สารบาญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบาญตาราง		ญ
สารบาญภาพ		ฑ
บทที่ 1	**บทนำ**	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	4
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีการศึกษา**	13
	ขอบเขตการศึกษา	13
	ขอบเขตเนื้อหา	13
	ขอบเขตประชากร	13
	ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	13
	วิธีการศึกษา	15
	ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	15
	เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	16
	การวิเคราะห์ข้อมูล	16
	ระยะเวลาในการศึกษา	17

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4	**ผลการศึกษา**	18
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
	ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น	21
	ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	26
	ส่วนท่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	60
บทที่ 5	**สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ**	61
	สรุปผลการศึกษา	61
	อภิปรายผล	71
	ข้อค้นพบ	75
	ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม		81
ภาคผนวก		
	แบบสอบถาม	84
ประวัติผู้เขียน		89

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 แสดงสถานที่ และขนาดตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูล 13
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 16
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 16
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา 17
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส 17
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ 18
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่น ในศูนย์การค้าที่เคยใช้บริการ 19
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารญี่ปุ่นใน ศูนย์การค้าที่ใช้บริการบ่อยที่สุด 20
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อเดือน 20
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการใช้บริการ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 21
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 21
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการขายที่นิยม ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 22
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่เข้าใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าต่อครั้ง 22
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ต่อคนต่อครั้งที่ท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 24
4.16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 25
4.17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 26
4.18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 27
4.19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 28
4.20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 29
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า 30
4.22 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำตัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร 31

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 32

4.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 33

4.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 34

4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 35

4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 36

4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 37

4.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 39

4.30 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ 40

4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด 41

4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด 43

4.33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด 44

4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด 46

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด	48
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด	49
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด	51
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด	53
4.39	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และข้อเสนอแนะ	54
5.1	สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	56
5.2	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก	58
5.3	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	59
5.4	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการใช้บริการร้านใดบ่อยที่สุด	61

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved