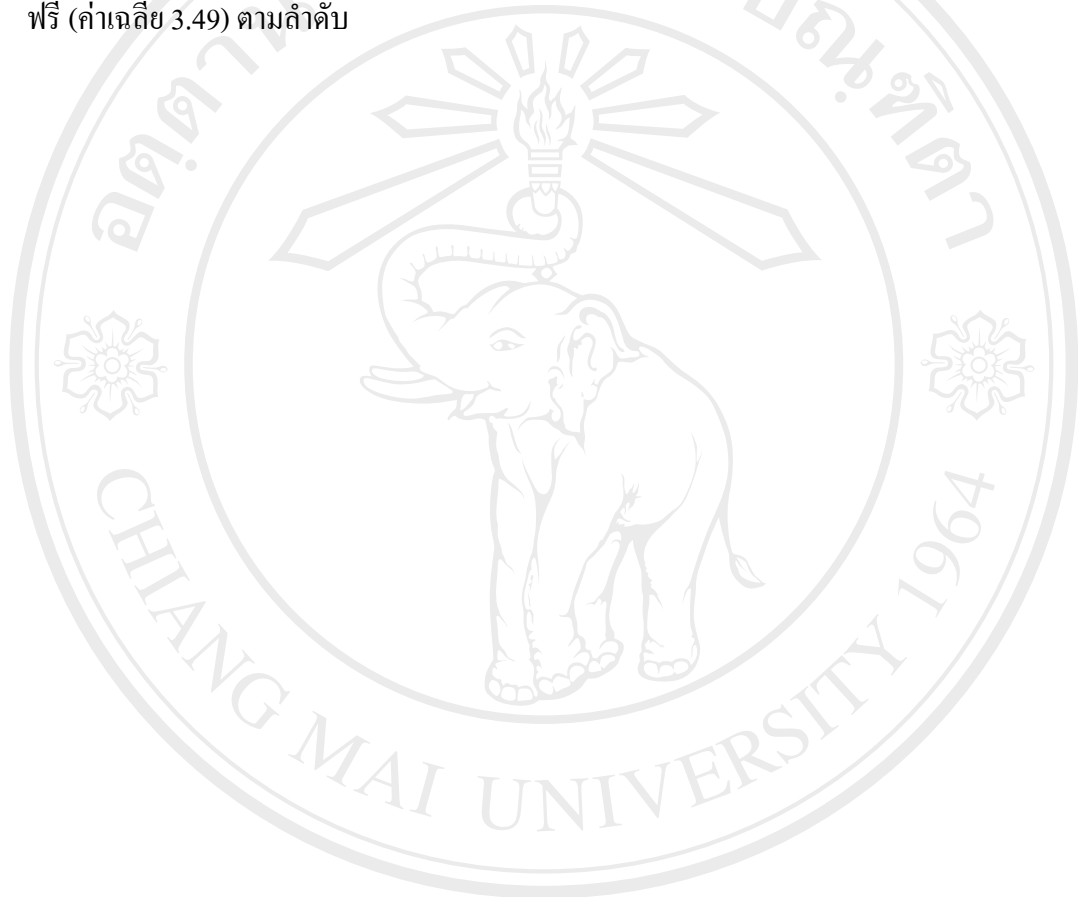
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ, ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร	3.39 (ปานกลาง)	4	3.31 (ปานกลาง)	5
2.การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	2.95 (ปานกลาง)	8	2.96 (ปานกลาง)	7
3.การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กินฟรี	3.38 (ปานกลาง)	5	3.49 (ปานกลาง)	3
4.การมีบัตรสะสมแต้ม	3.30 (ปานกลาง)	6	3.39 (ปานกลาง)	4
5.การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต	3.60 (มาก)	2	3.56 (มาก)	2
6.มีการแจกคูปองลดราคาอาหาร	3.54 (มาก)	3	3.61 (มาก)	1
7.มีการแจกรางวัลหรือของที่ระลึก	3.10 (ปานกลาง)	7	3.22 (ปานกลาง)	6
8.มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล	3.77 (ปานกลาง)	1	3.61 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปานกลาง)		3.39 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา ได้แก่ การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีการแจกคูปองลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกคูปองลด
ราคาอาหาร และมีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา ได้แก่ การให้ส่วนลดผ่าน
บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กิน
ฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.การทักทาย และต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาภายในร้าน	3.76 (มาก)	6	3.77 (มาก)	6
2.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว	4.30 (มาก)	2	4.15 (มาก)	2
3.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง	4.31 (มาก)	1	4.21 (มาก)	1
4.มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	4.19 (มาก)	3	4.10 (มาก)	3
5.มีบริการจองโต๊ะล่วงหน้า	3.50 (มาก)	7	3.53 (มาก)	7
6.แคทเชิอร์คิดเงินได้ถูกต้อง	4.04 (มาก)	4	4.07 (มาก)	4
7.แคทเชิอร์คิดเงินได้รวดเร็ว	4.01 (มาก)	5	3.96 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)		3.97 (มาก)	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า	4.11 (มาก)	3	4.16 (มาก)	3
2.พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี	4.20 (มาก)	2	4.19 (มาก)	1
3.พนักงานสามารถแนะนำอาหาร และเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	4.06 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5
4.พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ	3.87 (มาก)	6	3.89 (มาก)	6
5.พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	4.26 (มาก)	1	4.17 (มาก)	2
6.พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	4.07 (มาก)	4	4.01 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)		4.07 (มาก)	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือพนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ได้แก่ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.86 (มาก)	6	3.80 (มาก)	7
2.ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจดจำได้ง่าย	3.64 (มาก)	8	3.59 (มาก)	9
3.การตกแต่งภายใน, ภายนอกสวยงาม ดูดี	3.99 (มาก)	4	3.78 (มาก)	8
4.ภาพลักษณ์ของร้านดูดี	3.99 (มาก)	4	3.86 (มาก)	5
5.บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น	3.89 (มาก)	5	3.82 (มาก)	6
6.บรรยากาศของร้านให้ความรู้สึกปลอดภัย	3.80 (มาก)	7	3.86 (มาก)	5
7.กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ และนั่งได้สบาย	4.25 (มาก)	2	4.02 (มาก)	4
8.มีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี	4.17 (มาก)	3	4.03 (มาก)	3
9.ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้	4.25 (มาก)	2	4.27 (มาก)	2
10.ความสะอาดภายในร้านอาหาร	4.33 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)		3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ กับแก้ววางมีที่นั่งเพียงพอ และนั่งได้สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)
ด้านราคา	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ด้านกระบวนการ	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)
ด้านบุคคล	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตาราง ที่ 4.30 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยด้านบุคคลที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยด้านบุคคลที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.07)

3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นใน ศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		ฮะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นแบบญี่ปุ่นแท้ (original)	3.60 (มาก)	8	3.75 (มาก)	7	3.79 (มาก)	6	3.42 (ปานกลาง)	7
2.รสชาติของอาหารญี่ปุ่นถูกปากคนไทย	3.82 (มาก)	6	3.75 (มาก)	7	4.10 (มาก)	3	3.62 (มาก)	6
3.ความสะอาดของอาหาร	4.35 (มาก)	2	4.25 (มาก)	2	4.38 (มาก)	1	4.22 (มาก)	2
4.ความสดใหม่ของอาหาร	4.44 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1	4.28 (มาก)	1
5.ความหลากหลายของเมนูอาหาร	4.14 (มาก)	3	4.19 (มาก)	3	4.31 (มาก)	2	4.07 (มาก)	3
6.ความสวยงามในการตกแต่งอาหาร	3.73 (มาก)	7	3.88 (มาก)	6	3.88 (มาก)	4	3.72 (มาก)	4
7.คุณค่าทางโภชนาการ	3.86 (มาก)	5	3.94 (มาก)	5	3.85 (มาก)	5	3.70 (มาก)	5
8.มีอาหารชุดให้เลือก	3.89 (มาก)	4	4.00 (มาก)	4	3.75 (มาก)	7	3.72 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		4.02 (มาก)		4.06 (มาก)		3.84 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านฟูจิบ่อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.35) และความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน โออิชิบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) และความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเซ่นบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหาร และความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.31) และรสชาติของอาหารญี่ปุ่นถูกปากคนไทย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสะจิบังรามงบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.22) และความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ้อยที่สุด

ปัจจัยด้านราคา	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ้อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซ่น		สะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก	3.90 (มาก)	4	3.82 (มาก)	4	3.90 (มาก)	4	3.97 (มาก)	3
2.ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณ	4.03 (มาก)	2	3.91 (มาก)	2	4.13 (มาก)	2	4.13 (มาก)	1
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ วัตถุดิบ	4.14 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	4.25 (มาก)	1	4.12 (มาก)	2
4.ราคาอาหารไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน	3.96 (มาก)	3	3.88 (มาก)	3	3.96 (มาก)	3	4.13 (มาก)	1
5.ราคาอาหารคุ้มค่างกับคุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับ	3.73 (มาก)	6	3.75 (มาก)	5	3.69 (มาก)	5	3.86 (มาก)	5
6.ราคาของอาหารชุดประหยัดกว่าจานเดี่ยว	3.79 (มาก)	5	3.72 (มาก)	6	3.54 (มาก)	6	3.87 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)		3.86 (มาก)		3.91 (มาก)		4.01 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านฟูจิบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โออิชิบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซนบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอะจิบังรามงบ้อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณ และราคาอาหารไม่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอาหารในลักษณะเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีหลากหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัด
จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		สะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้าทำให้สะดวกต่อการเดินทาง	4.23 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1
2.ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ	3.93 (มาก)	3	3.88 (มาก)	3	4.04 (มาก)	2	3.62 (มาก)	3
3.ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย	4.02 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2	3.94 (มาก)	3	3.93 (มาก)	2
4.ร้านอาหารญี่ปุ่นมีสาขามาก	3.56 (มาก)	4	3.62 (มาก)	4	3.75 (มาก)	4	3.49 (ปานกลาง)	4
5.ร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นร้านเฉพาะไม่มีสาขา	2.77 (ปานกลาง)	5	2.97 (ปานกลาง)	5	3.21 (ปานกลาง)	5	2.67 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70 (มาก)		3.71 (มาก)		3.83 (มาก)		3.56 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านร้านฟูจิบ่อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) และศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน โออิชิบ่อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซบียงบ๋วยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซบียงบ๋วยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่ศูนย์การค้าหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ ศูนย์การค้ามีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		สะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	3.31 (ปานกลาง)	6	3.37 (ปานกลาง)	5	3.37 (ปานกลาง)	6	3.43 (ปานกลาง)	3
2.การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	2.83 (ปานกลาง)	8	3.12 (ปานกลาง)	7	3.10 (ปานกลาง)	8	3.07 (ปานกลาง)	8
3.การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กินฟรี	3.43 (ปานกลาง)	4	3.50 (มาก)	3	3.63 (มาก)	3	3.42 (ปานกลาง)	4
4.การมีบัตรสะสมแต้ม	3.41 (ปานกลาง)	5	3.43 (ปานกลาง)	4	3.52 (มาก)	4	3.19 (ปานกลาง)	5
5.การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต	3.73 (มาก)	1	3.65 (มาก)	1	3.81 (มาก)	2	3.17 (ปานกลาง)	6
6.มีการแจกคู่มือลดราคาอาหาร	3.63 (มาก)	2	3.62 (มาก)	2	3.46 (ปานกลาง)	5	3.59 (มาก)	2
7.มีการแจกรางวัลหรือของที่ระลึก	3.22 (ปานกลาง)	7	3.21 (ปานกลาง)	6	3.23 (ปานกลาง)	7	3.10 (ปานกลาง)	7
8.มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล	3.61 (มาก)	3	3.65 (มาก)	1	3.87 (มาก)	1	3.69 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)		3.44 (ปานกลาง)		3.50 (มาก)		3.33 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านฟูจิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา ได้แก่ มีการแจกคู่มือลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโออิชิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต และมีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา ได้แก่ มีการแจกคู่มือลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) และ การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กินฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซนบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ได้แก่ การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด กินฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอะจิบบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรโมชั่นอาหารตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา ได้แก่ มีการแจกคู่มือลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตาม ลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านอาหารบ๋อยที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ๋อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		อะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.การทักทาย และต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาภายในร้าน	3.66 (มาก)	6	3.84 (มาก)	6	3.88 (มาก)	5	3.85 (มาก)	5
2.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว	4.21 (มาก)	2	4.13 (มาก)	2	4.31 (มาก)	1	4.19 (มาก)	2
3.ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง	4.29 (มาก)	1	4.16 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1	4.26 (มาก)	1
4.มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	4.16 (มาก)	3	3.99 (มาก)	4	4.25 (มาก)	3	4.19 (มาก)	2
5.มีบริการจองโต๊ะล่วงหน้า	3.51 (มาก)	7	3.46 (ปานกลาง)	7	3.71 (มาก)	6	3.57 (มาก)	6
6.แคชเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง	4.02 (มาก)	4	4.01 (มาก)	3	4.27 (มาก)	2	4.03 (มาก)	3
7.แคชเชียร์คิดเงินได้รวดเร็ว	3.93 (มาก)	5	3.90 (มาก)	5	4.19 (มาก)	4	4.00 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)		3.93 (มาก)		4.13 (มาก)		4.01 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบ๋อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารโออิชิบ๋อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) และแคชเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซบียงบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว กับได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา ได้แก่ แคทเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะจิบบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา ได้แก่ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว และมีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.19) และแคทเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบอยที่สุด

