

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขต  
กรุงเทพมหานครในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ผู้เขียน

นางสาวสุพร สายจู

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยบริโภคอาหารญี่ปุ่น จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 18-20 ปี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น พบว่าร้านอาหารญี่ปุ่นที่บริโภคเป็นประจำได้แก่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI RESTAURANT) รู้จักร้านที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์ เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นรสชาติอาหารถูกปาก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดตนเอง อาหารญี่ปุ่นที่นิยมรับประทานเป็นประจำชาชิมิ (ปลาดิบ) ร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปรับประทานบ่อยที่สุด ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน วันที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น วันเสาร์ - อาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นบ่อยที่สุดช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.00 - 19.00 น. ผู้มีส่วนร่วมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือเพื่อน โอกาสที่นิยมไปรับประทานอาหารญี่ปุ่น ตั้งใจไปรับประทาน ค่าใช้จ่ายต่อการรับประทานอาหารญี่ปุ่นต่อคนประมาณมากกว่า 300 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของอาหาร คุณภาพของอาหาร การต้อนรับของพนักงาน ความสะอาดของแก้ว จาน ช้อน ส้อม มีสถานที่จอดรถได้สะดวก ระยะเวลาในการรอคอย แฉงราคาไว้อย่างชัดเจน การบริการจัดคิวรอที่มีความสะดวกสบาย มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์อาหารญี่ปุ่น ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในศูนย์การค้า และการบริการที่รวดเร็วในการรับรายการอาหาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Behavior of University Students in Bangkok Towards Consuming Japanese Food

**Author** Ms. Suporn Saijoo

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisor** Associate Professor Orachorn Maneesong

### **ABSTRACT**

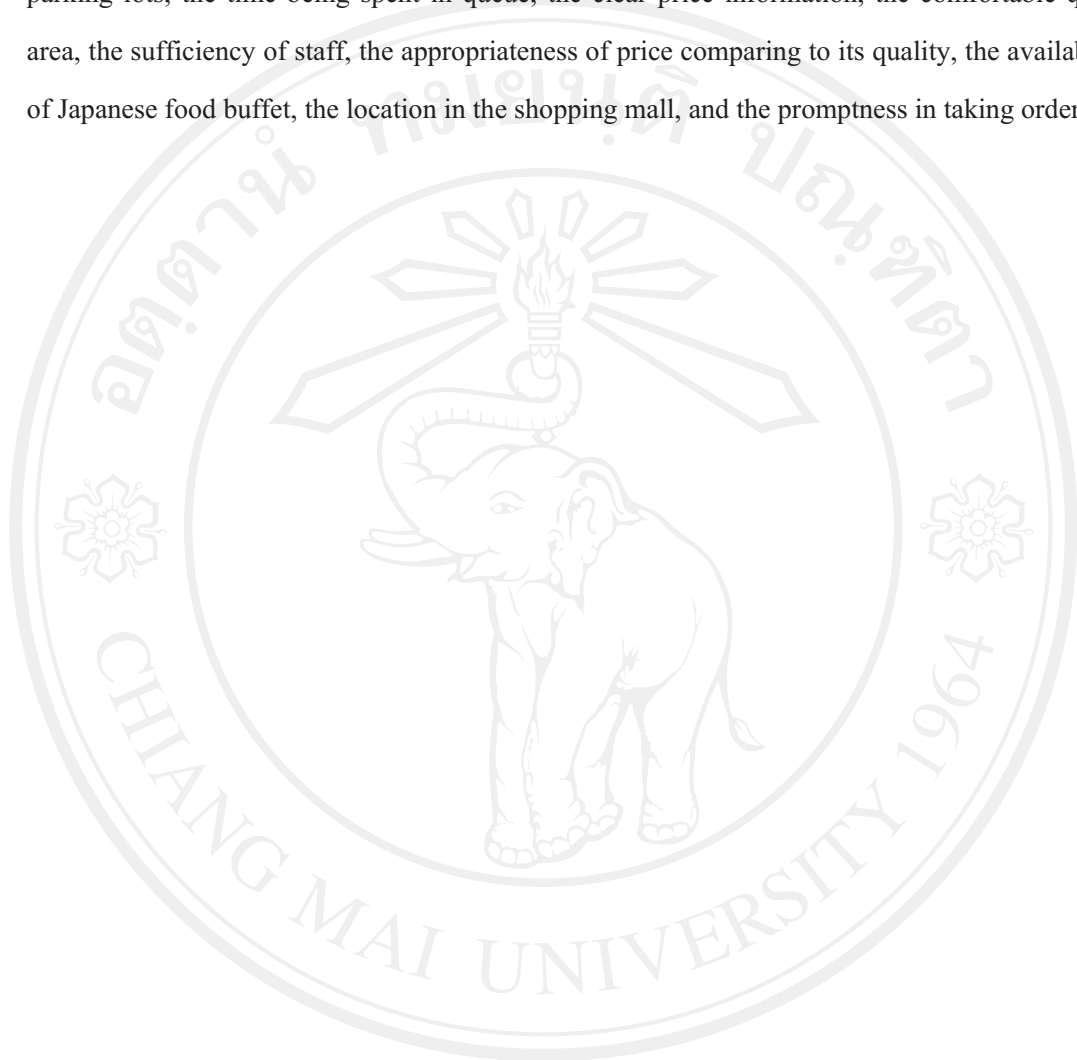
The objective of this independent study was to examine behavior of university students in Bangkok towards consuming Japanese food. Data is collected from 400 undergraduate students who used to consume Japanese food and the tool to collect data is specified to questionnaires. All derived data are, later, analyzed by descriptive statistics namely frequency, percentage, and means.

The findings showed that most respondents were 18-20 years old female undergraduate students in the third year whose monthly allowance was lower than 10,000 baht.

The result of study on consumer behavior towards coming Japanese food indicated that the Japanese restaurant where they regularly went to was FUJI RESTAURANT. They learned about this selective Japanese restaurant from television. Their significant reason in consuming Japanese food was mentioned to the taste of food. It was found that the person influencing their decision to consume Japanese food the most was the respondents themselves and the most favorite menu was sashimi (sushi). They preferred to go to the Japanese restaurant located in the shopping mall with the frequency of more than 2 times a month, especially on Saturday-Sunday in the evening during 16.00-19.00 hrs, mostly with friends. In each time of their visit to the Japanese restaurant, they had set their intention to consume Japanese food and each person usually paid more than 300 baht for food cost.

According to the study on service marketing mix factors, the results suggested that the respondents paid high concern on factors namely process, people, product, physical evidence, price, and place in orderly. They, however, paid fair concern on promotion factor.

Hereafter were respectively shown the top-ten concerns: the freshness of food, the food quality, the hospitality of staff, the cleanliness of glass, dish, spoon and fork, the convenient parking lots, the time being spent in queue, the clear price information, the comfortable queue area, the sufficiency of staff, the appropriateness of price comparing to its quality, the availability of Japanese food buffet, the location in the shopping mall, and the promptness in taking order.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved