# บทที่ 5
# สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งทำการเก็บตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0 มีอายุ ไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.0 มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.5 และอายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.5 ประกอบอาชีพนักเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาเป็น คนทำงาน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมารายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 และรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีระดับการศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมามี ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.0 เคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินทร์ ร้านนินจาราเม็ง คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาเคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินทร์ ร้านเก็งกิราเม็ง คิดเป็นร้อยละ 22.0 และเคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านถนนนิมมานเหมินทร์ ร้านวาซาบิ คิดเป็นร้อยละ 19.0

มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินทร์ นานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินทร์ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในย่านนิมมานเหมินทร์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 65.0รองลงมามีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีวันที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่น วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 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 มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมามีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง ไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.0 และมีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมามีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีผู้ชักชวนให้ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นในแต่ละครั้งเป็นสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.0

และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง 201 - 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง ไม่เกิน 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง มากกว่า 600 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจาก อยากไปบริโภคอาหารญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมามีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจาก พบปะสังสรรค์เพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีโอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากวันสำคัญของครอบครัว/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 20.3 มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมามีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และมีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้งไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำเป็นข้าวห่อสาหร่าย คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมามีกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำเป็น ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ คิดเป็นร้อยละ 40.2 และมีกลุ่มรายการอาหารที่ทานเป็นประจำเป็นเส้นร้อน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจาก ป้ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.2 และมีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารจาก ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ชอบการส่งเสริมการขายแบบมีคูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาชอบการส่งเสริมการขายแบบ ซื้อ 2 แถม 1 คิดเป็นร้อยละ23.0 และ ชอบการส่งเสริมการขายแบบมีบัตรสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้ว เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมามีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้วแพงเกนความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีความรู้สึกในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้วคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป คิดเป็นร้อยละ22.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่**

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามระดับค่าเฉลี่ยที่มีผลและรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ดังนี้

**ปัจจัยด้านบุคคล** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป และมีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ และพนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม และความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม รองลงมาสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลอยู่ในระดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มาก เรียงลำดับ คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด แบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.30)

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัญหา ด้านต่างๆของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีการจัดบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยสดใหม่ คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ ปัญหาผลิตภัณฑ์รสชาติอาหารไม่ถูกปากไม่เป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 30.0

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ อาหารและเครื่องดื่มไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆมากเกินไป คิดเป็นร้อยละ 33.0 และให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่ค่อยคงที่ คิดเป็นร้อยละ 32.5

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องร้านอยู่ไกลที่พักอาศัย / ไกลที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องไม่มีการบริการส่งตามบ้าน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องการมีเวลาเปิด-ปิด ที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 24.5

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่สามารถนำคูปองมาแลกของสมนาคุณได้ คิดเป็นร้อยละ 25.5

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องพนักงานให้บริการมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 41.0 และให้ความสำคัญกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 31.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องสถานที่จอดรถไม่ค่อยเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องสถานที่ให้บริการไม่สะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศไม่ดี / ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คิดเป็นร้อยละ 31.5 และให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องจาน ช้อน ส้อมไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 30.0

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องระยะเวลาในการรอคอยอาหารล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องการรับรายการอาหารจากลูกค้าไม่ค่อยรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 38.0 และให้ความสำคัญกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องไม่ค่อยมีพนักงานคอยดูแล ในช่วงการรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 35.0

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด**

**<u>จำแนกตามเพศ</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม และ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.22 รองลงมา ในรายการอาหารและเครื่องดื่มมีรูปภาพประกอบ และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.99 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และมีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา ราคาอาหาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหารและบริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และ เมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหารและบริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ เมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 เท่ากัน รองลงมา พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10

**<u>จำแนกตามอายุ</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง และ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย โดยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 เท่ากัน

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สุภาพ และ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 เท่ากัน รองลงมา พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 และ คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการกำหนดให้พนักงานแต่งกายให้เข้ากับบรรยากาศของร้าน อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี และ สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากัน

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร และ ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**จำแนกตามอาชีพ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 และความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 และชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และการมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.36 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน-นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง และ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ คนทำงาน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

**<u>จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ย 4.14 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.32 และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั่งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและเครดิตการ์ด และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะ สมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงานอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มากมีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ การนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมา การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 และ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง โดยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.23 และสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.18 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.42 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป และ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.22 และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97

**<u>จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 และ ความหลากหลายของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รายการอาหารและเครื่องดื่ม และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.62 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.58 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน รองลงมา ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.73 และ มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ สั่งอาหาร 1 ชุดแถมรายการอาหารอื่น 1 จาน และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 เท่ากัน

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.46 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**<u>จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06แล ะชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 และ ชื่อเสียงของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัยใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ นานๆครั้ง ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย3.90 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 และ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และ การโฆษณาเช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เป็นต้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน2ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.96 รองลงมามีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.93 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.77 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.98 รองลงมามีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เฉลี่ย 3.82 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.81

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.25 รองลงมาพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.16 และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน2ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.22 รองลงมา มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.10 และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.03 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.11 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.09 และ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.95

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.28 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน2ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อันดับแรก คือความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.43 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38 และ มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.38 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.24 รองลงมาสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.19 และ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.16

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.16 รองลงมา กระบวนการในการจองคิวเพื่อรับบริการมีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.13 และ มีพนักงานคอยดูแลอย่างดีตลอดการรับประทานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน2ครั้งต่อเดือน ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.20 รองลงมาความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย4.17 และ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการนานๆครั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือพนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.04

**<u>จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการมากที่สุด</u>**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ชื่อเสียงของร้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย3.93 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.27 และ รสชาติอาหารถูกปากเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย3.84 และ สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและเครดิตการ์ด มีค่าเฉลี่ย 3.81 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ มีราคาใกล้เคียงกันกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.86

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.93รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.88 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.88

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง มีค่าเฉลี่ย 3.77 และการนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหาร และบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.79

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย3.88 และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย4.23 รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ มีพนักงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.00

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย4.14 และสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.07 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.32 และมีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ย 4.18

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด ตั้งแต่ 10.00-16.00 น ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้องนั่งรอ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 16.01-19.00 น. ให้ระดับการตัดสินใจที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป มีค่าเฉลี่ย 4.12 และพนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.11

**อภิปรายผลการศึกษา**

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คืออันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล(ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.87) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.77) และด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับ หทัยชนก โนชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ สอดคล้องกับนพดล เจริญวิริยะธรรม (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล เป็นสองอันดับแรกเช่นกัน โดยมีด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นอันดับสาม

จากแนวคิดด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2545) กล่าวว่า ธุรกิจบริการจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการคือ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิดดังกล่าวได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านบุคคล**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพราะพนักงานมีความสุภาพ และเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากับ 4.24

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป ซึ่งสอดคล้องกับหทัยชนก โนชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ สอดคล้องกับนพดล เจริญวิริยะธรรม (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินในใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในเรื่องได้รับอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่ง โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากัน คือ 4.48 และ 4.25 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น ในเรื่องคุณภาพของอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.54

**ปัจจัยด้านราคา**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากับ 4.40 และสอดคล้องกับหทัยชนก โนชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นเช่นกันในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.33

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม ซึ่งสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องความสะอาดของ จาน ช้อน ส้อม โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากับ 4.55

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ การมีเวลาเปิด-ปิด ที่แน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับหทัยชนก โนชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในเรื่อง เวลาเปิด-ปิดของภัตตาคารสะดวกในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เท่ากับ 3.95

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย รองลงมา มีการลดราคาค่าอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับหทัยชนก โนชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับทรงกลด อัศวมงคลพันธุ์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการอาหารญี่ปุ่นในเรื่องการลดราคาค่าอาหารและบริการ และมีส่วนลดพิเศษเมื่อมาใช้บริการบ่อยครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในระดับ 3.73 และ 3.88 ตามลำดับ

**ข้อค้นพบ**

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ**

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่ม เป็นอันดับแรกและอันดับสอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เรื่องไม่มีการจัดบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 39.0

**ปัจจัยด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่อง ราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ และมีราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย เป็นสามอันดับแรกทั้งหมด

**ปัญหาด้านราคา**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาอาหารเรื่องเครื่องดื่มไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 51.0

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องการมีเวลาเปิด-ปิดที่แน่นอน รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ เป็นอันดับแรกและอันดับสอง และให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ใกล้ที่ทำงานและใกล้แหล่งชุมชน เป็นปัจจัยรองลงมา

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องร้านอยู่ไกลที่พักอาศัย / ไกลที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.5

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องการให้บริการเครื่องดื่มชาญี่ปุ่นแบบไม่มีค่าใช้จ่าย รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องการลดราคาค่าอาหารและบริการเมื่อใช้บริการในจำนวนที่สูง เป็นอันดับแรกและอันดับสอง และปัจจัยรองลงมาอื่นๆ เช่น เรื่องมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด เรื่องการนำคูปองมาแลกของสมนาคุณ และการโฆษณาเช่นแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.5

**ปัจจัยด้านบุคคล**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพ เป็นอันดับแรกและอันดับสอง และให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ เป็นปัจจัยรองลงมา

**ปัญหาด้านบุคคล**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานให้บริการมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 42.0