ปัจจัยด้านบุคคล	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบอยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		สะจิบรังามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสเป็นกันเองกับลูกค้า	4.19 (มาก)	2	4.18 (มาก)	2	4.15 (มาก)	3	4.10 (มาก)	2
2.พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี	4.27 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	4.17 (มาก)	2	4.08 (มาก)	3
3.พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	4.04 (มาก)	3	3.99 (มาก)	6	4.15 (มาก)	3	4.01 (มาก)	5
4.พนักงานแต่งกายได้เหมาะสมสุภาพ	3.84 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	3.87 (มาก)	4	3.97 (มาก)	6
5.พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	4.27 (มาก)	1	4.15 (มาก)	3	4.21 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1
6.พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	4.02 (มาก)	4	4.01 (มาก)	4	4.21 (มาก)	1	4.07 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)		4.10 (มาก)		4.13 (มาก)		4.07 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านฟูจิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และพนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) และพนักงานสามารถแนะนำอาหาร และเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน โออิชิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และพนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซนบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า กับพนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะจิบบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านไคบ้อยที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด							
	ฟูจิ		โออิชิ		เซน		อะจิบังรามง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.84 (มาก)	8	3.84 (มาก)	9	3.88 (มาก)	5	3.79 (มาก)	9
2.ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจดจำได้ง่าย	3.56 (มาก)	10	3.75 (มาก)	10	3.46 (ปานกลาง)	10	3.72 (มาก)	10
3.การตกแต่งภายใน, ภายนอกสวยงาม ดูดี	3.85 (มาก)	7	3.96 (มาก)	6	3.75 (มาก)	8	3.87 (มาก)	7
4.ภาพลักษณ์ของร้านดูดี	3.89 (มาก)	6	4.04 (มาก)	5	3.81 (มาก)	6	3.93 (มาก)	5
5.บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น	3.83 (มาก)	9	3.93 (มาก)	7	3.77 (มาก)	7	3.91 (มาก)	6
6.บรรยากาศของร้านให้ความรู้ที่ปลอดภัย	3.90 (มาก)	5	3.91 (มาก)	8	3.65 (มาก)	9	3.86 (มาก)	8
7.กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ และนั่งได้สบาย	4.14 (มาก)	3	4.15 (มาก)	4	4.12 (มาก)	2	4.02 (มาก)	3
8.มีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี	4.11 (มาก)	4	4.21 (มาก)	3	4.04 (มาก)	4	4.01 (มาก)	4
9.ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์, เครื่องใช้	4.31 (มาก)	2	4.32 (มาก)	2	4.10 (มาก)	3	4.27 (มาก)	2
10.ความสะอาดภายในร้านอาหาร	4.32 (มาก)	1	4.40 (มาก)	1	4.25 (มาก)	1	4.34 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		4.05 (มาก)		3.88 (มาก)		3.97 (มาก)	

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านฟูจิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และกว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอและนั่งได้สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านโออิชิบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีอุณหภูมิ และระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเซนบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ได้แก่ กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอและนั่งได้สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะจิบั้งบอยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดภายในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะอุปกรณ์ และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และกว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอและนั่งได้สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนก ตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้บริการบ่อยที่สุด			
	ฟูจิ	โออิชิ	เซน	สะจิบัง รามง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	3.84 (มาก)
ด้านราคา	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	4.01 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.56 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ด้านกระบวนการ	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	4.01 (มาก)
ด้านบุคคล	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)

หมายเหตุ : แสดงค่าเฉลี่ยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น 4 แห่ง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 30 ราย
 : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง ที่ 4.38 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าร้านใดบ่อยที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านฟูจิบ่อยที่สุดให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้าน โออิชิบ่อยที่สุดให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านเซนบ่อยที่สุดให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยด้านบุคคล และกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านสะจิบ่อยที่สุดให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา และข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พบปัญหา และมีข้อเสนอแนะ	3	0.78
ไม่พบปัญหา และไม่มีข้อเสนอแนะ	382	99.22
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา และมีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 0.78 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่พบปัญหา และไม่มีข้อเสนอแนะคิดเป็นร้อยละ 99.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา และมีข้อเสนอแนะมีรายละเอียดดังนี้

รายชื่อที่ 1 : พบปัญหาในเรื่องคุณภาพของพลาสติก ซึ่งบางร้านมีคุณภาพที่ไม่ค่อยดีมากนัก เช่น ปลายไม่สด หรือมีกลิ่นคาว

รายชื่อที่ 2 : พบปัญหาในเรื่องของการจำกัดเวลาในการรับประทานอาหารของบางร้านที่ให้เวลาน้อยเกินไป ควรเพิ่มเวลาให้มากขึ้นกว่านี้

รายชื่อที่ 3 : ให้ข้อเสนอแนะว่าอยากให้เพิ่มความหลากหลายในเรื่องของวัตถุดิบ และวิธีการปรุงอาหารให้มากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มรสชาติในการรับประทานอาหารยิ่งขึ้น