

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และแปลผล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งผลการศึกษออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(ตาราง 4.1 ถึงตาราง 4.18)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ(ตาราง 4.19 ถึงตาราง 4.26)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ(ตาราง 4.27 ถึงตาราง 4.33)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สูงสุด(ตาราง 4.34 ถึงตาราง 4.70)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ มากที่สุด(ตาราง 4.71 ถึงตาราง 4.84)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	96	48.0
หญิง	104	52.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

กลุ่มอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 ปี	6	3.0
16 - 25 ปี	116	58.0
26 - 35 ปี	47	23.5
36 - 45 ปี	19	9.5
46 - 55 ปี	8	4.0
56 - 65 ปี	3	1.5
66 ปีขึ้นไป	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 16-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.5 และอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	10.0
นักเรียน-นักศึกษา	108	54.0
พนักงานบริษัท	27	13.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	29	14.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	6	3.0
รับจ้างทั่วไป	5	2.5
ว่างงาน	4	2.0
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ช่างภาพ

จากตาราง 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 14.5 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	65	32.5
5,000 - 10,000 บาท	72	36.0
10,001 - 15,000 บาท	33	16.5
15,001 - 20,000 บาท	15	7.5
20,001 - 25,000 บาท	8	4.0
25,001 - 30,000 บาท	2	1.0
30,001 บาทขึ้นไป	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมารายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 และรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับประถมศึกษา	5	2.5
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	10	5.0
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช.	104	52.0
ระดับอนุปริญญา/ปวส.	16	8.0
ปริญญาตรี	38	19.0
สูงกว่าปริญญาตรี	27	13.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.0 และระดับการศึกษาสูงสุดระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินท์ที่เคยใช้บริการ

ชื่อร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้าน Rico de Rica	22	11.0
ร้านวาซาบิ	38	19.0
ร้านฮาเทนน้ำ	18	9.0
ร้าน @Kix Shabu Shabu	21	10.5
ร้านเก็งกิราเม็ง	44	22.0
ร้านนินจาราเม็ง	80	40.0
ร้านโมโม ยากิ พอร์คช็อป	19	9.5
ร้านเมชิยะ	18	9.0
ร้าน ซามูไรบาร์	18	9.0
ร้านทาเบรุ	18	9.0
ร้านโออิชิราเม็ง	26	13.0

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินท์ ร้านนินจาราเม็ง คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาเคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินท์ ร้านเก็งกิราเม็ง คิดเป็นร้อยละ 22.0 และเคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินท์ ร้านวาซาบิ คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินท์

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	10	5.0
3 - 4 ครั้งต่อเดือน	22	11.0
1 - 2 ครั้งต่อเดือน	40	20.0
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	29	14.5
นานๆครั้ง	99	49.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินท์ นานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินท์ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินท์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น

วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์- ศุกร์	19	9.5
วันเสาร์-อาทิตย์	42	21.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	9	4.5
ไม่แน่นอน	130	65.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา มีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.0 และมีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10.00-13.00 น.	11	5.5
13.01-16.00 น.	32	16.0
16.01-19.00 น.	77	38.5
หลังเวลา 19.00 น.	80	40.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด หลัง 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมามีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 13.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	56	28.0
1 - 2 ชั่วโมง	113	56.5
2 ชั่วโมงขึ้นไป	29	14.5
อื่นๆ	2	1.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ไม่นแน่นอน

จากตาราง 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมามีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง ไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.0 และมีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นในแต่ละครั้ง

ผู้ชักชวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	74	37.0
เพื่อนร่วมงาน/เพื่อน	113	56.5
สมาชิกในครอบครัว	52	26.0
ลูกค้า	7	3.5
หัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชา	4	2.0
อื่นๆ	3	1.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง แฟนหรือคู่อรัก

จากตาราง 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมามีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารเช้าญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 200 บาท	44	22.0
200 - 400 บาท	89	44.5
401 - 600 บาท	27	13.5
มากกว่า 600 บาท	40	20.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง 200 - 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง ไม่เกิน 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง มากกว่า 600 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่นิยมไป
รับประทานอาหารญี่ปุ่น

โอกาส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันสำคัญของครอบครัว/คู่รัก	39	20.3
วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์	30	15.6
พบปะสังสรรค์เพื่อนฝูง	50	26.0
เทศกาลต่างๆ เช่นวาเลนไทน์	13	6.8
เพื่อติดต่อบุรุษกิจ	8	4.2
ได้เงินจากการทำงานพิเศษหรือได้โบนัส	11	5.7
อยากไปบริโภคอาหารญี่ปุ่น	118	61.5
อื่นๆ	2	1.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง เมื่อมีเวลาว่าง และอยากทาน

จากตาราง 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจาก อยากไปบริโภคอาหารญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมามีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจาก พบปะสังสรรค์เพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากวันสำคัญของครอบครัว/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 20.3

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	12	6.0
2-3 คน	102	51.0
4-6 คน	47	23.5
ไม่แน่นอน	39	19.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และมีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้งไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 19.5

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มรายการอาหารที่ทานทานเป็นประจำ

กลุ่มรายการอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เส้นร้อน	76	38.0
ทอด	70	35.0
เส้นเย็น	25	12.5
ยำ	34	17.0
ข้าวห่อสาหร่าย	85	42.5
ต้ม	11	5.5
ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ	81	40.5
นึ่ง	12	6.0
ปลาดิบ (ซาซิมิ)	60	30.0
ย่าง	56	28.0
ผัด	14	7.0
สลัด	16	8.0
อื่นๆ	2	1.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ทาโกะยากิ และอาหารทานเล่น

จากตาราง 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำ เป็นข้าวห่อสาหร่าย คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำเป็น ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ คิดเป็นร้อยละ 40.2 และมีกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำเป็นเส้นร้อน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหาร

สื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ	16	8.0
โฆษณาทางหนังสือแจกฟรีของเชียงใหม่	17	8.5
เพื่อน/คนรู้จัก	117	58.8
ป้ายหน้าร้าน	82	41.2
ใบปลิว/แผ่นพับ	34	17.1
โปสเตอร์ติดตามสถานที่ต่างๆ	17	8.5
ป้ายโฆษณา	25	12.6
อื่นๆ	9	4.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ขับรถผ่าน อินเทอร์เน็ต ชอบทานอาหารย่านนี้ เดินผ่าน

จากตาราง 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจาก ป้ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.2 และมีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจาก ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 17.1

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่ชอบ

การส่งเสริมการขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีคูปองส่วนลด	74	37.0
มีบัตรสมาชิก	33	16.5
ซื้อ 2 แกรม 1	46	23.0
การสะสมแต้มปี	6	3.0
มีของแถม	19	9.5
ชิงโชค	11	5.5
อื่นๆ	11	5.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ไม่มี หรือไม่ชอบการส่งเสริมการขาย และไม่จำเป็น

จากตาราง 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบมีคูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาชอบการส่งเสริมการขายแบบ ซื้อ 2 แกรม 1 คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ ชอบการส่งเสริมการขายแบบมีบัตรสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกในการ
รับประทานอาหารญี่ปุ่น

ความรู้สึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คุ้มค่างับเงินที่จ่ายไป	45	22.5
แพงเกินความเป็นจริง	49	24.5
ประทับใจทุกครั้งที่ได้รับประทาน	37	18.5
เฉยๆ	64	32.0
อื่นๆ	5	2.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง รสชาติอาหารแต่ละที่ไม่เหมือนกัน อร่อย แล้วแต่รายการอาหาร

จากตาราง 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้ว เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมามีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้วแพงเกินความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้วคุ้มค่างับเงินที่จ่ายไป คิดเป็นร้อยละ 22.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่
ตาราง 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชื่อเสียงของร้าน	32 (16.0)	116 (58.0)	50 (25.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	0.66	5
ความสดใหม่ของ อาหารและเครื่องดื่ม	77 (38.5)	84 (42.0)	39 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)	0.74	2
คุณภาพของอาหาร และเครื่องดื่ม	75 (37.5)	93 (46.5)	31 (15.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	0.71	1
ความหลากหลาย ของรายการอาหาร และเครื่องดื่ม	52 (26.0)	90 (45.0)	53 (26.5)	5 (2.5)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	0.79	3
การมีอาหารเป็นชุด ให้บริการ	27 (13.5)	96 (48.0)	69 (34.5)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	0.75	10
การมีรายการอาหาร และเครื่องดื่มใหม่ๆ ไว้คอยบริการ	39 (19.5)	89 (44.5)	60 (30.0)	12 (6.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	0.83	8
ในรายการอาหาร และเครื่องดื่มมี รูปภาพประกอบ	49 (24.5)	83 (41.5)	59 (29.5)	8 (4.0)	1 (0.5)	3.86 (มาก)	0.85	6
การจัดให้มีเมนูเฟด อาหารญี่ปุ่น	47 (23.5)	78 (39.0)	57 (28.5)	16 (8.0)	2 (1.0)	3.76 (มาก)	0.94	9
รสชาติอาหารถูก ปากเป็นแบบดั้งเดิม สไตล์ญี่ปุ่น	51 (25.5)	91 (45.5)	51 (25.5)	7 (3.5)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	0.81	4
ความสวยงามของ การจัดเรียงอาหาร และเครื่องดื่ม	41 (20.5)	85 (42.5)	67 (33.5)	7 (3.5)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	0.80	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.91 (มาก)	0.48	

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย 4.21) รongลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย 3.94) รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น(ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงของร้าน(ค่าเฉลี่ย 3.89) ในรายการอาหารและเครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ(ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสวยงามของการจัดเรียงอาหารและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย 3.80) การมีรายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.78) การจัดให้มีเมนูเฟ้ออาหารญี่ปุ่น(ค่าเฉลี่ย 3.76) และ การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.71)

**ตาราง 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา**

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาอาหารและ เครื่องดื่ม เหมาะสมกับ คุณภาพ	69 (34.5)	95 (47.5)	35 (17.5)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.15 (มาก)	0.74	1
สามารถชำระได้ ทั้งเงินสดและ เครดิตการ์ด	43 (21.5)	67 (33.5)	77 (38.5)	6 (3.0)	7 (3.5)	3.66 (มาก)	0.96	4
มีราคาใกล้เคียง กันกับร้านอาหาร ญี่ปุ่นอื่นๆ	41 (20.5)	93 (46.5)	61 (30.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	3.85 (มาก)	0.78	3
ราคาอาหารและ เครื่องดื่มไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	54 (27.0)	82 (41.0)	56 (28.0)	6 (3.0)	2 (1.0)	3.90 (มาก)	0.87	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.89 (มาก)	0.59	-

จากตาราง 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ(ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย(ค่าเฉลี่ย 3.90) มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ(ค่าเฉลี่ย 3.85) และ สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและเครดิตการ์ด(ค่าเฉลี่ย 3.66)

**ตาราง 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยด้าน ช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ร้านอยู่ใกล้ที่พัก อาศัย / ใกล้ที่ ทำงาน	47 (23.5)	86 (43.0)	56 (28.0)	7 (3.5)	4 (2.0)	3.83 (มาก)	0.90	4
การมีเวลาเปิด- ปิด ที่แน่นอน	56 (28.0)	77 (38.5)	61 (30.5)	4 (2.0)	2 (1.0)	3.91 (มาก)	0.87	1
ร้านอยู่ใกล้แหล่ง ชุมชน	50 (25.0)	86 (43.0)	58 (29.0)	3 (1.5)	3 (1.5)	3.88 (มาก)	0.85	2
มีบริการส่งตาม บ้าน	29 (14.5)	60 (30.0)	77 (38.5)	24 (12.0)	10 (5.0)	3.37 (ปาน กลาง)	1.03	5
มีที่นั่งรองรับ ลูกค้าได้เพียงพอ	46 (23.0)	96 (48.0)	49 (24.5)	6 (3.0)	3 (1.5)	3.88 (มาก)	0.85	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77 (มาก)	0.62	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
เรียงลำดับ คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน(ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ
และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.88) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน(ค่าเฉลี่ย
3.83) และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ มี
บริการส่งตามบ้าน(ค่าเฉลี่ย 3.37)

**ตาราง 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	22 (11.0)	99 (49.5)	65 (32.5)	11 (5.5)	3 (1.5)	3.63 (มาก)	0.81	6
สิ่งอาหาร 1 ชุดแถม รายการอาหารอื่น 1 จาน	40 (20.0)	82 (41.0)	57 (28.5)	16 (8.0)	5 (2.5)	3.68 (มาก)	0.97	5
มีการลดราคา ค่าอาหาร และ บริการเมื่อใช้บริการ ในจำนวนที่สูง	50 (25.0)	88 (44.0)	50 (25.0)	8 (4.0)	4 (2.0)	3.86 (มาก)	0.91	2
การนำคู่มือมาแจก ของสมนาคุณ	40 (20.0)	81 (40.5)	64 (32.0)	8 (4.0)	7 (3.5)	3.70 (มาก)	0.95	4
มีการจัดทำบัตร สมาชิกเพื่อรับ ส่วนลด	45 (22.5)	81 (40.5)	60 (30.0)	9 (4.5)	5 (2.5)	3.76 (มาก)	0.94	3
มีบริการโทรศัพท์ แจ้งรายการส่งเสริม การขายประจำเดือน แก่ลูกค้า	24 (12.0)	62 (31.0)	77 (38.5)	23 (11.5)	14 (7.0)	3.30 (ปาน กลาง)	1.05	7
การให้บริการ เครื่องคั้นชาญี่ปุ่น แบบไม่มีค่าใช้จ่าย	69 (34.5)	73 (36.5)	48 (24.0)	6 (3.0)	4 (2.0)	3.98 (มาก)	0.94	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)	0.64	-

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม
การตลาด พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

เรียงลำดับ คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย(ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง(ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด(ค่าเฉลี่ย 3.76) การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ(ค่าเฉลี่ย 3.70) สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการอาหารอื่น 1 งาน(ค่าเฉลี่ย 3.68) การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 3.63) และ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.30)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตาราง 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล**

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
พนักงานมี บุคลิกภาพที่ดี มี ความสุขภาพ	59 (29.5)	102 (51.0)	38 (19.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	0.71	2
พนักงานเอาใจ ใส่ลูกค้า	68 (34.0)	98 (49.0)	31 (15.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	0.73	1
พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับอาหาร เป็นอย่างดี	49 (24.5)	93 (46.5)	55 (27.5)	2 (1.0)	1 (0.5)	3.93 (มาก)	0.78	4
มีพนักงาน ให้บริการอย่าง เพียงพอ	53 (26.5)	90 (45.0)	54 (27.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	0.77	3
พนักงานสามารถ ให้คำแนะนำเมนู ใหม่ๆ ได้	47 (23.5)	101 (50.5)	46 (23.0)	4 (2.0)	2 (1.0)	3.94 (มาก)	0.80	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.02 (มาก)	0.57	-

จากตาราง 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.93)

**ตาราง 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ**

ปัจจัยด้านการ หลักฐานทาง กายภาพ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีการตกแต่งร้านให้ สวยงามบรรยากาศดี	64 (32.0)	103 (51.5)	33 (16.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	0.68	3
มีการกำหนดให้ พนักงานแต่งกายให้ เข้ากับบรรยากาศ ของร้าน	52 (26.0)	93 (46.5)	47 (23.5)	5 (2.5)	3 (1.5)	3.93 (มาก)	0.85	5
ความสะอาดของ จาน ช้อน ส้อม	97 (48.5)	72 (36.0)	31 (15.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	0.73	1
สถานที่ให้บริการ สะอาด / ระบบ ถ่ายเทอากาศดี / มี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย	98 (49.0)	60 (30.0)	40 (20.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	0.81	2
มีสถานที่นั่งพักและ นั่งรอรับบริการ อย่างเพียงพอ	68 (34.0)	89 (44.5)	39 (19.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	0.78	4
สถานที่ให้บริการมี การติด เครื่องปรับอากาศ	51 (25.5)	78 (39.0)	57 (28.5)	11 (5.5)	3 (1.5)	3.82 (มาก)	0.93	8
มีสนามเด็กเล่นหรือ พื้นที่ให้เด็กเล่น	13 (6.5)	63 (31.5)	82 (41.0)	27 (13.5)	15 (7.5)	3.16 (ปาน กลาง)	0.99	11
มีการจัดพื้นที่ในร้าน ให้สามารถสูบบุหรี่ ได้	26 (13.0)	70 (35.0)	50 (25.0)	30 (15.0)	24 (12.0)	3.22 (ปาน กลาง)	1.21	10
ป้ายชื่อร้านมองเห็น ชัดเจนและมี เอกลักษณ์	46 (23.0)	84 (42.0)	63 (31.5)	5 (2.5)	2 (1.0)	3.83 (มาก)	0.84	7

ตาราง 4.24 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการ หลักฐานทาง กายภาพ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่กลางแจ้งอากาศ ถ่ายเท	43 (21.5)	86 (43.0)	62 (31)	7 (3.5)	2 (1.0)	3.81 (มาก)	0.85	9
มีสถานที่จอดรถ กว้างขวาง	59 (29.5)	76 (38.0)	55 (27.5)	7 (3.5)	3 (1.5)	3.91 (มาก)	0.92	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)	0.49	-

จากตาราง 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม(ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี(ค่าเฉลี่ย 4.15) มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน(ค่าเฉลี่ย 3.93) มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง(ค่าเฉลี่ย 3.91) ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจนและมีเอกลักษณ์(ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ให้บริการมีการติดเครื่องปรับอากาศ(ค่าเฉลี่ย 3.82) มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่กลางแจ้งอากาศถ่ายเท(ค่าเฉลี่ย 3.81) และ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้เด็กเล่น(ค่าเฉลี่ย 3.16)

**ตาราง 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ต่อตัดสินใจของผู้ตอบ
แบบสอบถาม**

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับที่ การ แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
พนักงานหน้าร้านให้ การต้อนรับที่อบอุ่น เป็นกันเอง	60 (30.0)	96 (48.0)	42 (21.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	0.74	4
ความรวดเร็วในการ รับรายการอาหาร จากลูกค้า	69 (34.5)	83 (41.5)	48 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	0.76	1
กระบวนการในการ จองคิวเพื่อรับบริการ มีความสะดวก รวดเร็ว	54 (27.0)	97 (48.5)	45 (22.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	0.76	6
ความถูกต้องในการ เสิร์ฟอาหารตาม รายการที่ได้สั่งไป	65 (32.5)	89 (44.5)	45 (22.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	0.75	2
ระยะเวลาในการรอ คอยอาหาร	66 (33.0)	74 (37.0)	54 (27.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	0.85	7
มีโต๊ะบริการอย่าง เพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	66 (33.0)	87 (43.5)	44 (22.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	4.07 (มาก)	0.80	3
มีพนักงานคอยดูแล อย่างดีตลอดการ รับประทาน	66 (33.0)	74 (37.0)	58 (29.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	0.81	5
ความสะดวกรวดเร็ว ในการชำระเงิน	53 (26.5)	88 (44.0)	53 (26.5)	6 (3.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	0.81	8
มีการออกแบบกำกับ ภาชนะให้ถูกต้อง	32 (16.0)	71 (35.5)	77 (38.5)	13 (6.5)	7 (3.5)	3.54 (มาก)	0.96	9
ค่าเฉลี่ยรวม						3.98 (มาก)	0.59	-

จากตาราง 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากเรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป(ค่าเฉลี่ย 4.09) มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ และ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง(ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.07) มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน(ค่าเฉลี่ย 4.02) กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว(ค่าเฉลี่ย 4.01) ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร(ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน(ค่าเฉลี่ย 3.94) และ มีการออกไปกำกับภาชนะให้อย่างถูกต้อง(ค่าเฉลี่ย 3.54)

ตาราง 4.26 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ
ด้านบุคคล	4.02	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.98	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	มาก
ด้านราคา	3.89	มาก
ด้านการหลักฐานทางกายภาพ	3.87	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.77	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ทุกปัจจัย เรียงลำดับ คืออันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล(ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการหลักฐานทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.87) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.77) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านไม่ค่อยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	49	24.5
อาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยสดใหม่	67	33.5
อาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยมีคุณภาพ	51	25.5
ไม่ค่อยมีความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม	58	29.0
ไม่มีรายการอาหารเป็นชุดให้บริการ	42	21.0
ไม่มีรายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆ ไว้คอยบริการ	30	15.0
ในรายการอาหารและเครื่องดื่มไม่มีรูปภาพประกอบ	25	12.5
ไม่มีการจัดบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น	78	39.0
รสชาติอาหารไม่ถูกปากไม่เป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	60	30.0
การจัดเรียงอาหารและเครื่องดื่มไม่สวยงาม	23	11.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีการจัดบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยสดใหม่ คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ ปัญหาผลิตภัณฑ์รสชาติอาหารไม่ถูกปากไม่เป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตาราง 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	102	51.0
ไม่สามารถจ่ายชำระด้วยเครดิตการ์ด	45	22.5
ราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆมากเกินไป	66	33.0
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยคงที่	65	32.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆมากเกินไป คิดเป็นร้อยละ 33.0 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยคงที่ คิดเป็นร้อยละ 32.5

ตาราง 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านอยู่ไกลที่พักอาศัย / ไกลที่ทำงาน	77	38.5
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่ไม่แน่นอน	49	24.5
ร้านอยู่ไกลแหล่งชุมชน	46	23.0
ไม่มีการบริการส่งตามบ้าน	73	36.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องร้านอยู่ไกลที่พักอาศัย / ไกลที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องไม่มีการบริการส่งตามบ้าน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องการมีเวลาเปิด-ปิดที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 24.5

ตาราง 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	43	21.5
ไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	127	63.5
ไม่มีการลดราคาต่ออาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง	76	38.0
ไม่สามารถนำคูปองมาแลกของสมนาคุณได้	51	25.5
ไม่มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	46	23.0
ไม่มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า	22	11.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่มีการลดราคาต่ออาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่สามารถนำคูปองมาแลกของสมนาคุณได้ คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตาราง 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่สุภาพ	62	31.0
พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า	82	41.0
พนักงานไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร	60	30.0
พนักงานให้บริการมีไม่เพียงพอ	84	42.0
พนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับเมนูใหม่ๆ ได้	56	28.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานให้บริการมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 41.0 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 31.0

ตาราง 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การตกแต่งร้านไม่สวยงามบรรยากาศไม่ดี	32	16.0
การที่พนักงานแต่งกายไม่เข้ากับบรรยากาศของร้าน	27	13.5
งาน ซ้อน ส้อมไม่สะอาด	60	30.0
สถานที่ให้บริการไม่สะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศไม่ดี / ไม่มี ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	63	31.5
สถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการไม่เพียงพอ	54	27.0
สถานที่ให้บริการไม่ติดเครื่องปรับอากาศ	35	17.5
ไม่มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้เด็กเล่น	31	15.5
ไม่มีการจัดพื้นที่ในร้านให้สามารถสูบบุหรี่ได้	40	20.0
ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัดเจนและไม่มีเอกลักษณ์	40	20.0
ไม่มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่กลางแจ้งอากาศถ่ายเทสะดวก	38	19.0
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	100	50.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพเรื่องสถานที่ให้บริการไม่สะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศไม่ดี / ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คิดเป็นร้อยละ 31.5 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพเรื่องงาน ซ้อน ส้อมไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตาราง 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การต้อนรับของพนักงานหน้าร้านไม่ค่อยประทับใจ	64	32.0
ในการรับรายการอาหารจากลูกค้าไม่ค่อยรวดเร็ว	76	38.0
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการล่าช้าไม่ค่อยสะดวกรวดเร็ว	49	24.5
การเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไปไม่ค่อยถูกต้อง	32	16.0
ระยะเวลาในการรอคอยอาหารล่าช้ามาก	91	45.5
โต๊ะบริการไม่ค่อยเพียงพอ ต้องจอง ต้องนั่งรอโต๊ะ	62	31.0
ไม่ค่อยมีพนักงานคอยดูแล ในช่วงการรับประทานอาหาร	70	35.0
การรับชำระเงินล่าช้า	55	27.5
การออกไปกำกับภาษีไม่ค่อยถูกต้อง	13	6.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องระยะเวลาในการรอคอยอาหารล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องการรับรายการอาหารจากลูกค้าไม่ค่อยรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 38.0 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องไม่ค่อยมีพนักงานคอยดูแล ในช่วงการรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 35.0

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีระดับที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด

ตาราง 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D.	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D.	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.86 0.67	มาก 6	3.91 0.66	มาก 4
ความสดใหม่ของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.22 0.77	มาก 2	4.16 0.71	มาก 2
คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	4.22 0.70	มาก 1	4.20 0.73	มาก 1
ความหลากหลายของรายการอาหาร และเครื่องดื่ม	3.94 0.83	มาก 5	3.95 0.76	มาก 3
การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ	3.68 0.72	มาก 10	3.74 0.78	มาก 9
การมีรายการอาหารและเครื่องดื่ม ใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.72 0.88	มาก 9	3.83 0.78	มาก 6
ในรายการอาหารและเครื่องดื่มมี รูปภาพประกอบ	3.99 0.85	มาก 4	3.73 0.84	มาก 10
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น	3.76 0.94	มาก 8	3.76 0.94	มาก 8
รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิม สไตล์ญี่ปุ่น	3.99 0.81	มาก 3	3.88 0.80	มาก 5
ความสวยงามของการจัดเรียงอาหาร และเครื่องดื่ม	3.79 0.82	มาก 7	3.81 0.79	มาก 7
รวม	3.92 0.49	มาก	3.90 0.47	มาก

จากตาราง 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมี
ค่าเฉลี่ย 3.92 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมี
ค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ
แรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม และ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.22 รองลงมา ในรายการอาหารและเครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ และ
รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ
แรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา ความสดใหม่
ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ ความหลากหลายของรายการอาหาร
และเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95

ตาราง 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพ	4.07 0.81	มาก 1	4.23 0.66	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและ บัตรเครดิต	3.67 1.00	มาก 4	3.66 0.93	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.77 0.81	มาก 3	3.91 0.75	มาก 3
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.88 0.89	มาก 2	3.92 0.86	มาก 2
รวม	3.85 0.61	มาก	3.93 0.57	มาก

จากตาราง 4.35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ตาราง 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.80 0.94	มาก 4	3.85 0.87	มาก 4
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.95 0.91	มาก 1	3.87 0.83	มาก 2
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.88 0.95	มาก 3	3.89 0.75	มาก 1
มีบริการส่งตามบ้าน	3.40 1.08	ปานกลาง 5	3.35 0.99	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.91 0.88	มาก 2	3.86 0.82	มาก 3
รวม	3.79 0.65	มาก	3.76 0.60	มาก

จากตาราง 4.36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่

แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ตาราง 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.57 0.86	มาก 6	3.68 0.77	มาก 6
สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการ อาหารอื่น 1 จาน	3.60 1.05	มาก 4	3.75 0.88	มาก 5
มีการลดราคาต่ออาหาร และ บริการเมื่อใช้บริการใน จำนวนที่สูง	3.80 0.96	มาก 2	3.91 0.86	มาก 2
การนำคู่มือมาแจกของ สมนาคุณ	3.58 1.10	มาก 5	3.80 0.78	มาก 4
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อ รับส่วนลด	3.65 1.01	มาก 3	3.87 0.86	มาก 3
มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการ ส่งเสริมการขายประจำเดือน แก่ลูกค้า	3.30 1.12	ปานกลาง 7	3.29 0.99	ปานกลาง 7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบ ไม่มีค่าใช้จ่าย	3.99 1.01	มาก 1	3.98 0.88	มาก 1
รวม	3.64 0.69	มาก	3.75 0.58	มาก

จากตาราง 4.37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.64 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และ เมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ เมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ตาราง 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มี ความสุขภาพ	4.05 0.76	มาก 2	4.13 0.65	มาก 1
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	4.19 0.73	มาก 1	4.13 0.73	มาก 2
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ อาหารเป็นอย่างดี	3.90 0.84	มาก 4	3.97 0.72	มาก 4
มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	3.99 0.77	มาก 3	3.94 0.77	มาก 5
พนักงานสามารถให้ คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.89 0.86	มาก 5	3.98 0.74	มาก 3
รวม	4.00 0.58	มาก	4.03 0.55	มาก

จากตาราง 4.38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ อยู่ในระดับมากมี

ค่าเฉลี่ย 4.13 เท่ากัน รองลงมา พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98

ตาราง 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกเพศ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.14 0.67	มาก 3	4.17 0.69	มาก 3
มีการกำหนดให้พนักงาน แต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศ ของร้าน	3.97 0.88	มาก 5	3.89 0.84	มาก 7
ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม	4.33 0.74	มาก 1	4.33 0.73	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มี ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.24 0.82	มาก 2	4.30 0.81	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับ บริการอย่างเพียงพอ	4.13 0.78	มาก 4	4.09 0.78	มาก 4
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.79 0.91	มาก 7	3.84 0.96	มาก 9
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้ เด็กเล่น	3.01 1.05	ปานกลาง 11	3.30 0.92	ปานกลาง 10
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้ สามารถสูบบุหรี่ได้	3.27 1.28	ปานกลาง 10	3.17 1.14	ปานกลาง 11

ตาราง 4.39 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกเพศ

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน และมีเอกลักษณ์	3.75 0.92	มาก 9	3.91 0.76	มาก 6
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่ กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.75 0.87	มาก 8	3.86 0.83	มาก 8
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.80 0.96	มาก 6	4.00 0.87	มาก 5
รวม	3.83 0.50	มาก	3.90 0.47	มาก

จากตาราง 4.39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ที่มีผลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ็อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ที่มีผลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ็อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17

ตาราง 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	เพศ			
	ชาย n = 96		หญิง n = 104	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การ ต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	4.11 0.75	มาก 1	4.03 0.73	มาก 5
ความรวดเร็วในการรับ รายการอาหารจากลูกค้า	4.03 0.79	มาก 4	4.17 0.73	มาก 1
กระบวนการในการจองคิว เพื่อรับบริการมีความสะดวก รวดเร็ว	4.01 0.75	มาก 5	4.00 0.78	มาก 7
ความถูกต้องในการเสิร์ฟ อาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.06 0.79	มาก 2	4.12 0.71	มาก 2
ระยะเวลาในการรอคอย อาหาร	3.98 0.85	มาก 6	4.02 0.86	มาก 6
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	4.05 0.85	มาก 3	4.10 0.74	มาก 3
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดี ตลอดการรับประทาน	3.96 0.81	มาก 7	4.08 0.82	มาก 4
ความสะดวกรวดเร็วในการ ชำระเงิน	3.95 0.79	มาก 8	3.93 0.83	มาก 8
มีการออกไปกำกับภาชนะให้ อย่างถูกต้อง	3.47 1.00	ปานกลาง 9	3.61 0.91	มาก 9
รวม	3.96 0.57	มาก	4.01 0.60	มาก

จากตาราง 4.40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ โดยเพศชายให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 และ เพศหญิงให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10

ตาราง 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย และให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.89 0.65	มาก 6	3.91 0.72	มาก 4	3.84 0.64	มาก 3
ความสดใหม่ของอาหาร และเครื่องดื่ม	4.25 0.69	มาก 2	4.15 0.78	มาก 2	4.00 0.86	มาก 1
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.29 0.70	มาก 1	4.19 0.74	มาก 1	3.94 0.68	มาก 2
ความหลากหลายของ รายการอาหารและเครื่องดื่ม	3.98 0.79	มาก 4	4.00 0.78	มาก 3	3.74 0.82	มาก 5
การมีอาหารเป็นชุด ให้บริการ	3.72 0.71	มาก 10	3.62 0.77	มาก 10	3.81 0.87	มาก 4
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอย บริการ	3.79 0.81	มาก 9	3.87 0.90	มาก 6	3.58 0.81	มาก 7
ในรายการอาหารและ เครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ	3.92 0.87	มาก 5	3.85 0.75	มาก 7	3.61 0.92	มาก 6
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหาร ญี่ปุ่น	3.89 0.91	มาก 7	3.66 0.96	มาก 9	3.39 0.92	ปานกลาง 10
รสชาติอาหารถูกปากเป็น แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	4.07 0.76	มาก 3	3.91 0.86	มาก 5	3.39 0.67	ปานกลาง 9
ความสวยงามของการ จัดเรียงอาหารและเครื่องดื่ม	3.87 0.82	มาก 8	3.81 0.77	มาก 8	3.52 0.72	มาก 8
รวม	3.97 0.46	มาก	3.90 0.50	มาก	3.68 0.47	มาก

จากตาราง 4.41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 และ รสชาติอาหารถูกปาก เป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84

ตาราง 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพ	4.20 0.75	มาก 1	4.19 0.74	มาก 1	3.90 0.65	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสด และเครดิตการ์ด	3.68 0.98	มาก 4	3.66 1.01	มาก 4	3.61 0.84	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.88 0.77	มาก 3	3.83 0.87	มาก 3	3.74 0.73	มาก 2
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.97 0.85	มาก 2	3.87 0.90	มาก 2	3.68 0.87	มาก 3
รวม	3.93 0.61	มาก	3.89 0.54	มาก	3.73 0.57	มาก

จากตาราง 4.42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19

รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มนั้นเปลี่ยนแปลงน้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงน้อยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.90 0.84	มาก 4	3.72 1.02	มาก 3	3.68 0.94	มาก 2
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.97 0.78	มาก 2	3.98 0.99	มาก 1	3.55 0.93	มาก 4
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.98 0.74	มาก 1	3.68 0.96	มาก 4	3.84 1.04	มาก 1
มีบริการส่งตามบ้าน	3.52 0.98	มาก 5	3.09 1.08	ปานกลาง 5	3.23 1.09	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.97 0.84	มาก 3	3.81 0.90	มาก 2	3.65 0.75	มาก 3
รวม	3.87 0.58	มาก	3.66 0.64	มาก	3.59 0.72	มาก

จากตาราง 4.43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ และการมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.57 0.79	มาก 6	3.64 0.76	มาก 5	3.87 0.92	มาก 1
สั่งอาหาร 1 ชุดแถม รายการอาหารอื่น 1 งาน	3.70 0.96	มาก 5	3.62 0.95	มาก 6	3.68 1.05	มาก 4
มีการลดราคาอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการ ในจำนวนที่สูง	3.84 0.93	มาก 2	4.02 0.77	มาก 1	3.71 1.01	มาก 3
การนำคู่มือมาแลกของ สมนาคุณ	3.73 0.94	มาก 4	3.79 0.93	มาก 3	3.42 1.03	ปานกลาง 7
มีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อรับส่วนลด	3.84 0.93	มาก 2	3.74 0.85	มาก 4	3.48 1.06	ปานกลาง 5
มีบริการโทรศัพท์แจ้ง รายการส่งเสริมการขาย ประจำเดือนแก่ลูกค้า	3.27 1.00	มาก 7	3.23 1.05	ปาน กลาง 7	3.48 1.23	ปานกลาง 6
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย	4.08 0.92	ปานกลาง 1	3.91 0.95	มาก 2	3.71 0.97	มาก 2
รวม	3.72 0.64	มาก	3.71 0.58	มาก	3.62 0.73	มาก

จากตาราง 4.44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และ มีการลดราคาค่าอาหาร และ บริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง และ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย โดยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 เท่ากัน

ตาราง 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ	4.14 0.71	มาก 2	4.21 0.69	มาก 2	3.74 0.63	มาก 4
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	4.18 0.74	มาก 1	4.21 0.66	มาก 1	3.97 0.80	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ อาหารเป็นอย่างดี	3.93 0.77	มาก 5	4.02 0.85	มาก 3	3.84 0.69	มาก 2
มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	4.03 0.75	มาก 3	4.00 0.86	มาก 4	3.65 0.66	มาก 5
พนักงานสามารถให้ คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	4.00 0.81	มาก 4	3.85 0.81	มาก 5	3.81 0.70	มาก 3
รวม	4.06 0.57	มาก	4.06 0.58	มาก	3.80 0.49	มาก

จากตาราง 4.45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ และ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 เท่ากัน รองลงมา พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	4.21	มาก	4.09	มาก	4.03	มาก
บรรยากาศดี	0.67	3	0.69	4	0.71	2
มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกาย ให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน	3.94	มาก	3.77	มาก	4.13	มาก
	0.81	6	0.98	9	0.81	1
ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม	4.37	มาก	4.47	มาก	3.97	มาก
	0.75	1	0.65	1	0.66	4
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.32	มาก	4.30	มาก	4.03	มาก
	0.80	2	0.86	2	0.80	3
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับ บริการอย่างเพียงพอ	4.19	มาก	4.15	มาก	3.71	มาก
	0.75	4	0.81	3	0.74	5
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.87	มาก	3.83	มาก	3.58	มาก
	0.96	9	0.79	8	0.99	6
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้ เด็กเล่น	3.11	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
	1.00	11	1.02	11	0.92	10
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้ สามารถสูบบุหรี่ได้	3.19	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
	1.18	10	1.40	10	0.99	9
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจนและ มีเอกลักษณ์	3.89	มาก	3.89	มาก	3.52	มาก
	0.81	7	0.81	6	0.96	8
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่ กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.89	มาก	3.98	มาก	3.19	มาก
	0.81	7	0.82	5	0.79	11
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	4.02	มาก	3.85	มาก	3.52	มาก
	0.87	5	1.00	7	0.89	7
รวม	3.91	มาก	3.88	มาก	3.68	มาก
	0.48		0.52		0.41	

จากตาราง 4.46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 และ คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี และ สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากัน

ตาราง 4.47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี n = 122		26 - 35 ปี n = 47		35 ปีขึ้นไป n = 31	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การ ต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	4.17 0.74	มาก 1	4.06 0.70	มาก 6	3.68 0.70	มาก 5
ความรวดเร็วในการรับ รายการอาหารจากลูกค้า	4.14 0.76	มาก 3	4.26 0.71	มาก 1	3.74 0.73	มาก 4
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับ บริการมีความสะดวกรวดเร็ว	4.10 0.72	มาก 4	4.02 0.87	มาก 8	3.61 0.62	มาก 6
ความถูกต้องในการเสิร์ฟ อาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.15 0.77	มาก 2	4.11 0.73	มาก 3	3.84 0.69	มาก 2
ระยะเวลาในการรอคอย อาหาร	4.10 0.84	มาก 5	4.11 0.76	มาก 5	3.45 0.85	ปานกลาง 8
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	4.10 0.85	มาก 6	4.19 0.77	มาก 2	3.81 0.54	มาก 3
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดี ตลอดการรับประทาน	4.06 0.81	มาก 7	4.02 0.79	มาก 7	3.87 0.88	มาก 1
ความสะดวกรวดเร็วในการ ชำระเงิน	3.98 0.81	มาก 8	4.11 0.73	มาก 3	3.52 0.77	มาก 7
มีการออกไปกำกับภาษีให้ อย่างถูกต้อง	3.61 0.90	มาก 9	3.57 1.06	มาก 9	3.23 0.99	ปานกลาง 9
รวม	4.04 0.58	มาก	4.05 0.59	มาก	3.64 0.51	มาก

จากตาราง 4.47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 ช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร และความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ตาราง 4.48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.88 0.68	มาก 8	3.90 0.65	มาก 3
ความสดใหม่ของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.26 0.72	มาก 2	4.11 0.76	มาก 1
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.32 0.71	มาก 1	4.08 0.70	มาก 2
ความหลากหลายของรายการ อาหารและเครื่องดื่ม	4.05 0.80	มาก 4	3.83 0.76	มาก 4
การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ	3.75 0.69	มาก 10	3.66 0.82	มาก 9
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.83 0.78	มาก 9	3.71 0.88	มาก 7
ในรายการอาหารและ เครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ	3.97 0.84	มาก 5	3.72 0.86	มาก 6
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหาร ญี่ปุ่น	3.95 0.89	มาก 6	3.53 0.94	มาก 10
รสชาติอาหารถูกปากเป็น แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	4.05 0.75	มาก 3	3.79 0.85	มาก 5
ความสวยงามของการจัดเรียง อาหารและเครื่องดื่ม	3.90 0.82	มาก 7	3.68 0.77	มาก 8
รวม	4.00 0.47	มาก	3.80 0.47	มาก

จากตาราง 4.48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา
ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 และ ความหลากหลายของ
รายการอาหารและเครื่องดื่ม และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3
อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา
คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับ
มากมีค่าเฉลี่ย 3.90

ตาราง 4.49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพ	4.23 0.76	มาก 1	4.07 0.71	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสด และบัตรเครดิต	3.69 1.01	มาก 4	3.63 0.91	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.87 0.82	มาก 3	3.82 0.74	มาก 3
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.90 0.84	มาก 2	3.90 0.90	มาก 2
รวม	3.92 0.61	มาก	3.85 0.57	มาก

จากตาราง 4.49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

ตาราง 4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.86 0.87	มาก 4	3.78 0.94	มาก 2
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.96 0.82	มาก 3	3.84 0.92	มาก 1
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.98 0.81	มาก 2	3.77 0.89	มาก 3
มีบริการส่งตามบ้าน	3.43 1.03	ปานกลาง 5	3.30 1.03	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	4.00 0.83	มาก 1	3.74 0.85	มาก 4
รวม	3.85 0.58	มาก	3.69 0.67	มาก

จากตาราง 4.50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่

พักอาศัย / ใกล้เคียงที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77

ตาราง 4.51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ			
	นักเรียน - นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.56 0.86	มาก 6	3.71 0.75	มาก 3
สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการ อาหารอื่น 1 จาน	3.75 0.96	มาก 4	3.60 0.97	มาก 6
มีการลดราคาอาหาร และ บริการเมื่อใช้บริการใน จำนวนที่สูง	3.92 0.93	มาก 2	3.79 0.88	มาก 2
การนำคู่มือมาแจกของ สมนาคุณ	3.74 0.95	มาก 5	3.64 0.96	มาก 5
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อ รับส่วนลด	3.86 0.93	มาก 3	3.64 0.93	มาก 4
มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการ ส่งเสริมการขายประจำเดือน แก่ลูกค้า	3.19 1.04	ปานกลาง 7	3.41 1.06	มาก 7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย	4.14 0.90	มาก 1	3.80 0.96	มาก 1
รวม	3.74 0.63	มาก	3.66 0.65	มาก

จากตาราง 4.51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ

โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

ตาราง 4.52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ	4.16 0.74	มาก 2	4.02 0.66	มาก 2
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	4.23 0.73	มาก 1	4.07 0.72	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี	3.99 0.79	มาก 5	3.87 0.76	มาก 3
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.09 0.72	มาก 3	3.82 0.81	มาก 4
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	4.06 0.78	มาก 4	3.78 0.80	มาก 5
รวม	4.11 0.57	มาก	3.91 0.55	มาก

จากตาราง 4.52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา พนักงานมี

บุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	อาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.20 0.68	มาก 4	4.10 0.68	มาก 3
มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกาย ให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน	3.99 0.77	มาก 6	3.86 0.94	มาก 5
ความสะอาดของงาน ซ้อน ลิ้น	4.39 0.75	มาก 1	4.26 0.71	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.36 0.79	มาก 2	4.16 0.83	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับ บริการอย่างเพียงพอ	4.22 0.77	มาก 3	3.97 0.78	มาก 4
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.93 0.95	มาก 8	3.68 0.89	มาก 9
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้ เด็กเล่น	3.06 1.00	ปานกลาง 11	3.28 0.98	ปานกลาง 10
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้ สามารถสูบบุหรี่ได้	3.17 1.25	ปานกลาง 10	3.28 1.16	ปานกลาง 11
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน และมีเอกลักษณ์	3.93 0.81	มาก 7	3.73 0.88	มาก 7
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่ กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.91 0.84	มาก 9	3.68 0.85	มาก 8
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	4.04 0.89	มาก 5	3.75 0.93	มาก 6
รวม	3.93 0.49	มาก	3.80 0.47	มาก

จากตาราง 4.53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ่อม ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.36 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ่อม ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10

ตาราง 4.54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	กลุ่มอาชีพ			
	นักเรียน – นักศึกษา n = 108		คนทำงาน n = 92	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การ ต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	4.20 0.72	มาก 1	3.91 0.74	มาก 5
ความรวดเร็วในการรับ รายการอาหารจากลูกค้า	4.19 0.78	มาก 3	4.01 0.73	มาก 1
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับ บริการมีความสะดวกรวดเร็ว	4.18 0.69	มาก 4	3.80 0.79	มาก 8
ความถูกต้องในการเสิร์ฟ อาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.20 0.78	มาก 2	3.96 0.69	มาก 3
ระยะเวลาในการรอคอย อาหาร	4.16 0.86	มาก 6	3.82 0.81	มาก 7
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	4.16 0.82	มาก 5	3.98 0.76	มาก 2
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดี ตลอดการรับประทาน	4.09 0.80	มาก 7	3.93 0.82	มาก 4
ความสะดวกรวดเร็วในการ ชำระเงิน	4.03 0.80	มาก 8	3.84 0.80	มาก 6
มีการออกไปกำกับภาชนะให้ อย่างถูกต้อง	3.63 0.92	มาก 9	3.43 0.99	ปานกลาง 9
รวม	4.09 0.57	มาก	3.85 0.58	มาก

จากตาราง 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ โดย นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ

โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 และ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

ตาราง 4.55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	4.02 0.62	มาก 4	3.79 0.69	มาก 8	3.87 0.66	มาก 3
ความสดใหม่ของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.14 0.73	มาก 2	4.32 0.65	มาก 2	4.10 0.84	มาก 2
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.15 0.75	มาก 1	4.33 0.67	มาก 1	4.13 0.71	มาก 1
ความหลากหลายของรายการ อาหารและเครื่องดื่ม	4.03 0.81	มาก 3	3.96 0.76	มาก 4	3.84 0.81	มาก 4
การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ	3.77 0.66	มาก 10	3.63 0.78	มาก 10	3.75 0.80	มาก 5
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.89 0.69	มาก 7	3.76 0.88	มาก 9	3.67 0.90	มาก 9
ในรายการอาหารและ เครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ	3.95 0.80	มาก 6	3.90 0.89	มาก 5	3.70 0.85	มาก 7
การจัดให้มีนุฟเฟต์อาหาร ญี่ปุ่น	3.88 0.88	มาก 9	3.89 0.94	มาก 6	3.49 0.95	ปาน กลาง 10
รสชาติอาหารถูกปากเป็น แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	4.00 0.77	มาก 5	4.04 0.74	มาก 3	3.73 0.88	มาก 6
ความสวยงามของการจัดเรียง อาหารและเครื่องดื่ม	3.89 0.81	มาก 8	3.83 0.82	มาก 7	3.67 0.76	มาก 8
รวม	3.97 0.47	มาก	3.95 0.46	มาก	3.79 0.49	มาก

จากตาราง 4.55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 และรสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10 และชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ตาราง 4.56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและ เครื่องคั่วเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.22 0.74	มาก 1	4.17 0.79	มาก 1	4.08 0.68	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงิน สดและบัตรเครดิต	3.82 0.81	มาก 4	3.51 1.13	มาก 4	3.68 0.89	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.82 0.75	มาก 3	3.82 0.86	มาก 3	3.90 0.73	มาก 2
ราคาอาหารและ เครื่องคั่วไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.92 0.83	มาก 2	3.90 0.86	มาก 2	3.87 0.92	มาก 3
รวม	3.94 0.58	มาก	3.85 0.60	มาก	3.88 0.59	มาก

จากตาราง 4.56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องคั่วเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องคั่วไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ย 3.92 และสามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ตาราง 4.57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พัก อาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.83 0.84	มาก 4	3.92 0.90	มาก 3	3.71 0.96	มาก 3
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่ แน่นอน	3.91 0.86	มาก 3	3.94 0.85	มาก 2	3.86 0.90	มาก 1
ร้านอยู่ใกล้แหล่ง ชุมชน	4.00 0.77	มาก 1	3.89 0.81	มาก 4	3.76 0.96	มาก 2
มีบริการส่งตามบ้าน	3.49 1.02	ปานกลาง 5	3.43 1.09	ปานกลาง 5	3.17 0.98	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้า ได้เพียงพอ	3.92 0.83	มาก 2	4.11 0.78	มาก 1	3.57 0.86	มาก 4
รวม	3.83 0.59	มาก	3.86 0.58	มาก	3.62 0.68	มาก

จากตาราง 4.57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงานอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

ตาราง 4.58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.69 0.85	มาก 6	3.47 0.75	ปานกลาง 6	3.75 0.82	มาก 2
ส่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการ อาหารอื่น 1 จาน	3.74 1.00	มาก 5	3.82 0.88	มาก 4	3.46 1.00	ปานกลาง 6
มีการลดราคาอาหารและบริการ เมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง	3.95 0.91	มาก 2	3.93 0.91	มาก 2	3.68 0.89	มาก 3
การนำคู่มือมาแจกของ สมนาคุณ	3.75 0.92	มาก 4	3.72 0.95	มาก 5	3.60 0.99	มาก 4
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับ ส่วนลด	3.75 0.85	มาก 3	3.93 0.94	มาก 3	3.57 1.00	มาก 5
มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่ง เสริมการขยประจำเดือนแก่ลูกค้า	3.35 0.86	ปานกลาง 7	3.24 1.17	ปานกลาง 7	3.30 1.10	ปานกลาง 7
การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น แบบไม่มีค่าใช้จ่าย	4.08 0.82	มาก 1	4.08 1.02	มาก 1	3.78 0.96	มาก 1
รวม	3.76 0.56	มาก	3.74 0.64	มาก	3.59 0.71	มาก

จากตาราง 4.58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มน้ำชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มน้ำชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มน้ำชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมา การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 และ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง โดยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ตาราง 4.59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ	4.22 0.74	มาก 1	4.08 0.73	มาก 2	3.98 0.63	มาก 2
พนักงานเอาใจใส่ ถูกคำ	4.15 0.73	มาก 2	4.26 0.67	มาก 1	4.03 0.78	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี	4.00 0.77	มาก 4	3.90 0.81	มาก 5	3.90 0.76	มาก 3
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.94 0.77	มาก 5	4.08 0.82	มาก 3	3.86 0.72	มาก 4
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	4.03 0.68	มาก 3	3.96 0.93	มาก 4	3.81 0.74	มาก 5
รวม	4.07 0.57	มาก	4.06 0.61	มาก	3.92 0.51	มาก

จากตาราง 4.59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ถูกคำ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

ตาราง 4.60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.28 0.60	มาก 1	4.18 0.74	มาก 4	4.00 0.67	มาก 3
มีการกำหนดให้พนักงาน แต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศ ของร้าน	4.00 0.68	มาก 5	3.89 0.94	มาก 7	3.90 0.91	มาก 5
ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม	4.23 0.77	มาก 2	4.46 0.73	มาก 1	4.29 0.68	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มี ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.18 0.86	มาก 4	4.42 0.71	มาก 2	4.19 0.86	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ รับบริการอย่างเพียงพอ	4.18 0.73	มาก 3	4.19 0.80	มาก 3	3.92 0.79	มาก 4
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.95 0.96	มาก 8	3.86 0.89	มาก 9	3.62 0.92	มาก 8
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้ เด็กเล่น	3.34 0.99	ปานกลาง 11	2.90 1.02	ปานกลาง 11	3.27 0.92	ปานกลาง 10
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้ สามารถสูบบุหรี่ได้	3.48 1.15	ปานกลาง 10	3.01 1.22	ปานกลาง 10	3.19 1.23	ปานกลาง 11
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน และมีเอกลักษณ์	3.95 0.80	มาก 6	3.86 0.79	มาก 8	3.68 0.93	มาก 6
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่ กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.92 0.82	มาก 9	3.89 0.85	มาก 6	3.59 0.85	มาก 9
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.95 0.80	มาก 6	4.08 0.88	มาก 5	3.65 1.02	มาก 7
รวม	3.95 0.46	มาก	3.89 0.50	มาก	3.75 0.48	มาก

จากตาราง 4.60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา ความสะอาดของงาน ซ็อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 และ สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีสถานที่นั่งพัก และนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ็อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.42 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ็อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

ตาราง 4.61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท n = 65		5,001 - 10,000 บาท n = 72		10,000 บาทขึ้นไป n = 63	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้ การต้อนรับที่อบอุ่น เป็นกันเอง	4.11 0.79	มาก 2	4.17 0.71	มาก 4	3.92 0.70	มาก 4
ความรวดเร็วในการรับ รายการอาหารจาก ลูกค้า	4.06 0.81	มาก 5	4.24 0.72	มาก 1	4.00 0.74	มาก 2
กระบวนการในการจอง คิวเพื่อรับบริการมี ความสะดวกรวดเร็ว	4.14 0.68	มาก 1	4.06 0.84	มาก 7	3.81 0.72	มาก 7
ความถูกต้องในการ เสิร์ฟอาหารตาม รายการที่ได้สั่งไป	4.11 0.73	มาก 3	4.10 0.84	มาก 5	4.06 0.67	มาก 1
ระยะเวลาในการรอ คอยอาหาร	4.00 0.88	มาก 6	4.18 0.81	มาก 3	3.79 0.83	มาก 8
มีโต๊ะบริการอย่าง เพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ ต้องนั่งรอ	4.06 0.79	มาก 4	4.22 0.77	มาก 2	3.92 0.81	มาก 5
มีพนักงานคอยดูแล อย่างดีตลอดการ รับประทาน	3.98 0.78	มาก 7	4.10 0.86	มาก 6	3.97 0.80	มาก 3
ความสะดวกรวดเร็วใน การชำระเงิน	3.98 0.87	มาก 8	3.97 0.82	มาก 8	3.86 0.72	มาก 6
มีการออกไปกำกับภาณี ให้อย่างถูกต้อง	3.72 0.91	มาก 9	3.47 0.96	ปานกลาง 9	3.43 0.98	ปานกลาง 9
รวม	4.02 0.60	มาก	4.06 0.59	มาก	3.86 0.56	มาก

จากตาราง 4.61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป และ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และมีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97

ตาราง 4.62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

สูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n =65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.91 0.65	มาก 4	3.85 0.69	มาก 6
ความสดใหม่ของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.13 0.75	มาก 1	4.32 0.71	มาก 2
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.13 0.75	มาก 1	4.37 0.60	มาก 1
ความหลากหลายของรายการ อาหารและเครื่องดื่ม	3.96 0.76	มาก 3	3.91 0.86	มาก 4
การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ	3.70 0.67	มาก 10	3.74 0.89	มาก 10
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.72 0.82	มาก 9	3.89 0.85	มาก 5
ในรายการอาหารและ เครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ	3.87 0.85	มาก 6	3.83 0.86	มาก 7
การจัดให้มีเมนูเฟต์อาหาร ญี่ปุ่น	3.76 0.94	ปานกลาง 8	3.75 0.94	มาก 9
รสชาติอาหารถูกปากเป็น แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	3.90 0.79	มาก 5	4.00 0.83	มาก 3
ความสวยงามของการจัดเรียง อาหารและเครื่องดื่ม	3.81 0.80	มาก 7	3.77 0.81	มาก 8
รวม	3.89 0.47	มาก	3.94 0.49	มาก

จากตาราง 4.62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
 จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า
 ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72
 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
 ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการ
 ตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02
 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ คุณภาพของ
 อาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้
 ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม
 อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมี
 ค่าเฉลี่ย 4.33 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม และ รสชาติอาหารถูกปากเป็น
 แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากัน

ตาราง 4.63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n = 65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพ	4.08 0.74	มาก 1	4.31 0.71	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสด และเครดิตการ์ด	3.64 0.95	มาก 4	3.72 0.99	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.82 0.74	มาก 2	3.89 0.87	มาก 3
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.81 0.85	มาก 3	4.08 0.89	มาก 2
รวม	3.84 0.58	มาก	4.00 0.59	มาก

จากตาราง 4.63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.64 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.62 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่

เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

ตาราง 4.64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n = 65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.79 0.87	มาก 4	3.89 0.95	มาก 3
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.89 0.81	มาก 2	3.94 0.98	มาก 1
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.95 0.77	มาก 1	3.75 1.00	มาก 4
มีบริการส่งตามบ้าน	3.50 0.96	มาก 5	3.11 1.13	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.87 0.81	มาก 3	3.89 0.92	มาก 2
รวม	3.80 0.55	มาก	3.72 0.76	มาก

จากตาราง 4.64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n = 65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.67 0.79	มาก 4	3.54 0.85	มาก 6
สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการ อาหารอื่น 1 จาน	3.64 0.96	มาก 6	3.77 0.98	มาก 3
มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อ ใช้บริการในจำนวนที่สูง	3.82 0.89	มาก 3	3.94 0.95	มาก 2
การนำคู่มือมาแจกของ สมนาคุณ	3.67 0.91	มาก 5	3.74 1.03	มาก 4
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อ รับส่วนลด	3.83 0.88	มาก 2	3.62 1.04	มาก 5
มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริม การขายประจำเดือนแก่ลูกค้า	3.36 0.97	ปานกลาง 7	3.17 1.21	ปานกลาง 7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย	4.00 0.92	มาก 1	3.95 0.99	มาก 1
รวม	3.71 0.59	มาก	3.67 0.73	มาก

จากตาราง 4.65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.63 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.73 และ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ ส่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการอาหารอื่น 1 จาน และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 เท่ากัน

ตาราง 4.66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n = 65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ	4.05 0.72	มาก 2	4.18 0.68	มาก 2
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	4.09 0.75	มาก 1	4.29 0.68	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี	3.91 0.76	มาก 5	3.98 0.82	มาก 4
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.93 0.78	มาก 4	4.05 0.76	มาก 3
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.96 0.77	มาก 3	3.89 0.85	มาก 5
รวม	3.99 0.57	มาก	4.08 0.55	มาก

จากตาราง 4.66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ใน

ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12

ตาราง 4.67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n=65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.18 0.68	มาก 3	4.11 0.69	มาก 4
มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกาย ให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน	3.95 0.76	มาก 5	3.89 1.03	มาก 6
ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม	4.26 0.74	มาก 1	4.48 0.69	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบ ถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.19 0.84	มาก 2	4.45 0.73	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับ บริการอย่างเพียงพอ	4.06 0.78	มาก 4	4.20 0.77	มาก 3
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.83 0.93	มาก 8	3.78 0.94	มาก 8
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้เด็ก เล่น	3.17 0.96	ปานกลาง 11	3.14 1.07	ปานกลาง 10
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้สามารถ สูบบุหรี่ได้	3.34 1.14	ปานกลาง 10	2.97 1.31	ปานกลาง 11

ตาราง 4.67 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n=65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจนและมีเอกลักษณ์	3.84 0.81	มาก 7	3.82 0.92	มาก 7
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.81 0.78	มาก 9	3.78 0.98	มาก 9
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.90 0.88	มาก 6	3.91 1.00	มาก 5
รวม	3.87 0.47	มาก	3.87 0.52	มาก

จากตาราง 4.67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสะอาดของงาน ซ่อม ส่อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ่อม ส่อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.46 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24

ตาราง 4.68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 135		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี n = 65	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	4.10 0.74	มาก 1	4.02 0.74	มาก 7
ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า	4.00 0.77	มาก 5	4.32 0.69	มาก 1
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว	4.01 0.74	มาก 4	3.98 0.80	มาก 8
ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.04 0.79	มาก 2	4.20 0.67	มาก 2
ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร	3.94 0.88	มาก 7	4.12 0.78	มาก 5
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	4.03 0.79	มาก 3	4.17 0.80	มาก 3
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน	3.96 0.80	มาก 6	4.14 0.83	มาก 4
ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน	3.90 0.80	มาก 8	4.03 0.81	มาก 6
มีการออกใบกำกับภาษีให้อย่างถูกต้อง	3.57 0.86	มาก 9	3.48 1.13	ปานกลาง 9
รวม	3.95 0.58	มาก	4.05 0.60	มาก

จากตาราง 4.68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.73 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 และมีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20

เนื่องจากในช่วงหลังการเก็บแบบสอบถามได้มีร้านค้าที่ปิดกิจการลงไปถึง 4 แห่ง ได้แก่ ร้านโมโมยากิ พอร์คช็อป ร้านเมชิยะ ร้านชาบูโรบาร์ และร้าน@Kix Shabu Shabu ยังมีร้านที่เปิดให้บริการใหม่เพิ่มขึ้นมาด้วย ดังนั้นจึงนำปัจจัยของร้านค้าที่ปิดกับร้านค้าที่เปิดมาเทียบค่าเฉลี่ยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการดำรงกิจการของร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จนถึงปัจจุบัน

ตาราง 4.69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามกลุ่มร้านค้าที่ยังเปิดให้บริการและร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ปัจจัยด้านต่างๆ	กลุ่มร้านที่ยังเปิดให้บริการ (ทั้งหมด 128 ตัวอย่าง)	กลุ่มร้านที่ปิดให้บริการไป แล้ว(ทั้งหมด 72 ตัวอย่าง)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
ด้านราคา	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
ด้านบุคคล	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตาราง 4.69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านที่ยังเปิดให้บริการและร้านที่ปิดให้บริการไปแล้วนั้นให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น มีค่าสอดคล้องกัน ดังนั้น จึงไม่มีผลต่อการสรุปผลแยกร้านค้าที่เปิดให้บริการกับร้านที่ปิดบริการไปแล้ว

ตาราง 4.70 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ระหว่าง กลุ่มร้านค้าที่ยังเปิดให้บริการและร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ปัจจัยด้านต่างๆ	Degree of freedom	t	Sig. (2-tailed)
ด้านผลิตภัณฑ์	198	-0.317	0.752
ด้านราคา	198	0.230	0.818
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	198	0.578	0.564
ด้านการส่งเสริมการตลาด	198	-0.280	0.978
ด้านบุคคล	198	0.318	0.751
ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	198	0.556	0.579
ด้านกระบวนการให้บริการ	198	0.218	0.828

จากตาราง 4.70 สรุปผลจากการประมวลผลได้ดังนี้

การตั้งสมมติฐาน

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$; ค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านค้าที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$; ค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านค้าที่เปิดให้บริการ ไม่เท่ากับ กลุ่มร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

แล้ว

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.752 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านค้าที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

แล้ว

ด้านราคา พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.818 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านค้าที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.564 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านค้าที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านค้าที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.978 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ด้านบุคคล พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.751 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.579 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.828 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มร้านที่เปิดให้บริการ เท่ากับ กลุ่มร้านที่ปิดให้บริการไปแล้ว

ดังนั้นจะเห็นว่าร้านที่ปิดให้บริการไปแล้วกับร้านที่เปิดให้บริการอยู่ค่า Sig มากกว่า 0.05 ในทุกด้าน จึงสรุปได้ว่า คะแนนระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านนิมมานเหมินท์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการมากที่สุด

ตาราง 4.71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.81 0.47	มาก 3	4.03 0.62	มาก 3	3.82 0.73	มาก 6
ความสดใหม่ของ อาหารและเครื่องดื่ม	4.06 0.80	มาก 2	4.30 0.73	มาก 1	4.15 0.72	มาก 2
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.13 0.83	มาก 1	4.29 0.67	มาก 2	4.18 0.71	มาก 1
ความหลากหลายของราย การอาหารและเครื่องดื่ม	3.72 0.73	มาก 6	3.96 0.78	มาก 4	4.01 0.81	มาก 3
การมีอาหารเป็นชุด ให้บริการ	3.63 0.75	มาก 8	3.80 0.80	มาก 7	3.68 0.71	มาก 10
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.72 0.92	มาก 7	3.84 0.87	มาก 9	3.75 0.77	มาก 9
ในรายการอาหารและ เครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ	3.63 1.01	มาก 9	3.93 0.81	มาก 6	3.88 0.82	มาก 5
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์ อาหารญี่ปุ่น	3.53 1.05	มาก 10	3.78 0.92	มาก 10	3.82 0.91	มาก 8
รสชาติอาหารถูกปากเป็น แบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	3.78 0.94	มาก 4	3.96 0.88	มาก 5	3.96 0.70	มาก 4

ตาราง 4.71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ความสวยงามของการจัดเรียงอาหารและเครื่องดื่มน	3.75 0.84	มาก 5	3.80 0.87	มาก 8	3.82 0.75	มาก 7
รวม	3.77 0.55	มาก	3.97 0.49	มาก	3.91 0.44	มาก

จากตาราง 4.71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01

ตาราง 4.72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ	3.94 0.88	มาก 2	4.25 0.67	มาก 1	4.16 0.72	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	3.81 1.03	มาก 4	3.51 1.05	มาก 4	3.73 0.87	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.81 0.69	มาก 3	4.00 0.79	มาก 2	3.75 0.80	มาก 3
ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.94 0.84	มาก 1	3.96 0.91	มาก 3	3.85 0.85	มาก 2
รวม	3.88 0.60	มาก	3.93 0.59	มาก	3.87 0.59	มาก

จากตาราง 4.72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ

อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับ
มากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย
3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการ
ตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ใน
ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมี
ค่าเฉลี่ย 3.85 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.88 0.75	มาก 5	3.87 1.04	มาก 3	3.78 0.84	มาก 4
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.94 0.84	มาก 1	3.96 0.88	มาก 1	3.86 0.87	มาก 3
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.91 0.78	มาก 3	3.86 0.90	มาก 4	3.90 0.85	มาก 1
มีบริการส่งตามบ้าน	3.09 1.03	ปานกลาง 4	3.42 1.12	ปานกลาง 5	3.42 0.97	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.94 0.91	มาก 2	3.88 0.95	มาก 2	3.86 0.76	มาก 2
รวม	3.75 0.59	มาก	3.80 0.68	มาก	3.76 0.60	มาก

จากตาราง 4.73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และ มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ร้านอยู่

โกสัณฑ์แห่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้า ได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้า ได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ตาราง 4.74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.63 0.75	มาก 3	3.70 0.67	มาก 6	3.59 0.91	มาก 6
ส่งอาหาร 1 ชุดแถม รายการอาหารอื่น 1 งาน	3.63 0.98	มาก 5	3.77 0.99	มาก 4	3.64 0.95	มาก 5
มีการลดราคาอาหาร และบริการเมื่อใช้ บริการในจำนวนที่สูง	3.84 0.99	มาก 2	3.93 0.83	มาก 2	3.82 0.94	มาก 2
การนำคู่มือมาแจก ของสมนาคุณ	3.63 0.87	มาก 4	3.75 0.93	มาก 5	3.68 1.00	มาก 4
มีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อรับส่วนลด	3.59 0.95	มาก 6	3.77 0.94	มาก 3	3.81 0.93	มาก 3
มีบริการโทรศัพท์แจ้ง รายการส่งเสริมการขาย ประจำเดือนแก่ลูกค้า	3.16 1.14	ปานกลาง 7	3.45 1.08	ปานกลาง 7	3.23 1.00	ปานกลาง 7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย	4.06 1.08	มาก 1	3.96 0.91	มาก 1	3.98 0.93	มาก 1
รวม	3.65 0.66	มาก	3.76 0.62	มาก	3.68 0.65	มาก

จากตาราง 4.74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ โดยที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65

ความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 ความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ เป็นต้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.96 รองลงมามีการลดราคาอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.93 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.98 รองลงมามีการลดราคาอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เฉลี่ย 3.82 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เฉลี่ย 3.81

ตาราง 4.75 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคคล	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ	4.25 0.72	มาก 1	4.03 0.71	มาก 3	4.09 0.70	มาก 2
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	4.16 0.88	มาก 2	4.22 0.66	มาก 1	4.11 0.73	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี	3.91 0.73	มาก 4	3.93 0.83	มาก 4	3.95 0.76	มาก 4
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.06 0.76	มาก 3	4.10 0.75	มาก 2	3.84 0.78	มาก 5
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.91 0.93	มาก 5	3.93 0.86	มาก 5	3.95 0.71	มาก 3
รวม	4.06 0.62	มาก	4.04 0.56	มาก	3.99 0.45	มาก

จากตาราง 4.75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ โดยที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.06 ความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.04 ความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.25 รองลงมาพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.16 และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.22 รองลงมา มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.10 และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.11 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.09 และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.95

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.76 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.22 0.66	มาก 3	4.12 0.68	มาก 4	4.16 0.70	มาก 3
มีการกำหนดให้พนักงานแต่ง กายให้เข้ากับบรรยากาศของ ร้าน	3.91 1.00	มาก 6	3.81 0.90	มาก 9	4.02 0.77	มาก 5
ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม	4.38 0.66	มาก 1	4.43 0.67	มาก 1	4.24 0.78	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความ เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.28 0.81	มาก 2	4.38 0.82	มาก 2	4.19 0.80	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับ บริการอย่างเพียงพอ	4.16 0.81	มาก 4	4.16 0.74	มาก 3	4.05 0.80	มาก 4
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.66 1.15	มาก 9	3.90 0.91	มาก 7	3.81 0.87	มาก 8
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้ เด็กเล่น	2.94 1.05	ปานกลาง 11	3.12 0.98	ปานกลาง 10	3.26 0.99	ปานกลาง 11
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้ สามารถสูบบุหรี่ได้	3.28 1.14	ปานกลาง 10	3.07 1.26	ปานกลาง 11	3.30 1.19	ปานกลาง 10
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน และมีเอกลักษณ์	3.69 0.90	มาก 8	3.91 0.82	มาก 6	3.83 0.85	มาก 7
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่ กลางแจ้งอากาศถ่ายเท	3.72 0.73	มาก 7	3.97 0.77	มาก 5	3.72 0.93	มาก 9
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.94 1.08	มาก 5	3.90 0.91	มาก 7	3.90 0.87	มาก 9
รวม	3.83 0.50	มาก	3.89 0.46	มาก	3.86 0.50	มาก 6

จากตาราง 4.76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ โดยที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 ความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 ความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.28 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.43 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.24 รองลงมาสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.19 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.16

ตาราง 4.77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความถี่ในการใช้บริการ					
	ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน n = 32		ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน n = 69		นานๆครั้ง n = 99	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	4.03 0.90	มาก 5	4.03 0.75	มาก 7	4.11 0.68	มาก 1
ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า	4.09 0.86	มาก 4	4.20 0.74	มาก 1	4.04 0.74	มาก 2
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว	4.13 0.83	มาก 2	4.07 0.81	มาก 4	3.92 0.70	มาก 7
ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	4.16 0.85	มาก 1	4.17 0.73	มาก 2	4.01 0.74	มาก 5
ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร	3.94 1.05	มาก 7	3.97 0.86	มาก 8	4.04 0.78	มาก 3
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอไม่ต้องจองไม่ต้องนั่งรอ	4.03 0.97	มาก 6	4.17 0.79	มาก 3	4.02 0.74	มาก 4
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน	4.13 0.91	มาก 3	4.04 0.83	มาก 6	3.97 0.78	มาก 6
ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน	3.88 0.87	มาก 8	4.06 0.78	มาก 5	3.88 0.80	มาก 8
มีการออกไปกำกับภาชนะให้ได้อย่างถูกต้อง	3.22 0.79	ปานกลาง 9	3.62 0.99	มาก 9	3.59 0.97	มาก 9
รวม	3.95 0.65	มาก	4.04 0.59	มาก	3.95 0.57	มาก

จากตาราง 4.77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ โดยที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 ความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 ความถี่ในการใช้บริการ นานๆ ครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.16 รองลงมากระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.13 และมีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.20 รองลงมาความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.17 และมีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอไม่ต้องจองไม่ต้องนั่งรอ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือพนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.04

ตาราง 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ชื่อเสียงของร้าน	3.93 0.51	มาก 3	3.88 0.70	มาก 5
ความสดใหม่ของอาหารและ เครื่องดื่ม	3.84 0.72	มาก 6	4.29 0.72	มาก 1
คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	4.00 0.76	มาก 2	4.27 0.69	มาก 2
ความหลากหลายของรายการ อาหารและเครื่องดื่ม	4.02 0.67	มาก 1	3.92 0.82	มาก 4
การมีอาหารเป็นชุดให้บริการ	3.72 0.63	มาก 8	3.71 0.78	มาก 10
การมีรายการอาหารและ เครื่องดื่มใหม่ๆไว้คอยบริการ	3.91 0.68	มาก 4	3.74 0.86	มาก 9
ในรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีรูปภาพประกอบ	3.84 0.90	มาก 7	3.86 0.84	มาก 6
การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น	3.65 0.87	มาก 10	3.79 0.95	มาก 8
รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบ ดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น	3.88 0.70	มาก 5	3.94 0.83	มาก 3
ความสวยงามของการจัดเรียง อาหารและเครื่องดื่ม	3.72 0.73	มาก 9	3.82 0.82	มาก 7
รวม	3.85 0.43	มาก	3.92 0.49	มาก

จากตารางที่ 4.78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ชื่อเสียงของร้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.27 และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

ตาราง 4.79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพ	3.84 0.69	มาก 2	4.24 0.73	มาก 1
สามารถชำระได้ทั้งเงินสด และเครดิตการ์ด	3.81 0.76	มาก 3	3.62 1.01	มาก 4
มีราคาใกล้เคียงกันกับ ร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ	3.79 0.64	มาก 4	3.86 0.82	มาก 3
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.91 0.72	มาก 1	3.90 0.91	มาก 2
รวม	3.84 0.51	มาก	3.91 0.61	มาก

จากตาราง 4.79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.84 และสามารถชำระได้ทั้งเงินสดและเครดิตการ์ด มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.86

ตาราง 4.80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	3.88 0.73	มาก 3	3.81 0.94	มาก 4
การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน	3.93 0.77	มาก 1	3.90 0.89	มาก 1
ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.86 0.71	มาก 4	3.89 0.89	มาก 2
มีบริการส่งตามบ้าน	3.51 0.94	มาก 5	3.33 1.06	ปานกลาง 5
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.88 0.70	มาก 2	3.88 0.89	มาก 3
รวม	3.81 0.46	มาก	3.76 0.66	มาก

จากตาราง 4.80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.88

ตาราง 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

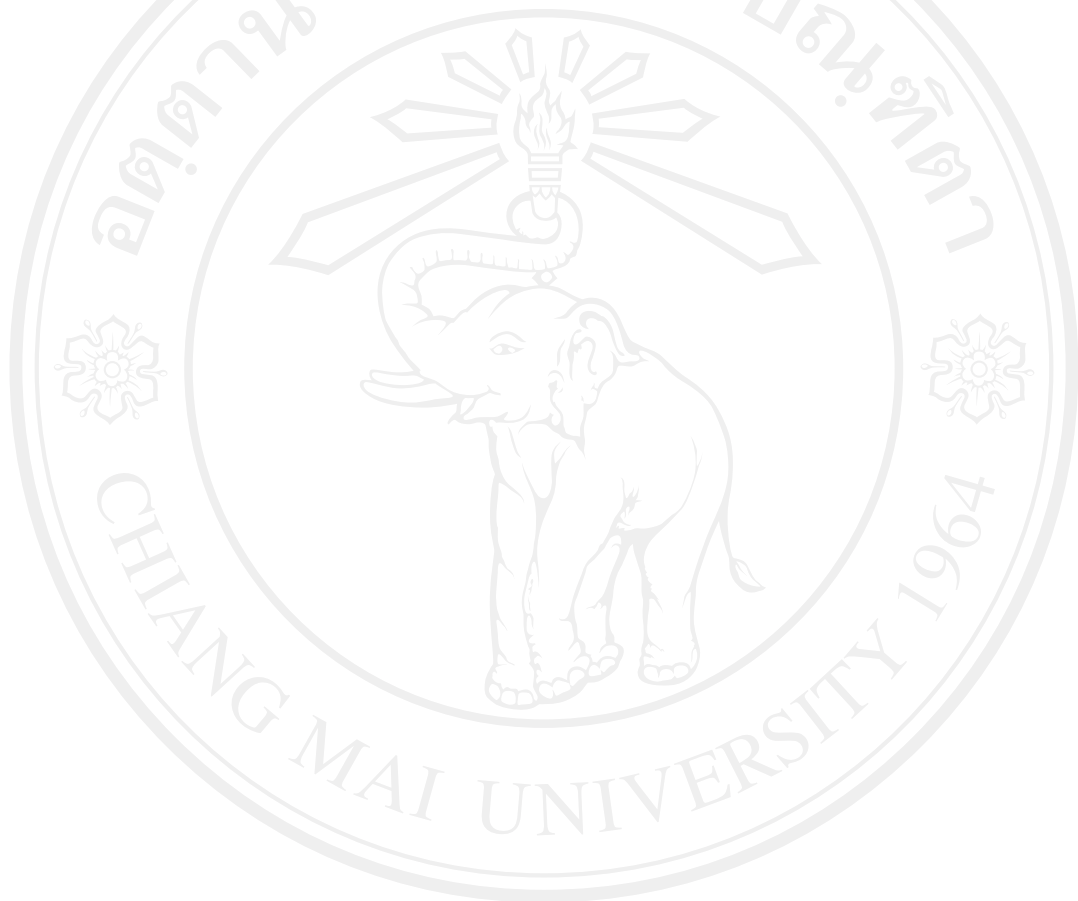
ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น	3.56 0.83	มาก 6	3.65 0.81	มาก 6
ตั้งอาหาร 1 ชุดแถมรายการ อาหารอื่น 1 จาน	3.65 0.84	มาก 4	3.69 1.00	มาก 5
มีการลดราคาอาหารและบริการเมื่อ ใช้บริการในจำนวนที่สูง	3.77 0.81	มาก 2	3.89 0.93	มาก 2
การนำคู่มือมาแจกของ สมนาคุณ	3.65 0.75	มาก 3	3.71 1.00	มาก 4
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อ รับส่วนลด	3.65 0.84	มาก 4	3.79 0.96	มาก 3
มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริม การขายประจำเดือนแก่ลูกค้า	3.51 1.05	มาก 7	3.24 1.04	มาก 7
การให้บริการเครื่องดื่มชา ญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย	3.88 0.79	มาก 1	4.01 0.98	มาก 1
รวม	3.67 0.50	มาก	3.71 0.67	มาก

จากตาราง 4.81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง

มีค่าเฉลี่ย 3.77 และการนำคู่มือมาแจกของสมนาคุณ มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา มีการลดราคาอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.79



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านบุคคล	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มี ความสุขภาพ	3.98 0.64	มาก 1	4.13 0.72	มาก 2
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า	3.88 0.73	มาก 2	4.23 0.71	มาก 1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ อาหารเป็นอย่างดี	3.74 0.82	มาก 5	3.99 0.76	มาก 4
มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	3.84 0.72	มาก 3	4.00 0.78	มาก 3
พนักงานสามารถให้ คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.74 0.76	มาก 4	3.99 0.80	มาก 5
รวม	3.84 0.47	มาก	4.07 0.58	มาก

จากตาราง 4.82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา

พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม บรรยากาศดี	4.05 0.65	มาก 4	4.18 0.69	มาก 3
มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกายให้ เข้ากับบรรยากาศของร้าน	3.70 0.86	มาก 9	3.99 0.84	มาก 5
ความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม	4.19 0.73	มาก 1	4.37 0.73	มาก 1
สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเท อากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.07 0.80	มาก 3	4.32 0.81	มาก 2
มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการ อย่างเพียงพอ	4.14 0.71	มาก 2	4.10 0.80	มาก 4
สถานที่ให้บริการมีการติด เครื่องปรับอากาศ	3.72 0.85	มาก 8	3.84 0.95	มาก 7
มีสนามเด็กเล่นหรือพื้นที่ให้เด็กเล่น	3.37 1.00	ปานกลาง 11	3.10 0.99	ปานกลาง 11
มีการจัดพื้นที่ในร้านให้สามารถสูบบุหรี่ได้	3.51 1.05	มาก 10	3.14 1.24	ปานกลาง 10
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจนและมี เอกลักษณ์	3.84 0.75	มาก 7	3.83 0.87	มาก 8
มีส่วนบริการลูกค้า ที่อยู่กลางแจ้ง อากาศถ่ายเท	3.88 0.70	มาก 6	3.78 0.89	มาก 9
มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.98 0.83	มาก 5	3.89 0.94	มาก 6
รวม	3.86 0.40	มาก	3.87 0.51	มาก

จากตาราง 4.83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.07

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของงาน ซ้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.32 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ย 4.18

ตาราง 4.84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด			
	10.00-16.00 น. n = 43		16.01-19.00 น. n = 157	
	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย S.D	แปลผล ลำดับที่
พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง	3.91 0.68	มาก 4	4.11 0.75	มาก 3
ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า	3.93 0.70	มาก 3	4.15 0.77	มาก 1
กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว	3.86 0.77	มาก 8	4.04 0.75	มาก 6
ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป	3.98 0.67	มาก 2	4.12 0.77	มาก 2
ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร	3.88 0.76	มาก 6	4.03 0.87	มาก 7
มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ	4.07 0.74	มาก 1	4.08 0.81	มาก 4
มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน	3.91 0.84	มาก 5	4.05 0.81	มาก 5
ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน	3.88 0.82	มาก 7	3.96 0.80	มาก 8
มีการออกใบกำกับภาษีให้อย่างถูกต้อง	3.67 0.84	มาก 9	3.50 0.98	ปานกลาง 9
รวม	3.90 0.50	มาก	4.01 0.61	มาก

จากตาราง 4.84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 ตั้งแต่ 16.01-19.00 น.

ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มิได้ใช้บริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.11