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องความสะอาดของจาน ช้อน ส้อม รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องสถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นอันดับแรกและอันดับสอง และปัจจัยรองลงมาอื่นๆ เช่น มีการตกแต่งร้านให้สวยงามบรรยากาศดี มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ เป็นต้น

**ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องสถานที่จอดรถไม่ค่อยเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 50.0

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและตามปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องความรวดเร็วในการรับรายการอาหารจากลูกค้า รวมทั้งให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องพนักงานหน้าร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง เป็นอันดับแรกและอันดับสอง และปัจจัยรองลงมาอื่นๆ มีการกระจายคะแนนระดับการมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างครอบคลุมทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ เรื่องระยะเวลาในการรอคอยอาหารล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 45.5

จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดได้คะแนนระดับมาก และเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆแล้วถือว่าอยู่ในลำดับสุดท้าย หรือกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับทุกปัจจัยที่เหลือ แต่ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลมากที่สุดเป็นปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าร้านอาหารญี่ปุ่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ในปัจจุบัน ยังไม่สามารถสื่อสารด้านส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้

**ข้อเสนอแนะ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อการรักษาคุณภาพและความสดใหม่ของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร การคัดเลือกวัตถุดิบและการเก็บรักษา เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของอาหารนอกจากนี้ การจัดบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่นยังเป็นทางเลือกในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นสำหรับลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีปริมาณลูกค้าหนาแน่นในช่วงหลัง 19.00 และช่วงเสาร์-อาทิตย์ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องรออาหารที่ตนเองสั่งนาน และช่วยให้มีการนำวัตถุดิบที่สดใหม่มาใช้ในการประกอบอาหารอยู่เสมออีกด้วย

**ปัจจัยด้านราคา**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้า และราคาอาหารและเครื่องดื่มของร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องไม่แตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆมากเกินไป หากต้องการปรับราคาขึ้นจากเดิมก็ควรทำอย่างสมเหตุสมผล ไม่ให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกเอาเปรียบ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อการกำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน เพื่อให้ลูกค้าจดจำเวลาเปิด-ปิดที่ถูกต้องและสะดวกในการนัดหมายและการใช้บริการเป็นกลุ่ม รวมทั้งควรมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้อย่างเพียงพออีกด้วย และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ และหลังเวลา 19.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความพึงพอใจ โดยการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น มีการลดราคาค่าอาหารในช่วงเวลาที่มีลูกค้าไม่หนาแน่น การจัดโปรโมชั่นดังกล่าวจะเป็นการดึงดูดลูกค้าให้หันมาเลือกใช้บริการดังกล่าว และเพื่อลดความหนาแน่นของลูกค้าในช่วงเวลาช่วงเวลาหลัง 19.00 น. และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ นอกจากนี้อาจจะจัดโปรโมชั่นลดราคาค่าอาหารเมื่อมีการใช้บริการในจำนวนที่สูง หรือมีการนำคูปองมาแลกของเครื่องดื่มชาญี่ปุ่น

**ปัจจัยด้านบุคคล**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกบุคคลากรที่รักงานบริการ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมารยาทในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมทั้งจ้างพนักงานPart-Time เพิ่ม ในช่วงเวลาที่มีปริมาณลูกค้าหนาแน่นในช่วงหลัง 19.00 และช่วงเสาร์-อาทิตย์

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อความสะอาดของทั้งสถานที่และเครื่องใช้ภายในร้านเนื่องจากแสดงถึงสุขอนามัยที่ดี และทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการ เนื่องจากลูกค้ามักมาใช้เวลาในบางวันและเวลาในปริมาณมาก ร้านอาหารญี่ปุ่นจึงควรมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจัดที่จอดรถให้ลูกค้า นอกจากนี้ยังควรร่วมมือกับร้านค้าหรือสถานที่ในบริเวณใกล้เคียงในการใช้ที่จอดรถเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการหาที่จอดรถ

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ร้านอาหารญี่ปุ่นต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว โดยทางร้านอาจจัดให้มีขั้นตอน หรือกระบวนการในการให้บริการ ที่มีระเบียบ เริ่มตั้งแต่พนักงานให้การต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การรับรายการอาหารจากลูกค้า การส่งอาหารตามรายการที่ลูกค้าสั่งอย่างครบถ้วน การดูแลลูกค้าระหว่างรับประทานอาหาร และการจัดเก็บค่าบริการจากลูกค้า นอกจากนี้อาจมีการจัดฝึกอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับส่วนผสมอาหารญี่ปุ่นให้แก่พนักงาน เพื่อพนักงานจะได้อธิบายให้แก่ลูกค้าได้หากลูกค้าสอบถามถึงส่วนประผสมของอาหารชนิดนั้นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved