



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559

ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

กระทรวงอุตสาหกรรม

หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา

สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์ (Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

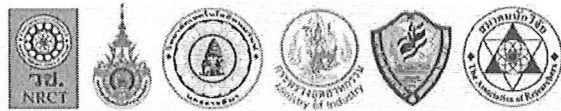
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

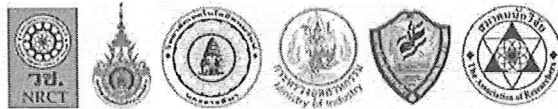
มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นัยดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิชาริ ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพโรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสธิต | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชร | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อำพลฟูดส์ โปรเซสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ล้อมมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

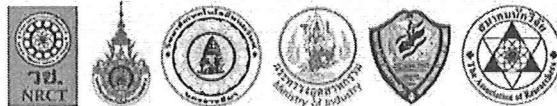
หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอขอความเห็นเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชัย ศรีรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Study of Factors Affecting Japanese Food Consumer Behavior in Hua-Hin,
PrachuabKhiri Khan

พัชรี สุขสาเกษ * ปริญญา หุ่นโพธิ์ **

Patcharee Suksakate ** Parinya Roonpho

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น ของกลุ่มผู้อาศัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากร และพฤติกรรมการรับประทานอาหารญี่ปุ่นและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มผู้อาศัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้อาศัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิจัยพบว่า 1.พฤติกรรมการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเมนู ซูชิ (ข้าวปั้นหน้าต่าง ๆ) มากที่สุดและเหตุผลหลักในการเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือการบริการของพนักงานในร้าน 2.กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยในด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในเกณฑ์ระดับมากทั้งสิ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค อาหารญี่ปุ่น¹

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Abstract

The main objectives of this research are to study factors affecting Japanese food consumer behavior in Hua-Hin district, PrachuabKhiri Khan Province dwellers. This research is a quantitative research. The sample group of this research was the 400 dwellers in Hua-Hin district, PrachuabKhiri Khan Province, the sampling method that used was the quota sampling, the research instrument was a questionnaire, and the data was analyzed by descriptive statistic including frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results shown that 1. The consumer behavior ate Japanese food in Hua-Hin district, PrachuabKhiri Khan Province dwellers, most of sample group ate different Shushi style. The main reason was the employee's service. 2. The dwellers in Hua-Hin district, PrachuabKhiri Khan Province give priorities to the marketing mix including product, price, place, process, people, physical evidence and Presentation and promotion in high- level.

Keyword: Consumer Behavior, Japanese foo



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

บทนำ

รสนิยมการรับประทานอาหารของคนไทยเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยแต่ก่อนคนไทยนิยมรับประทานอาหารในบ้าน ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่คนไทยหันมานิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้นเนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้านความต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ เพื่อผ่อนคลายความเครียดทั้งยังเน้นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเน้นอาหารเพื่อสุขภาพ (จิตรรัตน์ กำเงิน, 2554)

จากรสนิยมการรับประทานอาหารนอกบ้านคนไทยหันมารับประทานอาหารต่างชาติมากขึ้นเช่น สเต็ก สเปกเก็ตตี้ ซูชิ และซูชิต่าง ๆ เป็นต้น จากหลายชนชาติทั้งยังมีการผสมผสานรสชาติของอาหารต่างชาติให้ถูกปากคนไทยมากขึ้น ในปัจจุบันคนหันมาดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้นและยังเน้นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอาหารญี่ปุ่นก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะอาหารญี่ปุ่นเน้นการผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติอาหารจึงยังคงคุณค่าและรสชาติจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลต่อดีต่อร่างกาย (กรกพรรณ สุขฤทธิ์, 2557)

ปราณี จงสุจริตธรรม (2540) ได้กล่าวว่า "อาหารญี่ปุ่น เป็นอาหารพื้นเมืองของประเทศญี่ปุ่น ก่อนการสิ้นสุดการปิดประเทศหรือชะโกกุ เมื่อค.ศ. 1868 อาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารที่ใช้ส่วนผสมและวิธีการทำอาหารซึ่งรับมาจากต่างประเทศภายหลังการเปิดประเทศ แต่ชาวญี่ปุ่นก็ได้ประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง อาหารญี่ปุ่นนั้นมีชื่อเสียง

ด้านการเน้นอาหารตามฤดูกาล คุณภาพของวัตถุดิบ และการจัดวางที่สวยงาม" เนื่องจากอาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้เป็นที่นิยมเป็นวงกว้างทั้งต่างชาติและคนไทย ทั้งจากกลุ่มผู้ลงทุนรายใหญ่และผู้ค้ารายย่อย และยังมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 5 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา (CNN travel, 2558) จากการสำรวจของเจโทรครั้งล่าสุดพบว่า คนไทยนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับร้านอาหารนานาชาติ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550) ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยมีการแข่งขันสูงผู้ประกอบการจึงใช้กลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) เน้นที่การโฆษณาภาพลักษณ์ของร้านอาหาร การลดราคา การเน้นคุณภาพของอาหารที่สดใหม่และนำเข้าจากประเทศต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าและเน้นความสะอาดของอาหารญี่ปุ่นไว้มากที่สุดและมีการปรับเปลี่ยนเมนูเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ปัญหาเศรษฐกิจชะงัก และการแข่งขันที่รุนแรง ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในไทย และมีเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10-15 ต่อปี (นลินทิพย์ ภักดิ์ศรีกุลกำธร, 2558) ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับรสชาติอาหารให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย การเลือกทำเลให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลและข่าวสาร องค์การส่งเสริมร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ (Organization to Promote Japanese Restaurants Aboard หรือ JRO) ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาธุรกิจอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยการจัดกิจกรรมเพื่อแนะนำแนวทางต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ จาก



แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจอาหารญี่ปุ่นนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น การศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่จะเริ่มทำธุรกิจอาหารญี่ปุ่นนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวคิด



แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยในอดีต

การวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมแนวคิดทฤษฎีเอกสาร และวรรณกรรม รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นถูกนิยามโดยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญอยู่มากมาย และมีความหมายใกล้เคียงกันดังนี้

ภาวิณี กาญจนภา (2558) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า "พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก ประสบการณ์และพฤติกรรมหรือการกระทำที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว"

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk (1997) ก็ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน คือ "พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้" กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันออกไป



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ประกอบด้วย 7Ps

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler.

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถจับต้องได้และไม่ได้

2.ด้านราคา (Price) เป็นการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในรูปแบบของตัวเงิน

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการนำเสนอบรรยากาศของร้านสถานที่ตั้ง ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า

4.ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายโดยการนำเสนอข่าวสารหรือชักจูงผู้บริโภค

5.ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) เป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และมีความสำคัญกับธุรกิจที่บริการ สามารถสร้างข้อได้เปรียบกับคู่แข่งได้

6.ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพให้กับลูกค้า เช่น การบริการ การแต่งกาย เป็นต้น

7.ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและขั้นตอนการปฏิบัติในด้านบริการแก่ลูกค้า

โดยให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และเกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ข้อสรุปดังนี้

1.ด้านประชากร

ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจกับอาหารญี่ปุ่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน(ฐิติรัตน์ กำเงิน 2554,42)

2.ด้านส่วนประสมทางการตลาด

พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้บริโภคมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (เกียรติ พรหมดี และ พิพัฒน์ เขาทอง,2556) และได้สอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทั้ง 2 ด้าน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อาศัยใน อำเภอ หัว หิน จั ง ห วั ด ประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 39,787 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2559)

การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) โดยคำนวณจากสูตร ทาโร ยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 398.93 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน วิธีการสุ่มตัวอย่างในการ



วิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบโควตา และแจกแบบสอบถามแบบสะดวกจนครบจำนวนตามที่กำหนดไว้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้มีการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารญี่ปุ่น มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ น้อยที่สุด (1) ถึงมากที่สุด (5) จำนวน 20 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเพื่อวัดค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) แล้วเรียบร้อย โดยมีวิธีการคือ ผู้เชี่ยวชาญจะให้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ และถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นได้รับการยอมรับและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ แต่ถ้าค่าดัชนี

ความสอดคล้องที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.5 ลงมา ข้อคำถามนั้นต้องถูกตัดทิ้งไปหรือต้องถูกปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น (อรพนทร์ ชูชม, 2545) สำหรับแบบสอบถามงานวิจัยนี้ได้ค่าคะแนนมากกว่า 0.5 ทุกข้อ จากนั้นจึงนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การทดสอบ Cronbach Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.711 จึงถือว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach, L.J., 1951)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลของแบบสอบถาม และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) คำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่น โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตั้งแต่ น้อยที่สุด (1) ถึงมากที่สุด (5) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คะแนนค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ที่แบ่งเป็นช่วง ดังนี้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง
4.50 – 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง
3.50 – 4.49 หมายถึง สำคัญมาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง
2.50 – 3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง
1.50 – 2.49 หมายถึง สำคัญน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง
1.00 – 1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาและรวบรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 72.00 มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ร้อยละ 70.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัย ส่วน ประ สม ท าง การตลาด	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	0.58	มาก	5
2.ด้านราคา	4.32	0.64	มาก	6
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.52	0.48	มากที่สุด	2
4.ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.57	0.54	มากที่สุด	1
5.ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.47	0.56	มาก	4
6.ด้านกระบวนการ	4.52	0.54	มากที่สุด	3
7.ด้านส่งเสริมการตลาด	4.31	0.77	มาก	7
รวม	4.45	0.59	มาก	

ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกรบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean=4.45 , S.D.=0.59) และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบุคคลมีระดับความสำคัญมากที่สุด



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

(Mean=4.57, S.D.=0.54) ช่องทางการจัด
จำหน่ายมีระดับความสำคัญ
(Mean=4.52, S.D.=0.48) ด้านกระบวนการ
มีระดับความสำคัญมากที่สุด (Mean=4.52
, S.D.=0.54) ด้านการส่งเสริมและนำเสนอ
ลักษณะทางกายภาพมีระดับความสำคัญ
มาก (Mean=4.47, S.D.=0.56) ด้าน

ผลิตภัณฑ์มีระดับความสำคัญ (Mean=
4.433, S.D.=0.58) ด้านราคามีระดับ
ความสำคัญมาก (Mean=4.32, S.D.=0.64)
ด้านส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญ
มาก (Mean=4.31, S.D.=0.77) เรียง
ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.48	0.609	มาก	1
มีปริมาณอาหารเหมาะสม	4.45	0.685	มาก	2
รสชาติตามต้นตำรับญี่ปุ่น	4.37	0.717	มาก	3
รวม	4.43	0.58	มาก	

ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีระดับ
ความสำคัญมาก ด้านผลิตภัณฑ์
(Mean 4.43, S.D.=0.58) โดยปัจจัยที่มีระดับ
ความสำคัญมากที่สุดคือการใช้วัตถุดิบที่มี

คุณภาพ (Mean=4.48, S.D.=0.60) และ
ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือรสชาติ
ตามต้นตำรับ (Mean 4.37, S.D.=0.71)

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา

ด้านราคา	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.35	0.63	มาก	1
มีราคาถูกกว่าอาหารประเภทอื่น	4.29	0.84	มาก	2
รวม	4.32	0.64	มาก	

ด้านราคาโดยรวมมีระดับ
ความสำคัญมาก (Mean=4.32, S.D.=0.64)
คุณภาพมีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ
ราคาเหมาะสมกับ

(Mean=4.35, S.D.=0.63) ระดับ
ความสำคัญที่สุดคือราคาถูกกว่าอาหาร
ประเภทอื่น (Mean=4.29, S.D.=0.84)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
ความสะอาดของร้าน	4.59	0.55	มากที่สุด	1
ที่ตั้งร้านสามารถเดินทางสะดวก	4.47	0.60	มาก	3
ร้านสามารถพบเห็นได้ง่าย	4.52	0.57	มาก	2
รวม	4.52	0.48	มากที่สุด	

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด ระดับความสำคัญน้อยที่สุดคือร้านอาหาร สามารถพบเห็นได้ง่าย (Mean4.47,S.D.=0.60)

(Mean4.52,S.D.=0.48) ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือความสะอาดของร้าน (Mean4.59,S.D.=0.55) และปัจจัยที่มี

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
บริการอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง	4.52	0.59	มากที่สุด	3
ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ	4.61	0.58	มากที่สุด	1
บริการอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว	4.59	0.60	มากที่สุด	2
รวม	4.57	0.54	มากที่สุด	

ด้านบุคคล โดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด (Mean=4.57,S.D.0.54) ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ (Mean=4.61,S.D.=0.58) ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ พนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง (Mean=4.52,S.D.=0.59)

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
เมนูสไตล์ญี่ปุ่น	4.50	0.64	มากที่สุด	1
เครื่องใช้และอุปกรณ์รับประทาน	4.48	0.60	มาก	2
การตกแต่งของร้านมีความเป็นญี่ปุ่น	4.44	0.66	มาก	3
รวม	4.47	0.56	มาก	



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม มีระดับความสำคัญมาก (Mean=4.47, S.D.=0.56) ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะกายภาพที่
มีเมนูสไตส์ญี่ปุ่น (Mean=4.50, S.D.=0.64) ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ลักษณะกายภาพที่มีการตกแต่งของร้านมีความเป็นญี่ปุ่น (Mean=4.44, S.D.=0.66)

ด้านกระบวนการ	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
มีความรวดเร็วในการรับรายการอาหาร	4.55	0.60	มากที่สุด	1
การชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	4.51	0.57	มากที่สุด	3
ความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร	4.52	0.65	มากที่สุด	2
รวม	4.52	0.54	มากที่สุด	

ด้านกระบวนการโดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด (Mean=4.52, S.D.=0.54) ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ กระบวนการมีความรวดเร็วในการรับรายการอาหาร (Mean=4.55, S.D.=0.60) และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ กระบวนการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว (Mean=4.51, S.D.=0.57)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
 ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	S.D.	ความสำคัญ	ลำดับ
การให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต	4.31	0.77	มาก	3
มีโปรโมชั่นตามฤดูกาล	4.51	0.62	มากที่สุด	1
สมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ	4.45	0.69	มาก	2
รวม	4.31	0.77	มาก	

ด้านส่งเสริมการตลาด (โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean=4.31, S.D.=0.77) ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือการส่งเสริมการตลาดมีโปรโมชั่นตามฤดูกาล (Mean=4.51, S.D.=0.62) และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ การส่งเสริมการตลาดการให้ส่วนลดผ่านบัตรเครดิต (Mean=4.31, S.D.=0.77)

อภิปรายผล

ผู้อาศัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการอาหารญี่ปุ่นในเขตหัวหินพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อเดือน สถานที่ที่รับประทานคือ ร้านอาหารญี่ปุ่นเมนูที่นิยมรับประทานที่สุดคือ ซูชิ (ข้าว

หน้าต่าง ๆ) เหตุผลที่รับประทานเพราะถูกใจรสชาติอาหารค่าใช้จ่ายในการรับประทานแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 300 ถึง 500 บาท แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่มาจากโซเชียลมีเดีย และมีระดับความพึงพอใจในระดับพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กนกพรรณ สุขฤทธิ, 2557) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 1-3 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 301 ถึง 499 บาทต่อครั้ง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มผู้อาศัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กิริติ พรหมดี และพิพัฒน์ เขาทอง, 2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสม



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ทางการตลาดของผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น
กรณีศึกษา ร้านชากระซุชิ ในอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ในด้านปัจจัย
ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคมากที่สุดคือด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร

การศึกษาพบว่าด้านบุคคลเป็นด้านที่
ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่าด้านอื่น ๆ

6. ด้าน ลักษณะ กาย ภาพ

ผู้ประกอบการควรมีเมนูที่หลากหลาย ไม่
จำเจ มีการคิดเมนูใหม่ๆมาเพื่อเป็นการ
ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า

7. ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ

ควรมีการบริการอาหารที่รวดเร็วไม่ควรให้
ลูกค้ารอนานหรือเพิ่มนโยบายของร้านในการ
บริการอาหารที่รวดเร็วเพื่อสร้างความ
แตกต่างจากคู่แข่งได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลควรเก็บ

จากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากกว่าเดิมเช่น
ความแตกต่างของสถานที่ในการเก็บข้อมูล
เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความสมบูรณ์มาก
ขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนกล

ยุทธ์ที่ผู้ประกอบการควรใช้ ที่มีความสัมพันธ์
กับปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรมมารับประทาน
อาหารญี่ปุ่น อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรกพรพรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสม

การตลาดบริการและพฤติกรรม
การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ควรใช้วัตถุดิบที่มี

คุณภาพ สด สะอาด และถูกสุขลักษณะ จาก
การศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ
คุณภาพของวัตถุดิบ ที่เหมาะสมกับราคา

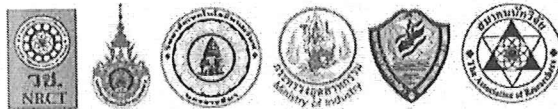
2. ด้านราคาผู้ประกอบการควร

คำนึงถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ
วัตถุดิบที่ใช้ และปริมาณของอาหาร จาก
การศึกษาพบว่าผู้บริโภคนิยมรับประทาน
อาหารโดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 300 ถึง
500 บาท

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรคำนึงถึง
ความสะอาดของร้าน เป็นเอกลักษณ์ของ
ร้านให้ที่มีสุขลักษณะที่ดี

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีโปรโมชั่น
ตามฤดูกาลจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้
ความสำคัญกับโปรโมชั่นของร้าน

5. ด้านพนักงานร้านอาหารควรมีพนักงานที่
สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสใส่ใจลูกค้าจาก



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ย่าน community Mall ของ

culture. พิมพ์ครั้งที่1. บริษัทดวง

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.

กลมสมัย จำกัด กรุงเทพฯ.

สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ

ภาวณิ กาญจนภา. (2558.21). พฤติกรรม

มหบัณฑิต.(การตลาด)

ผู้บริโภค consumer Behavior.

กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทร

กรุงเทพฯ. บริษัท

วิโรฒ.

สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

กิริติ พรมดี และ พิพัฒน์ เขาทอง. (2556).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การ

พฤติกรรมและปัจจัยส่วน

บริหารการตลาด. กรุงเทพฯ :

ประสมทางการตลาดของ

วิสิทธิ์พัฒนา. สถาบันยุทธศาสตร์

ผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น

การค้า (2550). ตลาดอาหาร

กรณีศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นใน

ญี่ปุ่น.สืบค้นเมื่อ 30มีนาคม พ.ศ.

อำเภอหัวหินจังหวัด

2559.

ประจวบศิริพันธ์. จุลนิพนธ์.คณะ

[http://utcc2.utcc.ac.th/tradestr](http://utcc2.utcc.ac.th/tradestrategies/article45.htm)

วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัย

ategies/article45.htm

ศิลปากร.

สำนักงานสถิติจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

ฐิตรัตน์ กำเงิน. (2554). ปัจจัยที่มี

(2559). สถิติประชากรปี 2559.

อิทธิพลต่อการใช้บริการ

สืบค้นเมื่อ18 เมษายน พ.ศ.2559.

ร้านอาหารญี่ปุ่นของนักศึกษา.

<http://pchkkan.nso.go.th.html>.

แบบฝึกหัดวิจัยปัญหาเศรษฐกิจ

อรพินท์ ชูชม. (2555). เอกสาร

ปัจจุบัน. คณะเศรษฐศาสตร์

ประกอบการสอนวิชาการสร้าง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

และพัฒนาเครื่องมือวัดทาง

นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกำธร. (2559). หนู

พฤติกรรม. กรุงเทพฯ :

ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในไทย.

สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์

สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน พ.ศ.2559.

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

<http://positioningmag.com/521>

CNN staff. (2015). Which destination

40.html.

has the world's best food?.

ปราณี จงสุจิตธรรม. (2540).

Accessed 20 April 2016.

Experiencing Japanese

.....



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

<http://edition.cnn.com/2015/06/14/travel/world-best-food-culinaryjournneys/index.html>

Toronto: Pearson Education

Canada.

Schiffman, L.G., and Kanuk, L. (1987).

Consumer behavior. New

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient

alpha and the internal

structure of tests.

Jersey: Prentice Hall.

Yamane, Taro. (1967). Statistics: An

Kotler, P., Armstrong, G.,

introductory analysis. New

Cunningham, P.H. (2005).

York: Harper & Row.

Principles of Marketing.