

ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว : กรณีศึกษา

ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

KEY SUCCESS FACTORS OF STANDALONE JAPANESE RESTAURANT :

A CASE STUDY OF MR. SUSHI RESTAURANT

CHALERMPRAKIET ROAD BRANCH

โดย

นายเฉลียว ชุ่มด้วง

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2556

การศึกษานิพนธ์

ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว :

กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

Key Success Factors of Standalone Japanese Restaurant :

A Case Study of Mr. Sushi Restaurant Chalermprakiet Road Branch

ชื่อนักศึกษา

นายเฉลียว ชุ่มด้วง

รหัสประจำตัว

544009

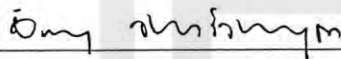
หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา

2555

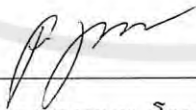
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ตรวจสอบและอนุมัติให้
การศึกษานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เมื่อวันที่
31 มีนาคม พ.ศ. 2556



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

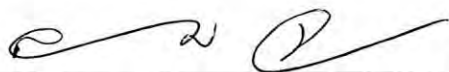
(รองศาสตราจารย์อิสยา จันทร์วิทยานุชิต)

คณะกรรมการสอบการศึกษานิพนธ์



กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร. พวงชมพู โจนส์)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ถิ่นทม จอนจบทรง)

การศึกษาอิสระ	ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว : กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ Key Success Factors of Standalone Japanese Restaurant : A Case Study of Mr. Sushi Restaurant Chalermprakiet Road Branch
ชื่อนักศึกษา	นายเฉลียว ชุ่มด้วง
รหัสประจำตัว	544009
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งเป็นความคิดเห็นของลูกค้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ข้อมูลที่ได้เป็นข้อสำคัญบอกถึงปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัย คือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา และใช้วิธีการแจกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ทั้งสิ้น 405 ตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์ใช้สถิตินอนพารามेटริก (Nonparametric Statistics) ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา เสนอในรูปแบบความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ไคสแควร์ (Chi-square) แมนวิทนี (Mann-Whitney Test) และครัสคัล-วอลลิส (Kruskal Wallis) ในการใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 -34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านราคา ในด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัยจะมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร

มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านบุคลากรหรือพนักงานมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านการให้บริการมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านบรรยากาศของร้านอาหาร สิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้านมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านสถานที่จอดรถยนต์ มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน

ดังนั้นปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ จึงควรมีอุปกรณ์และภาชนะบนอาหารที่มีความสะอาดถูกหลักอนามัยรสชาติของอาหารที่เป็นต้นตำหรับตามแบบญี่ปุ่น มีความหลากหลายของเมนูอาหาร พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ มีบุคลิกแลดูสะอาด มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความรวดเร็ว มีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านสถานที่ มีที่ดั่งที่โดดเด่นสะดุดตา การเดินทางมาใช้บริการได้สะดวกรวดเร็ว มีบรรยากาศแวดล้อมภายนอกที่สวยงามและบรรยากาศภายในที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ให้ความเป็นญี่ปุ่น อากาศเย็นสบายถ่ายเทได้สะดวก วัสดุมีความผ่อนคลาย มีสถานที่จอดรถยนต์ที่เพียงพอมีการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีมีความชัดเจน ไม่รู้สึกกังวลใจ ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะแบ่งแยก ชาย หญิง ผู้พิการ ไว้อย่างชัดเจน และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงานของทางร้าน

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สามารถสำเร็จล่วงหน้าตามวัตถุประสงค์ได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจนทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย รวมทั้งคณาจารย์และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน และช่วยประสานงานจนสำเร็จ ผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ กรรมการผู้จัดการ คุณสุริยัน ปะวะเสนะ และคณะผู้บริหาร บริษัท มิสเตอร์ ซูชิ จำกัด ที่กรุณาให้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการในภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขา ถนนเฉลิมพระเกียรติ รวมถึงผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้การศึกษาอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกทุกคนในครอบครัว ที่ได้ให้ทั้งความรัก ความห่วงใย ช่วยเหลือ สนับสนุน ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในครั้งนี้

เฉลียว ชุ่มด้วง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญแผนภูมิ.....	(9)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี 7S ของ McKinsey (McKinsey 7S Framework).....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ (Strategy Analysis).....	7
2.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)	10
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	21
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	21
3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การทดสอบเครื่องมือ.....	25
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	26
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	26
3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย.....	27
4. ผลการศึกษา	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	28
4.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามปัจจัยด้านต่าง ๆ.....	38
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน.....	43
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	64
5.2 อภิปรายผล.....	69
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา.....	73
5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	80
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	80
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก	
ผนวก ก. แบบสอบถาม.....	85
ผนวก ข. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นและธุรกิจอาหารญี่ปุ่น.....	90
ประวัติผู้เขียน	98

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Gantt Chart).....	27
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านเพศของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	28
4.2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านอายุของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	29
4.3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	29
4.4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	30
4.5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	30
4.6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ.....	31
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านราคา.....	32
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย ด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย.....	32
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านรสชาติ และความหลากหลายของเมนูอาหาร.....	33
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านบุคลากร หรือพนักงาน.....	34
4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ.....	34
4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านทำเล และสถานที่ตั้ง.....	35
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านบรรยากาศ ของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน.....	36
4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านสถานที่ จอดรถยนต์.....	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก.....	37
4.16 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านราคา.....	38
4.17 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย.....	39
4.18 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร.....	39
4.19 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน.....	40
4.20 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านการให้บริการ.....	40
4.21 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง.....	41
4.22 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านสิ่งแวดล้อมภายใน และภายนอกร้าน.....	41
4.23 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์	42
4.24 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	42
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศกับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	44
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุกับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	47
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษากับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	50
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	53
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้รวมเฉลี่ย กับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภท สแตนด็อลด์ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ.....	59
5.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน.....	66

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	15



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
5.1 ห่วงโซ่แห่งคุณค่า Value Chain	76



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยสภาพเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น ทำให้ประชากรในประเทศต่างต้องปรับตัวตามการขยายตัวของสถานะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน มีวิถีในการดำเนินชีวิตประจำวันที่รีบเร่ง ทำให้กิจกรรมในการประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองนั้นน้อยลงเปลี่ยนแปลงมีความต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ดังนั้นการผ่อนคลายจากการทำงาน การได้พักผ่อนกับครอบครัว รวมไปถึงจนถึงสมาชิกกลุ่มเพื่อน การพบปะสังสรรค์เป็นที่ต้องการของคนส่วนใหญ่ ร้านอาหารจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ใช้เป็นแหล่งพบปะสังสรรค์พร้อมกับการพักผ่อนไปในตัว ทำให้ร้านอาหารในปัจจุบันมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวิถีชีวิตประจำวันของคนเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดให้บริการในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 660 แห่ง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และชลบุรี ซึ่งจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นมากเป็นอันดับ 5 ของโลก เป็นรองเพียงสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้และไต้หวันเท่านั้น ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นแยกเป็นร้านในห้างสรรพสินค้าร้อยละ 50 ร้านเดี่ยวหรือสแตนค้อโลนร้อยละ 40 และร้านในโรงแรมร้อยละ 10 ส่วนใหญ่บริหารงานโดยคนไทยทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2550)

จากแนวโน้มร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยที่ยังมีอัตราการเติบโตที่ดีต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณ 15-20% ต่อปี ส่งผลให้ปัจจุบันร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 14,000 ล้านบาท มีทิศทางและแนวโน้มที่สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยต่างจังหวัดที่จะอิมพอร์ตแบรนด์หรือใช้กลยุทธ์ในการนำเข้าแบรนด์ร้านอาหารญี่ปุ่นชื่อดังเข้ามาเปิดให้บริการในประเทศไทย ขณะที่เจ้าของแบรนด์ร้านอาหารญี่ปุ่นเองก็เล็งที่จะเข้ามาขยายธุรกิจในต่างประเทศ เนื่องจากร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นเริ่มอิมตัวขยายตัวมากขึ้น (ข่าวเศรษฐกิจหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. 2555)

ในขณะที่ราคาอาหารที่เหมาะสมเป็นข้อที่คนพิจารณาเป็นลำดับรองลงมา (21%) เมื่อถามผู้บริโภคถึงอาหารจานโปรดที่พวกเขาชื่นชอบมากที่สุดเมื่อออกไปทานอาหารนอกบ้านผู้บริโภคชาวไทยกว่าครึ่ง (57%) เลือกที่จะทานอาหารไทยมากที่สุด ในขณะที่อาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมรองลงมาเป็นอันดับสอง (26%) สาเหตุที่ผู้บริโภคชาวไทยนิยมทานอาหารญี่ปุ่นรองลงมาจาก

อาหารของชาติคนนั้นเนื่องมาจากจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นที่เพิ่มมากขึ้นและการเจริญเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพในประเทศไทย อาหารญี่ปุ่นจึงเป็นอาหารที่ชาวไทยนิยมมากในปัจจุบัน และเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต อาหารญี่ปุ่นมีราคาที่ถูกลงและหาทานได้ง่ายขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ. 2552)

อาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทางด้านการรับประทานเพื่อบำรุงรักษาสุขภาพหรือเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและเป็นอาหารที่เน้นความสะดวกที่ได้มาจากการแช่แข็งและทราบได้จากคำบอกเล่าทั่วไปในด้านหนึ่งว่าชาวญี่ปุ่นมีอายุโดยเฉลี่ยที่ยืนยาว นั่นก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่นและมากขึ้นเช่นกัน

ตลาดอาหารญี่ปุ่นปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงและอาหารญี่ปุ่นเป็นที่นิยมกันมากในกลุ่มผู้บริโภคทั้งในกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคที่มีชื่นชอบในอาหารญี่ปุ่น กลุ่มผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบเป็นรสนิยม ในสภาวะการแข่งขันที่สูงในตลาดอาหารญี่ปุ่นจึงเป็นทางเลือกที่ลูกค้าเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการตามแต่ละร้านที่ตนชื่นชอบและมีเอกลักษณ์ทั้งรสชาติความอร่อย ความสะดวก การดูแลเอาใจใส่ให้บริการ บรรยากาศภายในร้าน ราคาของอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้วย

ปัจจุบันร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดให้บริการในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการขยายกิจการไปที่ห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นศูนย์กลางสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมือง เป็นการมุ่งเน้นไปถึงกลุ่มคนที่มีกิจกรรมมากกว่าหนึ่งอย่าง เช่น การซื้อของใช้ส่วนตัวต่าง ๆ การดูหนัง เดินเที่ยว เป็นต้น แต่ในอีกหลาย ๆ กลุ่มก็มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มที่มุ่งตรงไปที่ร้านอาหารเพื่อการมารับประทานอาหารเพียงอย่างเดียว เช่น กลุ่มกิจกรรมประชุมและสัมมนา หรือองค์กร เป็นต้น

ความหลากหลายในรูปแบบของร้านอาหารสไตร์ญี่ปุ่น ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการในรูปแบบที่ตนเองต้องการ เวลา สถานที่ และความสะดวกสบาย เมื่อห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าขนาดใหญ่เป็นทางเลือกที่ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการที่จะเลือกจึงทำให้เกิดการเดินทางด้วยพาหนะ คือ รถยนต์ ยังผลให้เกิดการจราจรที่ติดขัดในช่วงโมงเร่งด่วน เวลาการพบปะสังสรรค์ของคนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร กล่าวได้ว่าเป็นเวลาที่พร้อมเพรียงกันกับการพบปะสังสรรค์ซึ่งกลายเป็นปัญหาใหญ่ของคนเมืองหลวงในปัจจุบันที่ต้องแข่งขันกับเวลาที่มีอย่างจำกัดของตนเอง รวมทั้งการให้บริการและการอำนวยความสะดวกของร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้านั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งจะสามารถเห็นได้จากปริมาณของลูกค้าที่ยืนเข้าคิวเพื่อรอใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งมีมากกว่าร้านอาหารอื่น ๆ

ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ จะสามารถเป็นทางเลือกของการพบปะสังสรรค์สำหรับคนเมืองหลวงเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรที่ติดขัดและปัญหาอื่น ๆ ดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น จึงเป็นข้อสำคัญในการพิจารณาสำหรับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดียว เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้าที่ชื่นชอบกับการรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นประจำ หรือมีการพบปะสังสรรค์กันบ่อยครั้งในรอบสัปดาห์

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสภาพทางการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นมีเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ประสบปัญหายอดขายของสาขาที่ต่ำกว่าความคาดหมายไว้ จึงมีความจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่จะช่วยให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลถึงความสำเร็จเพราะเป็นแนวทางที่จะช่วยทำให้เพิ่มประสิทธิภาพทางการขายของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ให้มียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นและสามารถได้ตรงตามเป้าหมายของการขาย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านราคา ความสดและความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหารและความหลากหลาย บุคลากรหรือพนักงาน การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ ทำเลและสถานที่ตั้ง บรรยากาศภายในร้านและนอกร้าน สถานที่จอดรถยนต์ และปัจจัยอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ รวมทั้งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจอยู่ในปัจจุบันและผู้ที่จะลงทุนในอนาคต สามารถที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนารูปแบบของร้านและบริการให้สอดคล้องกับผู้มาใช้บริการ ตลอดจนถึงการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจได้อย่างถูกต้องแม่นยำและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ มาตรฐานคุณภาพอาหารให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและรองรับการแข่งขันได้ในทุกรูปแบบ และสร้างความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการด้านนี้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดียวกรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ
2. ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านราคา ความสดและความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหารและความหลากหลาย บุคลากรหรือพนักงาน การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ ทำเลและสถานที่ตั้ง บรรยากาศภายในร้านและนอกร้าน สถานที่จอดรถยนต์ และปัจจัยอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น" ทำการศึกษาเฉพาะผู้มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ร้านมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม พ.ศ. 2556

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ที่มาใช้บริการหรือลูกค้าของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาจากผู้ที่มาใช้บริการภายในภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 288 ถนนเฉลิมพระเกียรติ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมักอาจเป็นคนในเขตพื้นที่โดยตรง เขตพื้นที่ใกล้เคียง อาจจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางสัญจรผ่าน โดยศึกษาถึงพฤติกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เดือนธันวาคม 2555 ถึง เดือนมีนาคม 2556

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จที่สำคัญและสามารถเพิ่มยอดขายของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาเฉลิมพระเกียรติ
2. การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ของอุตสาหกรรมภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงปัจจัยเกี่ยวข้องที่มีผลต่อความสำเร็จในกิจการร้านอาหารญี่ปุ่น

3. ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาสินค้าและบริการ การพัฒนาและปรับปรุงกิจการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ จะทำให้เป็นทางเลือกในการที่จะมาใช้บริการมากขึ้น และการให้บริการที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น

1.6 คำนิยามศัพท์

ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors) หมายถึง สิ่งที่มีส่วนผลักดันให้การดำเนินกิจการของร้านอาหารญี่ปุ่นประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย หรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จที่กลุ่มกิจกรรมได้ตกลงร่วมกัน เช่น ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยด้านความสดและความสะอาด ปัจจัยด้านรสชาติของอาหารและความหลากหลายของอาหาร ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในร้านและนอกร้าน ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ และอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการหรือลูกค้า หรือปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการ เป็นต้น

ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น (Restaurant) หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการจำหน่ายอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาเฉลิมพระเกียรติ กรุงเทพมหานคร

สาขาเดี่ยว (Standalone) หมายถึง ร้านอาหารประเภทสาขาเดี่ยวที่มีที่ตั้งอยู่บนพื้นที่จัดสรรขึ้นหรืออาคารปลูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการ หรือภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

อาหารญี่ปุ่น (Japanese Foods) หมายถึง อาหารประจำชาติญี่ปุ่นที่จำหน่ายในร้านอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ ซึ่งประกอบไปด้วยอาหารหลากหลายรูปแบบ เช่น อาหารซุค อาหารทอด ซาซิมิ ข้าวปั้น ราเมน เป็นต้น

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวเพื่อใช้เป็นกรอบความคิดและแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ โดยจำแนกสาระสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎี 7S ของ McKinsey (McKinsey 7S Framework)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ (Strategy Analysis)
- 2.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)
- 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี 7S ของ McKinsey (McKinsey 7S Framework)

Robert Waterman, Tom Peters และ Julien Philips (1980) ได้นำเสนอแนวคิดในการวัดประสิทธิภาพของการดำเนินการขององค์กร โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ 7 ประการ ชื่อว่า McKinsey 7-S Framework ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง โครงสร้างที่ได้ตั้งขึ้นตามกระบวนการหรือหน้าที่ของงาน โดยมีการรับบุคลากรให้เข้ามาทำงานร่วมกันในฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้
2. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวทางที่จะช่วยให้องค์กร กำหนดและพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นมาได้และเป็นแนวทางที่บุคคลภายในขององค์กรรู้ว่าจะใช้ความพยายามไปในทิศทางใดจึงจะประสบความสำเร็จ
3. ระบบ (System) หมายถึง การจัดระบบการทำงานที่เหมาะสม จะช่วยในการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ประสบความสำเร็จ
4. รูปแบบ (Style) หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร
5. พนักงาน (Staff) หมายถึง การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ในการกำหนดคุณลักษณะ การคัดเลือกและการจัดวางบุคลากรที่เหมาะสม ช่วยผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินการไปตามทิศทางและกลยุทธ์ที่กำหนดเอาไว้ได้

6. ทักษะ (Skill) หมายถึง ทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก คือ ทักษะด้านงานอาชีพ (Occupational Skills) เป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้ ตามหน้าที่ และลักษณะงานที่รับผิดชอบ บนพื้นฐานการศึกษาหรือได้รับการอบรมเพิ่มเติม และทักษะ ความถนัด หรือความชาญฉลาดพิเศษ (Aptitudes and Special Talents) ซึ่งเป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานนั้น ๆ โดดเด่นกว่าคนอื่น ส่งผลให้มีผลงานที่ดีกว่า และเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้รวดเร็ว ซึ่งองค์การคงต้องมุ่งเน้นในทั้ง 2 ความสามารถไปควบคู่กัน (อำนาจ วจิตินดา. 2550)

7. ค่านิยมร่วม (Shared Value) หมายถึง ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิกขององค์การที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร และวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในองค์การ หรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมองค์การ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ (Strategy Analysis)

2.2.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

Michael E. Porter (1985) ได้เสนอแนะแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถลดต้นทุนให้แก่องค์กรเพื่อใช้กลยุทธ์ในการเป็นผู้นำด้านราคา (Cost Leadership) หรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ (Differentiation) โดยจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเหล่านี้เพื่อศึกษาถึงการได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละองค์กร

แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท

กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

Inbound Logistics (การขนส่ง) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบ

Operations (การปฏิบัติการ) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต

Outbound Logistics (การขนส่งขาออก) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า

Marketing and Sales (การตลาดและการขาย) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ

Customer Services (การบริการ) กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย

ส่วนกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

Procurement (การจัดการทรัพยากร) กิจกรรมในการ จัดซื้อ-จัดหา Input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก

Technology Development (การพัฒนาเทคโนโลยี) กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

Human Resource Management (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหา และคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงาน

Firm Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

ซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย และจะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และการควบคุม โดยจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุก ๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของธุรกิจหรือองค์กรเป็นอย่างดี

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อพิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.2 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

เป็นการประเมินโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) จากสิ่งแวดล้อมภายนอกของบริษัท ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ประชากรศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ

2.2.3 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis)

เป็นการประเมินจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) จากสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท ได้แก่ โครงสร้างขององค์กรและการจัดการนโยบายและกลยุทธ์ของหน้าที่ธุรกิจต่าง ๆ ฯลฯ

2.2.4 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสิ่งแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กรหรือหมายถึงวิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร (Organizational Strengths : S) จุดอ่อนขององค์กร (Organizational Weaknesses : W) โอกาสจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental Opportunities : O) การวิเคราะห์ SWOT มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) จุดแข็งหมายถึงการดำเนินงานภายในที่บริษัทสามารถกระทำได้ดี บริษัทจะต้องวิเคราะห์การดำเนินงานภายใน เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด และการวิจัยและพัฒนา เพื่อการพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในเหล่านี้เป็นระยะ บริษัทที่บรรลุความสำเร็จจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งจากการดำเนินงานภายในเหล่านี้อยู่เสมอ

จุดอ่อน (Weaknesses) จุดอ่อนจะหมายถึงการดำเนินงานภายในที่บริษัทไม่สามารถกระทำได้ดี การดำเนินงานภายในเหล่านี้ เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต และการวิจัยและพัฒนาจะเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของบริษัท บริษัทจะต้องกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทที่สามารถหลบเลี่ยง หรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น

โอกาส (Opportunities) โอกาสจะหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมืองเทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะ เพื่อการแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ การพัฒนาของคอมพิวเตอร์และไบโอเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติของพนักงาน และการแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้นจะเป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจจะทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ที่อาจจะทำให้ผลิตภัณฑ์บริการ และกลยุทธ์ของบริษัทต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

อุปสรรค (Threats) อุปสรรคจะหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินงานของบริษัท สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน เป็นต้น ความไม่สงบภายในตะวันออกกลาง ความเข้มแข็งของกลุ่มแข่งขันอัตราดอกเบี้ยและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ล้วนแต่เป็นการคุกคามจากสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งสิ้น

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟในสถานศึกษา กรณีศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษา สระบุรี ได้มีการนำหลักการของการวิเคราะห์สถานการณ์ทางกลยุทธ์ โดยใช้เครื่องมือ SWOT วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อพิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของโครงการ

2.3 ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factor)

คือปัจจัยที่ผู้ประกอบการในทุกธุรกิจจะต้องค้นหาให้จงได้ เพราะเป็นปัจจัยที่จะสร้างธุรกิจให้เหนือคู่แข่ง ปัจจัยที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ปัจจัยที่ธุรกิจจะทำกำไรได้ในระยะยาว และเป็นปัจจัยที่จะสร้าง Competitive Edge ซึ่งในแต่ละธุรกิจนั้นมี Key Success Factor ที่แตกต่างกัน

2.3.1 ปัจจัยทางด้านราคา (Price)

หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ราคาจะต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ได้รับไว้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น (ปณิศา ลัญชานนท์. 2538)

ซึ่งจะมีการจัดประเภทวิธีการตั้งราคาโดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

- 1) ต้นทุน ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการกำหนดราคาทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน
- 2) ราคาของกลุ่มแข่งขัน และราคาขายสินค้าทดแทน ทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน
- 3) การประเมินลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใช้เป็นเพดานของการกำหนดราคา ทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์

2.3.2 ปัจจัยด้านความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)

ด้านวัตถุดิบ สำหรับอาหารญี่ปุ่นวัตถุดิบเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะอาหารญี่ปุ่นนั้นจุดเด่นและจุดขายหลักหรือเรียกได้ว่า "หัวใจของอาหารญี่ปุ่น" ก็คือวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ถ้าเป็นพลาสติกก็ต้องสด ๆ มองตาหรือสบตาได้และดินให้เห็นแบบเป็น ๆ รวมถึง

ผักสดต่าง ๆ ด้วย ตัววัตถุดิบนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้รสชาติอาหารดีหรือไม่ดี ถึงแม้พ่อครัวผู้ประกอบอาหาร (Chef) จะทำอาหารได้เก่งแค่ไหนก็ตาม แต่ถ้าวัตถุดิบปราศจากความสดใหม่ หรือไม่มีคุณภาพแล้ว โอกาสทำอาหารออกมาได้ดีจนเป็นที่น่าพอใจก็ค่อนข้างยากพอสมควร เราต้องไม่ถูกลูกค้าโดยการเลือกวัตถุดิบที่ขาดความสด หรือขาดคุณภาพมาทำอาหารให้กับลูกค้าเป็นอันขาด ต้องคัดสรรคุณภาพวัตถุดิบ เปรียบเสมือนว่า เราทำเพื่อให้ครอบครัวของเราทานเอง จงอย่าเอาเปรียบลูกค้าเด็ดขาดถึงแม้ว่าลูกค้าจะ ไม่มีร้านอาหารในละแวกนั้นให้เลือกร้านก็ตาม เพราะถ้าวันใดก็ตามที่ทางลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ร้านของเราคงถูกตัดทิ้งเป็นอันดับต้น ๆ แน่แน่นอน

ด้านความสะอาดถูกหลักอนามัย ความสดและความสะอาดในที่นี้นอกจากเรื่องของอาหารที่มีความสดสะอาดแล้ว ภาชนะ และสิ่งแวดล้อมภายในร้านต้องสะอาดและคู่มือด้วย โต๊ะอาหาร เมนูอาหาร อุปกรณ์เครื่องมีอบน โต๊ะต้องทำความสะอาดทุกครั้งที่ถูกลูกค้าคนเก่าทานเสร็จและชำระเงินแล้ว เพื่อรอรับลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการ เรื่องสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ และอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกก็เช่นกัน ความสะอาดจะต้องสัมผัสได้ด้วยลูกค้าจริง ๆ ทั้ง รูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส ความสะอาดนั้นไม่ใช่เป็นความสะอาดแค่อาหารสะอาดตาแต่ภาชนะที่ใส่อาหารล้างไม่สะอาด เช่น สถานที่มีใยแมงมุมอยู่บนเพดาน หรือแมลงวันบินเล่นรอบร้าน แมลงสาบและหนูวิ่งตามพื้น จะทำให้อาหารสุกอร่อยน้อยลงได้ เพราะบรรยากาศไม่เป็นใจ

2.3.3 ปัจจัยด้านสินค้าที่หลากหลายและรสชาติของอาหาร (Products Differentiations)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) สินค้าคือสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลិតภัณฑ์ อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) เป็นการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งการสร้างการแตกต่างทางการแข่งขันสามารถทำได้หลายวิธีการต่าง ๆ คือ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ความแตกต่างด้านบริการ (Services Differentiation) ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personnel Differentiation) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

การพัฒนาเมนูอาหาร ทีมพัฒนาหรือทีม R&D จะต้องมีการครีเอทหรือสร้างสรรค์เมนูใหม่ที่ไม่ใช่เมนูดั้งเดิมที่มีขายในประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งการปรับปรุงเมนูให้มีรสชาติที่เข้ากันได้กับคนไทยทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรับมือและอยากทดลองทาน การมีเมนูหลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมคนไทยที่ชื่นชอบทานข้าวและการมีกับข้าวหลายจานในเวลาเดียวกันบนโต๊ะอาหาร

2.3.4 ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)

บุคคลถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือกการฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา อีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการคือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการซึ่งเป็นบุคลากรของบริษัทปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการให้บริการของบุคลากรที่เป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความพึงพอใจหรือทำให้เกิดการยอมรับการบริการจากลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546)

บุคคล หมายถึง บุคคลทุกคนที่เป็นส่วนหนึ่งของการบริการ และมีส่วนในการชักจูงใจ การรับรู้ของผู้ซื้อ ซึ่งได้แก่ พนักงานทุกคนทุกระดับในบริษัท ผู้ให้บริการ

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมของการบริการที่น่าเสนอ ที่ผู้ซื้อ ลูกค้า และผู้บริการสามารถจับต้องได้ อำนวยความสะดวกได้ หรือช่วยในการติดต่อสื่อสาร เช่น แผ่นพับ ใบปลิว หัวจดหมาย นามบัตร อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น

กระบวนการ หมายถึง กระบวนการทำงาน เครื่องจักรกลไก และกิจกรรมดำเนินงานบริการ รวมไปถึงระบบปฏิบัติการ

2.3.5 ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)

หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตบริการอาจผูกติดหรือไม่ผูกติดก็ได้ (เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโคไรนา. 2547)

การบริการ คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทาง และวิธีการพูดจา ซึ่งสามารถแบ่งได้ เป็น 2 ชนิด คือ

1. เทคนิคการบริการ เป็นปฏิบัติการตามขั้นตอนและเทคนิคของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการ เช่น ชักประวัติ เพื่อรู้อาการผิดปกติ วิธีการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ วิธีการส่งมอบยา ฯลฯ

2. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออก ด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดีย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่ สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่ สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติ มีหางเสียง

การบริการที่ดีเลิศเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือแบรนด์ เป็นโอกาสที่จะสร้างมาตรฐานให้ได้เปรียบคู่แข่งขั้นที่มีอยู่ในตลาด เพราะในรูปแบบและระดับสินค้าอาหารญี่ปุ่นนั้นความแตกต่างจะมีไม่มาก แต่การบริการที่ดีเลิศ (Service Mind) จะเป็นการสร้างความโดดเด่นให้เหนือคู่แข่งได้ มีความหมายดังนี้ (www.cdd.go.th)

S	=	Smile	ต้องมีรอยยิ้ม
E	=	Enthusiasm	ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า
R	=	Responsiveness	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า
V	=	Value	ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า
I	=	Impression	บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน
E	=	Endurance	ความอดทนการเก็บอารมณ์
M	=	Make Believe	มีความเชื่อ
I	=	Insist	การยอมรับ
N	=	Necessitate	การให้ความสำคัญ
D	=	Devote	การอุทิศตน

2.3.6 ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)

หมายถึง แหล่งที่จะทำให้อุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไร ค่าใช้จ่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสัมพันธ์กับพนักงานและสภาพแวดล้อมภายนอกอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประสงค์จะประกอบกิจกรรมนั้น (กิ่งพร ทองใบ, 2541)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการในการทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมายเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้โดยง่าย สะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้ต้องมีการสรรหา และเชื่อมสัมพันธ์กับผู้อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สามารถกระจายสินค้าและบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั่วถึงไปสู่ตลาดเป้าหมาย (สุรังสี เกตุวิจิตร, 2546)

หลักการเลือกทำเลสำหรับร้านอาหารและร้านบริการนั้น นอกจากจะต้องเป็นจุดที่เป็นที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน ที่สำคัญจะต้องมีที่สำหรับจอดรถและเป็นแหล่งที่ผู้คนพลุกพล่านด้วย ร้านค้าปลีกก็จำเป็นจะต้องเลือกทำเลตามกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น ร้านเครื่องเขียนก็ควรจะอยู่ใกล้โรงเรียน ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นก็ควรจะอยู่ในศูนย์การค้า ร้านอาหารตามสังครที่ตั้งอยู่ในแหล่งหอพัก ร้านกาแฟอยู่ในแหล่งนัดหมาย เป็นต้น

กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งในการเลือกทำเลสำหรับทำร้านค้าปลีกก็คือ ควรจะตั้งร้านให้อยู่ในแหล่งที่มีจุดดึงดูด ยกตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ฯลฯ ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะเป็นตัวดึงดูดลูกค้าได้ดี การเลือกที่ตั้งร้านอยู่ใกล้ ๆ ลูกค้าที่มาใช้บริการสถานที่เหล่านั้นก็อาจจะมาใช้บริการร้านของเราที่ตั้งด้วย แต่ทั้งนี้ควรมีข้อควรระวังอีกอย่างหนึ่งก็คืออย่าตั้งร้านใกล้ร้านคู่แข่งที่ขายสินค้าและบริการแบบเดียวกับเค็ดขาด เพราะมีความเสี่ยงที่ว่าลูกค้าจะไปใช้บริการร้านดังกล่าวเพราะชื่อเสียงที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วมากกว่าร้านเปิดใหม่

2.3.7 ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)

หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่อยู่โดยรอบภายในร้านและภายนอกร้าน ที่แสดงออกได้ถึงลักษณะเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงบรรยากาศของร้านอาหารสตรีญี่ปุ่น เป็นสภาพแวดล้อมที่สะท้อนให้ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการสามารถสัมผัสได้ถึงอารมณ์ที่เสมือนว่าอยู่ในสถานที่จริง ความรู้สึกได้ในการเข้าถึงรสชาติได้รสนิยมญี่ปุ่น จะเป็นจุดดึงดูดความสนใจสำหรับลูกค้าที่มีรสนิยมด้วยการตกแต่งโดยการสมมุติบรรยากาศภายในร้านและนอกร้านให้สวยงาม เช่น ต้นไม้สถานที่สำคัญ การแต่งกายของพนักงาน เสียงดนตรี เครื่องมือ และวัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546) ลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งที่มีตัวตนที่มองเห็นได้ (Physical Evidence) เพราะคนไทยมีความรู้สึกว่าการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นตัวช่วยสะท้อนถึงการเป็นคนที่มีรสนิยม และบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมของผู้ใช้บริการ

2.3.8 ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงทางด้านโลจิสติกส์ การคมนาคมขนส่ง และปัจจัยอื่น ๆ รวมทั้งการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐบาลที่มีนโยบายคืนเงินให้กับผู้ที่ซื้อรถยนต์คันแรก ทำให้ผู้คนที่มีสภาพการเงินที่ค่อนข้างคล่องตัวต้องอยู่แล้วตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งทั้งที่มีความจำเป็นจริง ๆ เป็นแฟร์ชั่น และเพื่อเป็นสังคมที่นิยมเพื่อการยกย่องยอมรับหน้าถือตา อีกทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีความหลากหลายรูปแบบ ทั้งรูปลักษณะ ราคาที่แตกต่างกัน (ราคาแพง) ทำให้เจ้าของรถยนต์นั้นจะต้องเอาใจใส่กับรถของตนเป็นพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ

จึงเป็นข้อพิจารณาที่ร้านอาหารประเภทสาขาเดี่ยวจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับสถานที่จอดรถยนต์สำหรับลูกค้า เพราะกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นนั้น กล่าวได้ว่าต้องมีรถยนต์ในการเดินทางและลูกค้าจะคำนึงถึงสถานที่จอดรถเป็นอันดับต้น ๆ เพื่อความปลอดภัยของรถและทรัพย์สินอื่น ๆ

2.3.9 ปัจจัยถึงอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ (Convenience)

คือการดูแลเอาใจใส่ในสิ่งต่าง ๆ ต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์และสิ่งที่ดีกว่าที่ได้รับอย่างเต็มที่ เพื่อการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นสูงสุดต่อลูกค้า

1) ห้องน้ำสะอาดถูกหลักอนามัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ เพราะห้องน้ำกับร้านอาหารเป็นสิ่งคู่กัน และเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักให้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งอีกจุดหนึ่งสำหรับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการรองรับสำหรับ ผู้พิการ สตรีมีครรภ์ เป็นการแสดงออกได้ถึงการใช้ความสำคัญและการดูแลเอาใจใส่กับลูกค้า

2) อุปกรณ์และเครื่องมืออำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับเด็ก สตรีมีครรภ์ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ เช่น ถนนลาดเอียง (Ramp) เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการที่ใช้รถเข็นเป็นพาหนะ เป็นต้น

3) อุณหภูมิความสบายและอากาศที่ถ่ายเท เพราะเนื่องจากเมืองไทยภูมิประเทศเป็นเขตร้อนเป็นเมืองที่มีอุณหภูมิค่อนข้างร้อนจึงมีความจำเป็นต้องทำให้อุณหภูมิภายในร้านนั้นเย็นสบายและมีอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวกเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้มาใช้บริการ

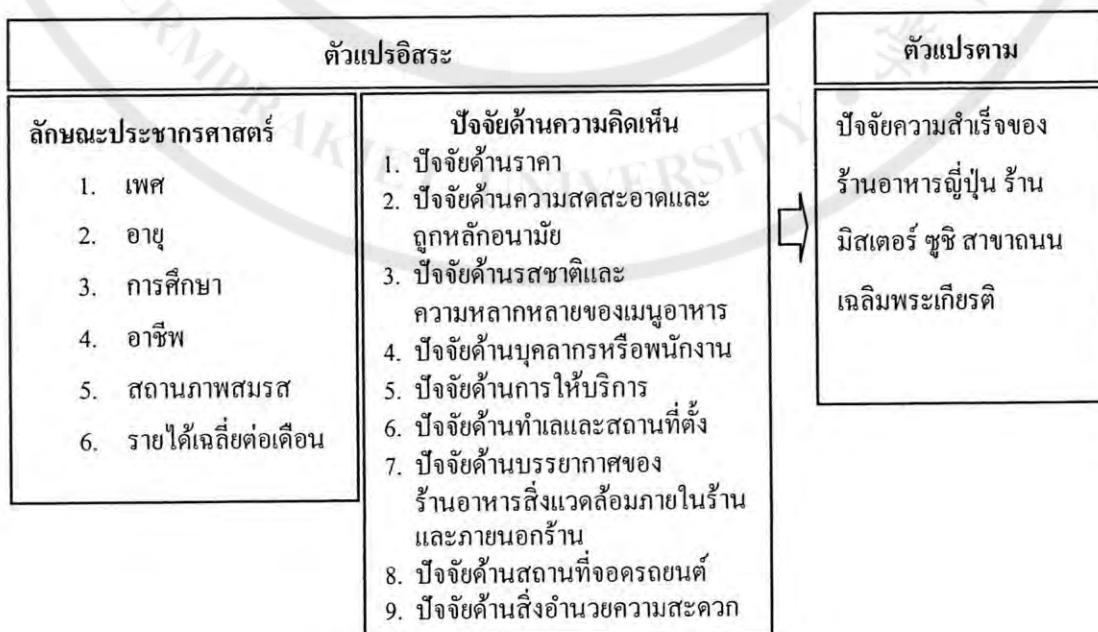
4) อุปกรณ์และเครื่องมืออำนวยความสะดวกสำหรับกรณีที่มีสภาพดิน ฟ้า อากาศ ที่ไม่ปกติ เช่น ฝนตก จะต้องอำนวยความสะดวกร่มกันฝนให้กับลูกค้าและบริการส่งที่รถ เป็นต้น

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษากัตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาดนเนินเฉลิมพระเกียรติ" ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดไว้ดังนี้

แผนภูมิที่ 2.1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

PeiPei Xu (2012) ศึกษาปัจจัยต่อความสำเร็จของร้านอาหาร Stand Alone ประเภทอาหารจีน ในเมือง Kuopio ประเทศ Finland ชื่อร้าน Dragon Sheng พบว่ามี 3 ปัจจัยคือ 1) การมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 2) รสชาติอาหารที่ดี 3) ราคาที่เหมาะสม และในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า การบริการและอาหารเป็นสิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ถึงแม้ว่า Dragon Sheng จะพบปัจจัยที่ทำให้ตนเองประสบความสำเร็จ แต่การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ ๆ ยังเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ฉะนั้นทาง Dragon Sheng ต้องมองหาช่องทางที่จะขยายตลาดและพัฒนาคุณภาพในการบริการอยู่เสมอ

นพดล เจริญวิริยะธรรม (2551) ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าที่ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิมากที่สุด และใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิบ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ใช้ในโอกาสพบปะสังสรรค์ในช่วงเวลา 17.31 - 20.00 น. นิยมรูปแบบการขายแบบอาหารชุดใช้บริการครั้งละ 3 - 4 คน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 301 - 600 บาทต่อครั้ง

ปวีริสา โกวิทวณิช (2546) จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคกรณีศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นโออิชิ พบว่า โอกาสที่ผู้บริโภคจะไปใช้บริการมากที่สุดคือ ตั้งใจรับประทาน สาขาที่ผู้บริโภคไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ สาขาซีคอนสแควร์ ชั้น 4 บุคคลที่ไปรับประทานด้วยบ่อยที่สุด คือ เพื่อนสนิท ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการระหว่างวันจันทร์ - วันพฤหัสบดี บ่อยที่สุดคือช่วงเวลา 17.00 - 22.00 น. ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการระหว่างวันศุกร์ - วันอาทิตย์ บ่อยที่สุดคือ ช่วงเวลา 17.00 - 21.00 น. สาเหตุสำคัญที่ทำให้เลือกรับประทานเป็นครั้งแรกคือ อยากทดลอง เหตุผลที่สำคัญที่ทำให้เลือกใช้บริการ คือ มีรายการอาหารให้เลือกมาก ความถี่ในการบริโภคอาหารทั้งหมดโดยเฉลี่ย คือ 5 ครั้งต่อปี เวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยทั้งหมด คือ 130 นาที หรือ 2 ชั่วโมง 40 นาที จำนวนคนที่เป็นที่ไปนั่งรับประทานในแต่ละครั้งคือ จำนวน 5 คน

ยุวณิษฐ์ ทิศสกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าด้าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการค่าเฉลี่ยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับสำคัญมากและเมื่อพิจารณาแต่ละ

ปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม) ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และความสดของอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ (ดนตรี) ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความไพเราะของวงดนตรี ด้านราคาที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอาหาร มิกเซอร์ ราคาเหล้าต่อขวด ราคาเบียร์ต่อขวด ด้านสถานที่ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทางอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อ 1 แกรม 1 การลดราคาอาหาร เพคเกจเหล้า ราคาถูก ลดราคาเหล้าต่อขวด ลดราคามิกเซอร์ ทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ ลดราคาเบียร์ต่อขวด Happy Hour เสนอเมนูอาหารใหม่ สมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน ปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น พนักงานต้อนรับ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีห้องน้ำสะอาด ระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาดอาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วถูกต้อง การทักทายต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน แคทเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว ให้บริการอย่างเสมอภาค ประสานงานกันเป็นอย่างดี มีการจองโต๊ะ

รุจิรา ถาวร (2549) พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภค กรณีศึกษาภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นชาบูชิ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสดอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาท และในด้านพฤติกรรมการบริโภคส่วนใหญ่นิยมมากับเพื่อนบ่อยที่สุด โอกาสที่ได้มารับประทานเพราะ ตั้งใจมารับประทาน โดยมาช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 16.00-19.00 น. มากที่สุด สำหรับด้านความถี่ในการรับประทานพบว่าผู้บริโภคมาใช้บริการมากที่สุดคือ 9 ครั้งต่อ 3 เดือน จำนวนคนที่ร่วมรับประทานด้วยเฉลี่ยครั้งละ 4 คน ใช้เวลารับประทานโดยเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมง และเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ตัดสินใจรับประทานอาหารเพราะมีรายการอาหารให้เลือกมากมาย

ศิริพงษ์ รักใหม่ (2552) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความเชื่อมั่นในตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามช่วงอายุ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความรับผิดชอบ และด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามเพศ ช่วงอายุ และลักษณะของร้านอาหารและภัตตาคาร

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2540) ฉบับวันที่ 17 กันยายน 2540 ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของคนกรุงเทพมหานคร ช่วงเวลา 30 เมษายน - 2 พฤษภาคม 2540 เกี่ยวกับความนิยมในการรับประทานอาหารต่างชาติจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 766 คน แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 46.7 และเพศหญิงร้อยละ 53.3 ผลการสำรวจปรากฏว่า อาหารต่างชาติที่มีความนิยมของอาหารนานาชาติแตกต่างกันไป สามารถจัดลำดับได้ดังนี้ อาหารชาติอเมริกันมาเป็นอันดับ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.8 โดยมีอาหารญี่ปุ่นเป็นอันดับ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 21.1 และอาหารอิตาลีเป็นอันดับที่ 3 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 18.4 อาหารจีนเป็นอันดับ 4 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 18.0 ในขณะที่อาหารเวียดนามและอาหารเกาหลีอยู่ในอันดับที่ 5 และอันดับ 6 ตามลำดับ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2543) ฉบับวันที่ 9 มิถุนายน 2543 พบว่าปัจจุบันกระแสนิยมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในเมืองไปเริ่มแพร่หลาย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่เนื่องจากการให้บริการอาหารญี่ปุ่นภายใต้แนวคิดการแนะนำอาหารญี่ปุ่นให้คนไทยรู้จัก และการลดราคาอาหารญี่ปุ่นให้มีราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารต่างประเทศ ความนิยมอาหารญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นอาจจะสังเกตได้จากลูกค้าต้องเข้าคิวรอและการเข้าคิวแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง ทำให้ธุรกิจอาหารญี่ปุ่นมีการขยายตัวอย่างชัดเจน และมีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยคาดว่าในปี 2543 จะมีร้านอาหารญี่ปุ่นขยายสาขาเปิดเพิ่มขึ้นอีก 20 แห่ง ทำให้คาดว่ามูลค่าตลาดของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในปี 2543 สูงถึง 2,500 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75 เมื่อเทียบกับปี 2542 จากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมามูลค่าตลาดของอาหารญี่ปุ่นอยู่ที่ประมาณ 500 ล้านบาท เท่านั้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2544) ฉบับวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2544 ปัจจุบันร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดให้บริการในประเทศไทยมีอยู่ไม่ต่ำกว่า 300 แห่ง ประกอบด้วยร้านเดี่ยวหรือสแตนด์ โอลนร้อยละ 40 ร้านในห้างสรรพสินค้าร้อยละ 50 และร้านในโรงแรมร้อยละ 10 ซึ่งจำนวนร้านเดี่ยวที่เหลืออยู่ในปัจจุบันเป็นตัวเลขที่ลดลงจากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 30 โดยส่วนหนึ่งหันไปเปิดกิจการในห้างสรรพสินค้าแทน และบางส่วนก็ปิดกิจการไป ดังนั้นการขยายตัวของร้านอาหารญี่ปุ่นจึงมีแนวโน้มไปในทิศทางของการเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยร้านอาหารญี่ปุ่นแต่ละแห่งมีแผนการขยายสาขาในห้างสรรพสินค้าไม่ต่ำกว่า 10 สาขาในปี 2544 คาดว่าในปี 2544 มูลค่าตลาดของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นสูงถึง 3,000 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20-25 เมื่อเทียบกับในปีที่ผ่านมา จากที่ในช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้มูลค่าตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ที่ประมาณ 500 ล้านบาทเท่านั้น โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังมีอีกมาก โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ ๆ ที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจึงยังคงเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองที่สุด เพราะพฤติกรรมของคนไทยยังให้ความสนใจในรูปแบบภัตตาคาร รสชาติ และกระแสนิยมสำหรับผู้ที่ยังไม่เคยลิ้มลอง ซึ่งทำให้คาดว่าโอกาสการขยายตัวของธุรกิจนี้ยังมีอีกมาก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ฉบับวันที่ 20 เมษายน 2550 ประเมินภาวะตลาดอาหารญี่ปุ่นโดยรวมในปี 2550 คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดราว 6,000 ล้านบาท และจะมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 10-15 ในปี 2550 นี้ยังคงมีการแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาและการให้บริการลูกค้าเป็นหลัก โดยการแข่งขันธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ 5-6 รายเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ แฟรนไชส์จากญี่ปุ่นที่ขยายการลงทุนเข้ามา และค่ายธุรกิจอาหารประเภทอื่นที่อาจหันมาลงทุนทำธุรกิจอาหารญี่ปุ่นด้วย ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นต้องมีการปรับกลยุทธ์ และนำเสนออาหารที่แปลกใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบัน

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดให้บริการในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 660 แห่ง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และชลบุรี ซึ่งจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นมากเป็นอันดับ 5 ของโลก เป็นรองเพียงสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้และไต้หวันเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นนี้สามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าคนไทยที่ชื่นชอบรสชาติของอาหารญี่ปุ่น รวมไปถึงชาวญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทยกว่า 60,000 คน นอกจากนี้ โอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังมีอยู่ทั้งในลักษณะร้านพรีเมียม ซึ่งจะเน้นอาหารญี่ปุ่นสูตรต้นตำรับ ราคาจะค่อนข้างแพง เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากญี่ปุ่น เป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอาหารญี่ปุ่นหลัก ๆ อยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีรายได้สูง (ชนชั้นกลาง) เงินเดือนสูงกว่า โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และชลบุรี ซึ่งจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นมากเป็นอันดับ 5 ของโลก เป็นรองเพียงสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้และไต้หวันเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นนี้สามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าคนไทยที่ชื่นชอบรสชาติของอาหารญี่ปุ่น รวมไปถึงชาวญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทยกว่า 60,000 คน นอกจากนี้ โอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังมีอยู่ทั้งในลักษณะร้านพรีเมียม ซึ่งจะเน้นอาหารญี่ปุ่นสูตรต้นตำรับ ราคาจะค่อนข้างแพง เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากญี่ปุ่น เป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอาหารญี่ปุ่นหลัก ๆ อยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีรายได้สูง (ชนชั้นกลาง) เงินเดือนสูงกว่า 15,000 บาท ปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารพรีเมียมคือการเปิดศูนย์การค้าไฮเอน ทำให้มีร้านอาหารญี่ปุ่นพรีเมียมเปิดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มเติบโตในเกณฑ์สูงคือ ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่ว ๆ ไปที่ราคาไม่แพงมากนัก โดยเน้นเจาะลูกค้ากลุ่มบีและกลุ่มซี ซึ่งร้านอาหารญี่ปุ่นกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ผลักดันการเติบโตของมูลค่าตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

อัญชลี วงศ์วิบูลกุล (2546) พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปมากที่สุด คือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น โออิชิ สาเหตุที่สำคัญในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ อยากทดลองบริโภค บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

คือ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ประเภทของร้านอาหารญี่ปุ่นที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ อาหารประเภทย่าง ความถี่ในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น 1 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ไปบริโภคในช่วงเวลาเย็นประมาณ 16.30 - 20.00 น. โดยใช้เวลาในการบริโภคประมาณ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง บุคคลที่ไปบริโภคบ่อยที่สุดคือ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภค 300 บาทต่อครั้ง

จากการศึกษาข้างต้นพบว่าผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ร้านอาหารญี่ปุ่นเจ้าตลาดอย่าง โออิชิ และฟูจิชังคงเป็นตัวเลือกแรก ๆ ที่ผู้บริโภคนิยม ด้วยเหตุผลอยากทดลองบริโภค และความหลากหลายของอาหาร แต่เมื่อความนิยมเพิ่มมากขึ้นร้านอาหารญี่ปุ่นเองก็ต้องปรับตัวให้ทันกับการแข่งขัน ซึ่งนอกจากความหลากหลายของอาหารแล้ว การสร้างความชัดเจนของกลุ่มลูกค้าด้วยทำเลที่ตั้งและคุณภาพอาหาร ก็เป็นส่วนส่งเสริมสำคัญของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา อ้างอิง และเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามในด้านทัศนคติและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้
- 3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ โดยจะใช้ข้อมูลประเภทปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ที่มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรหรือประชากรไม่สามารถนับจำนวนได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมให้เกิด 5% หรือ 0.05 โดยมีวิธีการคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	P	แทน	ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่น (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่น 95% เท่ากับ 1.96)

แทนค่าได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{(0.05)^2} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน และผู้วิจัยได้สำรองเพื่อแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ 5.5 % หรือเท่ากับจำนวน 21 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 405 ตัวอย่าง โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้มาใช้บริการที่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นที่ได้จัดสร้างขึ้นสำหรับใช้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยเลย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จึงกำหนดน้ำหนักหรือคะแนนในการตอบแบบสอบถาม 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ต้องการมากที่สุด
4	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3	เฉย ๆ	มีหรือไม่มีก็ได้
2	ไม่เห็นด้วย	ต้องการน้อย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ต้องการน้อยที่สุด/ไม่ต้องการเลย

โดยมีการแปลผลการวิจัยลักษณะของข้อความที่ใช้ แปลงเป็นระดับการวัดข้อมูลเป็น
อันตรภาค โดยกำหนดการประเมินผล ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
4.50 - 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ต้องการมากที่สุด
3.50 - 4.49	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2.50 - 3.49	เฉย ๆ	มีหรือไม่มีก็ได้
1.50 - 2.49	ไม่เห็นด้วย	ต้องการน้อย
1.00 - 1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ต้องการน้อยที่สุด/ไม่ต้องการเลย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะ
ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นซึ่งเป็นปัจจัยความสำเร็จภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น
เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขานนทบุรี
พระเกียรติ จำนวน 30 ข้อ

2.1 ปัจจัยด้านราคา ประกอบด้วย

- 1) ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า
- 2) มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม

2.2 ปัจจัยด้านความสะดวกและถูกหลักอนามัย ประกอบด้วย

- 1) อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย
- 2) อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย
- 3) โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี

2.3 ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร ประกอบด้วย

- 1) อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น
- 2) มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น
- 3) มีรายการอาหารที่แนะนำจากเชฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนออยู่เสมอ

2.4 ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ประกอบด้วย

- 1) การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้
- 2) พนักงานมีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส
- 3) บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเครา ไม่สวมแหวน

2.5 ปัจจัยด้านการให้บริการ ประกอบด้วย

- 1) การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก
- 2) การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส
- 3) สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้
- 4) การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม

2.6 ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ประกอบด้วย

- 1) ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์
- 2) ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว
- 3) ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว

2.7 ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน ประกอบด้วย

- 1) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสบายและผ่อนคลาย
- 2) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจัดสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น
- 3) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสบายและผ่อนคลาย
- 4) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น
- 5) สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย

2.8 ปัจจัยด้านสถานที่จอร์ถยนต์ ประกอบด้วย

- 1) สถานที่จอร์ถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย
- 2) สถานที่จอร์ถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน
- 3) เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ด้วยความจริงใจ

2.9 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

- 1) ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ
- 2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม
- 3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น
- 4) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบทั้ง 2 ลักษณะ คือ

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามในการหาความเที่ยงตรง ในการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา เพื่อตรวจสอบแก้ไขเพื่อความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามและสามารถวัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการได้ตามวัตถุประสงค์เมื่อนำไปใช้จริง

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำ Pre- Test จำนวน 30 ชุด และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับผู้มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเที่ยง คือ Conbach's Alpha Coefficient (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งได้ค่าแอลฟาเท่ากับ 0.911 ถือว่าอยู่ในระดับความเชื่อถือที่ดี

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 405 ตัวอย่าง นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ผล ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด
2. ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม ตามคู่มือการลงรหัสที่ได้จัดทำขึ้น
3. นำรหัสข้อมูลในแบบสอบถามแต่ละฉบับมาลงรหัสในแบบฟอร์มลงรหัส
4. นำข้อมูลในแบบฟอร์มลงรหัสมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์
5. ประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องโปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์

ในการประมวลผลข้อมูล โดยใช้หลักสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและนำเสนอโดยใช้สถิติ ซึ่งเสนอในรูปความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ศึกษา

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่จะทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากร เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรและนำค่าสถิติที่ได้จากการคำนวณการประมาณค่า หรือการทดสอบสมมติฐานของตัวอย่างไปใช้ในการอธิบายหรืออ้างอิงคุณลักษณะของประชากร

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เริ่มต้นในเดือน เดือนธันวาคม 2555 และสิ้นสุดในเดือน มีนาคม 2556 โดยจัดทำเป็น Gantt Chart ดังนี้

ตารางที่ 3.1
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Gant Chart)

กิจกรรมและขั้นตอน การดำเนินงาน ต่อสัปดาห์	ธันวาคม 55				มกราคม 56				กุมภาพันธ์ 56				มีนาคม 56			
	สัปดาห์				สัปดาห์				สัปดาห์				สัปดาห์			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
เขียนหัวข้องานวิจัย	↔															
ออกแบบงานวิจัย		↔														
ตั้งสมมุติฐาน สรุปล วัตถุประสงค์			↔													
หาทฤษฎีและวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง				↔												
รวบรวมข้อมูล					↔											
กำหนดกลุ่มตัวอย่าง						↔										
จัดทำแบบสอบถาม							↔									
แจกแบบสอบถาม								↔	↔							
ตรวจสอบความเรียบร้อย										↔	↔					
ประมวลผลข้อมูล												↔	↔			
จัดทำรายงาน	←															→
สรุปผลพิมพ์รูปเล่ม และ นำเสนอ																↔

3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย

จริยธรรมในการศึกษาเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาคำนึงถึงมากที่สุด เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ เท่านั้น ซึ่งผู้ศึกษาได้ชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนในการเก็บข้อมูล ซึ่งในขั้นตอนการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ และทำการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดยไม่มีการเปิดเผยชื่อ นามสกุล ในแบบสอบถามดังกล่าว ดังนั้นข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เฉพาะในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อมาทำการวิเคราะห์ให้ตรงกับขอบเขตของเนื้อหาที่ได้กำหนดไว้

บทที่ 4

ผลการการศึกษา

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งได้เสนอผลตามลำดับดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

4.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามปัจจัยด้านต่าง ๆ (Reliability)

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 405 ชุด และจะรายงานผลเฉพาะผู้ที่ตอบแบบสอบถามเท่านั้น

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

Mean แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Sig. แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านเพศของลูกค้าที่ใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	177	43.7
	หญิง	228	56.3
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ส่วนเพศชายนั้น มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 นอกนั้นเป็นผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านอายุของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	15 - 24 ปี	89	22.0
	25 - 34 ปี	146	36.0
	35 - 44 ปี	111	27.4
	45 - 54 ปี	37	9.1
	55 ปีขึ้นไป	22	5.4
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอายุในช่วง 25 - 34 ปี มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 35 - 44 ปี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 และช่วงอายุ 15 - 24 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 สำหรับช่วงอายุ 45 - 54 ปี นั้น มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ส่วนอีก 22 คน อยู่ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.4

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา สูงสุด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	73	18.0
	ปริญญาตรี	260	64.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	72	17.8
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาจบการศึกษาระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีนั้น มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพของลูกค้ำที่ใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	213	52.6
	สมรส	181	44.7
	หย่าร้าง / หม้าย	11	2.7
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มีจำนวน 213 คน รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 และสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย นั้น มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพของลูกค้ำที่ใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	71	17.5
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	8.9
	พนักงานบริษัทเอกชน	179	44.2
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	112	27.7
	อื่น ๆ	7	1.7
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 สำหรับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจนั้น มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่ใช้บริการ
ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	14.8
	10,000 - 20,000 บาท	116	28.6
	20,001 - 30,000 บาท	60	14.8
	30,001 - 40,000 บาท	58	14.3
	40,001 บาทขึ้นไป	111	27.4
	รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 60 คน ซึ่งมีจำนวนเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.8 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท นั้น มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา (Price)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้าน อื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	3.88	0.792	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้ เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	4.11	0.614	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.00	0.616	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการมากกับการมีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และมีราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตารางที่ 4.8

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย

ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลัก อนามัย (Fresh and Clean)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสด และสะอาดถูกหลักอนามัย	4.23	0.593	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหาร มีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	4.26	0.608	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	4.31	0.602	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.27	0.503	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านความสะอาด และถูกหลักอนามัยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือโต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรองได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี รองลงมาคืออุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดและถูกหลักอนามัย และอาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.31, 4.26 และ 4.23 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.9

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร

ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
1. อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	4.04	0.654	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	4.10	0.680	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	3.95	0.786	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.03	0.574	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือมีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น รองลงมาคืออาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น และมีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟและมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10, 4.04 และ 3.95 โดยทั้ง 3 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.10

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านบุคลากรหรือพนักงาน

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	4.29	0.674	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	4.41	0.653	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเครา ไม่สวมแหวน	4.30	0.671	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.34	0.554	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านบุคลากรหรือพนักงานของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือพนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือบุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเครา ไม่สวมแหวน และการแต่งกายของพนักงานมีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41, 4.30 และ 4.29 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีต้องการมาก

ตารางที่ 4.11

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยควาจรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	4.16	0.715	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	4.35	0.646	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	4.36	0.667	เห็นด้วย	ต้องการมาก
4. การสมัครบัตรเครดิตมีกรจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำ	4.06	0.756	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.24	0.519	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ รองลงมาคือการบริการด้วยความจริงใจอ่อนน้อมถ่อมตนด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็วและได้รับความสะดวก และการสมัครบัตรเครดิตมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36, 4.35, 4.16 และ 4.06 ตามลำดับ โดยทั้ง 4 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.12

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
1. ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	3.68	0.984	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	4.01	0.915	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	3.79	1.011	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	3.83	0.789	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านทำเลและสถานที่ตั้งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว รองลงมาคือร้านมีสถานที่ใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว และร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่นมองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01, 3.79 และ 3.68 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.13

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านบรรยากาศของร้านอาหาร
สิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน

ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหาร สิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย	3.88	0.947	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบ ความเป็นญี่ปุ่น	3.89	0.915	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศ ภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	4.31	0.684	เห็นด้วย	ต้องการมาก
4. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศ ภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ ความเป็นญี่ปุ่น	4.26	0.684	เห็นด้วย	ต้องการมาก
5. สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	4.26	0.702	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	4.12	0.609	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านบรรยากาศของร้านอาหาร สิ่งแวดล้อมภายในร้านและนอกร้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือสิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายในร้านมีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย รองลงมาคือสิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้านมีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้านอากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวกมีความผ่อนคลาย สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้านมีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น และสิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้านมีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.31, 4.26, 4.26, 3.89 และ 3.88 ตามลำดับ โดยทั้ง 5 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านสถานที่จอดรถยนต์

ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มี ความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	3.79	0.920	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็น อย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน	3.96	0.843	เห็นด้วย	ต้องการมาก
3. เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความ ความจริงใจ	4.07	0.846	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	3.94	0.788	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่จอดรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคือเจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความความจริงใจ รองลงมาคือสถานที่จอดรถมีการจัดการดูแลเป็นอย่างดีด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน และสถานที่จอดรถมีเพียงพอ โดยไม่มี ความกังวลและได้รับความสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07, 3.96 และ 3.79 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

ตารางที่ 4.15

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
1. ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.92	0.922	เห็นด้วย	ต้องการมาก
2. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก เด็กเล็กได้รับความสะดวกและเหมาะสม	3.69	0.837	เห็นด้วย	ต้องการมาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	การแปลผล
3. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	3.84	0.916	เห็นด้วย	ต้องการมาก
4. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	4.02	0.754	เห็นด้วย	ต้องการมาก
รวม	3.87	0.727	เห็นด้วย	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยอันดับแรกคืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม รองลงมาคือห้องน้ำสำหรับชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02, 3.92, 3.84 และ 3.69 ตามลำดับ โดยทั้ง 4 อันดับให้ความคิดเห็นคือมีความต้องการมาก

4.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามปัจจัยด้านต่าง ๆ (Reliability)

แบบสอบถามมีทั้งหมด 30 ข้อ ซึ่งได้แสดงค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยในแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 4.16

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านราคา (Price)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านราคา (Price)	1. ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	0.674
	2. มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	

จากตารางที่ 4.16 ปัจจัยด้านราคามีคำถามทั้งหมด 2 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) < 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้ไม่มีความน่าเชื่อถือ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.17

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านความสดสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านความสดสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)	1. อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	0.786
	2. อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	
	3. โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรองได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	

จากตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านความสดสะอาดและถูกหลักอนามัยมีคำถามทั้งหมด 3 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.18

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiation)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiation)	1. อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	0.736
	2. มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	
	3. มีรายการอาหารที่แนะนำจากเชฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	

จากตารางที่ 4.18 ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหารมีค่าถามทั้งหมด 3 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.19

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)	1. การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	0.777
	2. พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	
	3. บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน	

จากตารางที่ 4.19 ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานมีค่าถามทั้งหมด 3 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.20

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านการให้บริการ (Services)	1. การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	0.730
	2. การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตนด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	
	3. สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	
	4. การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำ	

จากตารางที่ 4.20 ปัจจัยด้านการให้บริการมีค่าถามทั้งหมด 4 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.21

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)	1. ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้ โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	0.742
	2. ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมา ใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	
	3. ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทาง เพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	

จากตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้งมีค่าถามทั้งหมด 3 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.22

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกร้าน
(Environment)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านบรรยากาศของร้าน สิ่งแวดล้อมภายในและ ภายนอกร้าน (Environment)	1. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย	0.823
	2. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	
	3. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย	
	4. สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	
	5. สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็น สบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	

จากตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้าน สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกร้านมีค่าถามทั้งหมด 5 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.23

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)	1. สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มี ความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	0.889
	2. สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็น อย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน	
	3. เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์มีค่าถามทั้งหมด 3 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางที่ 4.24

ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	ตัวแปร	Reliability
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)	1. ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	0.867
	2. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	
	3. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	
	4. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าถามทั้งหมด 4 ข้อ มีค่า Cronbach's Alpha (α) > 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ผลการคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน

เนื่องจากการแจกแจงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีการสุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ดังนั้น จึงใช้ค่าสถิติแบบไม่ใช้พารามิเตอร์ (Non Parametric Statistic) โดยกำหนดค่านัยสำคัญของการคำนวณเป็น 0.05 หากค่านัยสำคัญจากการคำนวณน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้จะปฏิเสธสมมติฐานหลักว่าเป็นจริง แต่ถ้าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้มากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ก็จะยอมรับสมมติฐานหลัก

ในการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้สถิติแมนวิทนีย์ (Mann – Whitney Test) ในการทดสอบประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ ค่าถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ ส่วนสถิติ คัลสคอลล วัลลิส (Kruskal - Wallis Tests) ใช้สำหรับการทดสอบประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ ค่าถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่น ๆ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้

สมมติฐานข้อ 1.1

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.25

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ
ของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.346	ยอมรับ H_0
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.614	ยอมรับ H_0
รวม	.391	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านความสดสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.989	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.378	ยอมรับ H_0
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.514	ยอมรับ H_0
รวม	.542	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.632	ยอมรับ H_0
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.144	ยอมรับ H_0
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเชฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	.732	ยอมรับ H_0
รวม	.582	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.420	ยอมรับ H_0
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	.526	ยอมรับ H_0
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม้ไผ่หนวดเคราไม่สวมแหวน	.272	ยอมรับ H_0
รวม	.308	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมติฐาน
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.858	ยอมรับ H_0
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.529	ยอมรับ H_0
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.517	ยอมรับ H_0
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.278	ยอมรับ H_0
รวม	.389	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.713	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.984	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.755	ยอมรับ H_0
รวม	.768	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสีสบายและผ่อนคลาย	.914	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.845	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสีสบายและผ่อนคลาย	.273	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.230	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.494	ยอมรับ H_0
รวม	.739	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.080	ยอมรับ H_0
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.129	ยอมรับ H_0
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	.409	ยอมรับ H_0
รวม	.129	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.159	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.420	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียงที่รองรับรถเข็น	.782	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.753	ยอมรับ H_0
รวม	.494	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ในทุก ๆ ด้าน

สมมุติฐานข้อ 1.2

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.26

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ
ของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.094	ยอมรับ H ₀
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.154	ยอมรับ H ₀
รวม	.100	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.648	ยอมรับ H ₀
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.070	ยอมรับ H ₀
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.763	ยอมรับ H ₀
รวม	.316	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.314	ยอมรับ H ₀
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.432	ยอมรับ H ₀
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเชฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	.057	ยอมรับ H ₀
รวม	.102	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.595	ยอมรับ H ₀
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	.915	ยอมรับ H ₀
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม้ไผ่หนวดเคราไม่สวมแว่น	.874	ยอมรับ H ₀
รวม	.756	ยอมรับ H₀

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.803	ยอมรับ H_0
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.741	ยอมรับ H_0
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.165	ยอมรับ H_0
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.134	ยอมรับ H_0
รวม	.959	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.031	ยอมรับ H_1
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.072	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.001	ยอมรับ H_1
รวม	.002	ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.478	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.127	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.054	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.280	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.631	ยอมรับ H_0
รวม	.466	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.032	ยอมรับ H ₁
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.956	ยอมรับ H ₀
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	.818	ยอมรับ H ₀
รวม	.445	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจน และมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.024	ยอมรับ H ₁
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.008	ยอมรับ H ₁
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียงที่รองรับรถเข็น	.054	ยอมรับ H ₀
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.010	ยอมรับ H ₁
รวม	.004	ยอมรับ H₁

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location) และในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) นอกนั้นอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

สมมุติฐานข้อ 1.3

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.27

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.138	ยอมรับ H_0
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.071	ยอมรับ H_0
รวม	.052	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.140	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.043	ยอมรับ H_1
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.113	ยอมรับ H_0
รวม	.042	ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.032	ยอมรับ H_1
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.113	ยอมรับ H_0
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	.378	ยอมรับ H_0
รวม	.112	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.092	ยอมรับ H_0
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.026	ยอมรับ H_1
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน	.027	ยอมรับ H_1
รวม	.012	ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.007	ยอมรับ H_1
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.019	ยอมรับ H_1
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.000	ยอมรับ H_1
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.177	ยอมรับ H_0
รวม	.000	ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.024	ยอมรับ H_1
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.356	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.040	ยอมรับ H_1
รวม	.120	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.025	ยอมรับ H ₁
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจัดสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.204	ยอมรับ H ₀
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.631	ยอมรับ H ₀
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.584	ยอมรับ H ₀
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.060	ยอมรับ H ₀
รวม	.072	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.153	ยอมรับ H ₀
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.023	ยอมรับ H ₁
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ด้วยความจริงใจ	.142	ยอมรับ H ₀
รวม	.051	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจน และมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.893	ยอมรับ H ₀
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.399	ยอมรับ H ₀
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	.088	ยอมรับ H ₀
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.706	ยอมรับ H ₀
รวม	.374	ยอมรับ H₀

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean) ด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff) และปัจจัยด้านการให้บริการ (Services) นอกนั้นระดับการศึกษาของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

สมมุติฐานข้อ 1.4

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.28

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.197	ยอมรับ H_0
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.133	ยอมรับ H_0
รวม	.111	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.399	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.595	ยอมรับ H_0
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.737	ยอมรับ H_0
รวม	.802	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.069	ยอมรับ H ₀
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.697	ยอมรับ H ₀
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมีรายการอาหารใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ	.300	ยอมรับ H ₀
รวม	.200	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.712	ยอมรับ H ₀
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.977	ยอมรับ H ₀
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน	.712	ยอมรับ H ₀
รวม	.964	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.660	ยอมรับ H ₀
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	.978	ยอมรับ H ₀
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.720	ยอมรับ H ₀
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.607	ยอมรับ H ₀
รวม	.985	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.098	ยอมรับ H ₀
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.877	ยอมรับ H ₀
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.272	ยอมรับ H ₀
รวม	.232	ยอมรับ H₀

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมติฐาน
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.539	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.482	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.375	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.848	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.620	ยอมรับ H_0
รวม	.708	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.323	ยอมรับ H_0
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.248	ยอมรับ H_0
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	.316	ยอมรับ H_0
รวม	.227	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.048	ยอมรับ H_1
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.023	ยอมรับ H_1
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	.270	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.202	ยอมรับ H_0
รวม	.059	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในทุก ๆ ด้าน

สมมุติฐานข้อ 1.5

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.29

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.412	ยอมรับ H_0
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.410	ยอมรับ H_0
รวม	.326	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.413	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.268	ยอมรับ H_0
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.362	ยอมรับ H_0
รวม	.341	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมติฐาน
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.633	ยอมรับ H_0
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.933	ยอมรับ H_0
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	.815	ยอมรับ H_0
รวม	.932	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.969	ยอมรับ H_0
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.815	ยอมรับ H_0
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน	.994	ยอมรับ H_0
รวม	.985	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.997	ยอมรับ H_0
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	.955	ยอมรับ H_0
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.046	ยอมรับ H_1
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.055	ยอมรับ H_0
รวม	.490	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.233	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.433	ยอมรับ H_0
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.116	ยอมรับ H_0
รวม	.115	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.415	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.102	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบาย และผ่อนคลาย	.204	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.373	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.947	ยอมรับ H_0
รวม	.317	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.436	ยอมรับ H_0
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.298	ยอมรับ H_0
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	.751	ยอมรับ H_0
รวม	.581	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจน และมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.100	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.027	ยอมรับ H_1
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	.142	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.161	ยอมรับ H_0
รวม	.041	ยอมรับ H_1

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) นอกนั้นด้านอาชีพของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

สมมุติฐานข้อ 1.6

H_0 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้รวมเฉลี่ยของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

H_1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้รวมเฉลี่ยของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 4.30

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้รวมเฉลี่ยกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมุติฐาน
ปัจจัยด้านราคา (Price)		
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	.513	ยอมรับ H_0
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	.107	ยอมรับ H_0
รวม	.240	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean)		
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	.738	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	.880	ยอมรับ H_0
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	.982	ยอมรับ H_0
รวม	.844	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมติฐาน
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations)		
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.638	ยอมรับ H ₀
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	.009	ยอมรับ H ₁
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	.157	ยอมรับ H ₀
รวม	.235	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff)		
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้	.059	ยอมรับ H ₀
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.058	ยอมรับ H ₀
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม้ไผ่หนวดเคราไม่สวมแหวน	.398	ยอมรับ H ₀
รวม	.071	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services)		
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก	.525	ยอมรับ H ₀
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่ และยิ้มแย้มแจ่มใส	.180	ยอมรับ H ₀
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	.006	ยอมรับ H ₁
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสม และได้รับคำแนะนำ	.946	ยอมรับ H ₀
รวม	.279	ยอมรับ H₀
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location)		
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	.229	ยอมรับ H ₀
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.386	ยอมรับ H ₀
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว	.030	ยอมรับ H ₁
รวม	.148	ยอมรับ H₀

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น	Sig.	สมมติฐาน
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment)		
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสบาย และผ่อนคลาย	.725	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจัดสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	.242	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น วัสดุสบาย และผ่อนคลาย	.727	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	.846	ยอมรับ H_0
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	.374	ยอมรับ H_0
รวม	.583	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking)		
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	.367	ยอมรับ H_0
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน	.081	ยอมรับ H_0
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ด้วยความจริงใจ	.141	ยอมรับ H_0
รวม	.139	ยอมรับ H_0
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)		
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจน และมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	.050	ยอมรับ H_1
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.103	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น	.639	ยอมรับ H_0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	.407	ยอมรับ H_0
รวม	.204	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยของ
ลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น
ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ในทุก ๆ ด้าน



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว เป็นกรณีศึกษาภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลทำให้ร้านอาหารญี่ปุ่นประสบความสำเร็จต่อการขาย ในปัจจัยที่มีอยู่เดิมและปัจจัยที่ยังขาดเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2555 ถึง วันที่ 31 มีนาคม 2556 ได้สรุปผลจากการศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษาภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ เพื่อจะเป็นการนำผลที่ได้รับจากการศึกษานำสู่การพัฒนาปรับปรุงในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ โดยจากความคิดเห็นของลูกค้าที่ได้ให้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามและเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นนี้ด้วย

วิธีดำเนินการศึกษา ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูล การกระจายแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจากลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 405 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลตามสมมุติฐานที่ได้กำหนดไว้ ตามกรอบแนวคิดในการศึกษาและนำมาเขียนสรุปผลการศึกษา

เครื่องมือการศึกษา ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามในเรื่องปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ โดยความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปของความถี่ ร้อยละ จำนวนคน และค่าเฉลี่ยในการอธิบายทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ศึกษา และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมุติฐาน

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 25 - 34 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ด้านการศึกษานั้นจบการศึกษาขั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 มีสถานภาพโสด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 โดยด้านอาชีพนั้นเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

5.1.2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้มาใช้บริการภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

จากการศึกษาครั้งนี้ ลูกค้ายมีความต้องการให้ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ โดยเรียงลำดับความต้องการมากที่สุดถึงน้อยที่สุด พบว่าลูกค้ายมีความต้องการในภาพรวมที่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต้องการมาก โดยให้ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ มีดังนี้

ด้านราคา (Price) มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม และมีราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ 3.88 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean) มีโต๊ะรับประทานอาหาร และที่นั่งรับรองได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี มีอุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหาร มีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย และอาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.26 และ 4.23 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations) มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น ทำอาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น และมีรายการอาหารที่แนะนำจากเชฟและมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 4.04 และ 3.95 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff) มีพนักงานที่มีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแว่น และมีการแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.30 และ 4.29 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services) ให้สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ มีการบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส มีการให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความสะดวก และได้รับความสะดวก และการสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36, 4.35, 4.16 และ 4.06 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location) เป็นร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว ให้ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว และให้ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01, 3.79 และ 3.68 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหาร สิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment) มีสิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย มีสิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้มีความเป็นญี่ปุ่น มีสิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย มีสิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น และมีสิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.26, 4.26, 3.89 และ 3.88 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking) มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ มีสถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบชัดเจน และมีสถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 3.96 และ 3.79 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม มีห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น และมีอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02, 3.92, 3.84 และ 3.69 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน

เนื่องจากการแจกแจงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง มีการสุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ดังนั้นจึงใช้ค่าสถิติแบบไม่ใช้พารามิเตอร์ (Non Parametric Statistic) โดยกำหนดค่านัยสำคัญของการคำนวณเป็น 0.05 หากค่านัยสำคัญจากการคำนวณน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ จะปฏิเสธสมมติฐานหลักว่าเป็นจริง แต่ถ้าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้มากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ก็จะยอมรับสมมติฐานหลัก

ในการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้สถิติไคว้สแควร์ (Chi-square) ในการทดสอบประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ค่าถ้ามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ ส่วนสถิติ ครัสคัล วอลลีส (Kruskal - Wallis Tests) ใช้สำหรับการทดสอบประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ ค่าถ้ามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่น ๆ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 5.1

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ร้านมิสเตอร์ ชูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

ความคิดเห็นด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้มาใช้บริการร้านมิสเตอร์ ชูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ปัจจัยด้านราคา						
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า	X	X	X	X	X	X
มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม	X	X	X	X	X	X
ปัจจัยด้านความสะดวกและถูกหลักอนามัย						
อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและสะอาดถูกหลักอนามัย	X	X	X	X	X	X
อุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย	X	X	✓	X	X	X
โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรองได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี	X	X	X	X	X	X
ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร						
อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	X	X	✓	X	X	X
มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น	X	X	X	X	X	✓
มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟและมีรายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ	X	X	X	X	X	X

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้มาใช้ บริการร้านมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน						
การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนด ที่ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือได้	x	x	x	x	x	x
พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อม ถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	x	x	✓	x	x	x
บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม้ไผ่ให้หนวดเคราไม่สวมแหวน	x	x	✓	x	x	x
ปัจจัยด้านการให้บริการ						
การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วย ความรวดเร็วและได้รับความสะดวก	x	x	✓	x	x	x
การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส	x	x	✓	x	x	x
สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	x	x	✓	x	✓	✓
การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้ เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำ	x	x	x	x	x	x
ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง						
ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์	x	✓	✓	x	x	x
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อ มาใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว	x	x	x	x	x	x
ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทาง เพื่อมาใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว	x	✓	✓	x	x	✓

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้มาใช้ บริการร้านมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน						
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่นรู้สึกสบายและผ่อนคลาย	x	x	✓	x	x	x
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้านมีการจำลอง สถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น	x	x	x	x	x	x
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย	x	x	x	x	x	x
สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น	x	x	x	x	x	x
สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้านอากาศเย็นสบาย และถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย	x	x	x	x	x	x
ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์						
สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย	x	✓	x	x	x	x
สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน	x	x	✓	x	x	x
เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีด้วยความจริงใจ	x	x	x	x	x	x
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก						
ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการ แบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	x	✓	x	✓	x	✓
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม	x	✓	x	✓	✓	x
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียงที่รองรับรถเข็น	x	x	x	x	x	x
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้ บริการพนักงานได้รับความสะดวกและเหมาะสม	x	✓	x	x	x	x

✕ หมายถึง ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

✓ หมายถึง ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดียว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ เป็นความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ร้านในปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านความสดและความสะอาด ด้านรสชาติของอาหารและความหลากหลาย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการให้บริการ ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ด้านบรรยากาศภายในร้านและนอกร้าน ด้านสถานที่จอดรถยนต์ และด้านปัจจัยอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก อาจเนื่องมาจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีต่อปัจจัยย่อยของแต่ละด้าน ความคิดเห็นเป็นความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้อันแท้จริง แต่เป็นความรู้สึกที่ตั้งอยู่ในใจของแต่ละคน และเป็นการแสดงออก การลงความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ที่เห็นว่าน่าจะเป็นจริงตามที่คิดไว้สำหรับพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งอย่างใด (ปารวี ศรีอุบล. ม.ป.ป.)

จากสมมุติฐาน ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดียว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

ด้านราคา (Price) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนั้น ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม มีราคาอาหารที่ถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไป การตั้งราคาให้สอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเป็นที่ยอมรับได้ของลูกค้าด้วย ซึ่งผลของ

งานวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ PeiPei Xu (2012) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยต่อความสำเร็จของ ภัตตาคารอาหาร Stand Alone ประเภทอาหารจีน ในเมือง Kuopio ประเทศ Finland ชื่อร้าน Dragon Sheng พบว่า มี 3 ปัจจัยคือ 1) การมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 2) รสชาติอาหารที่ดี 3) ราคาที่เหมาะสม และในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า การบริการและอาหารเป็นสิ่งที่ลูกค้า พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัย ส่วนบุคคลด้านการศึกษา ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องอุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความ สะอาดที่ถูกหลักอนามัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้อง กับงานวิจัยของ ยวนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด ภาชนะเครื่องมือ เครื่องใช้สะอาด อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วถูกต้อง การทักทายและต้อนรับเมื่อท่าน เดินเข้ามาในร้าน แคชเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องอาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่นและมีรายการอาหารที่หลากหลาย ให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัย ครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ PeiPei Xu (2012) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยต่อความสำเร็จของ ภัตตาคารอาหาร Stand Alone ประเภทอาหารจีน ในเมือง Kuopio ประเทศ Finland ชื่อร้าน Dragon Sheng พบว่า มี 3 ปัจจัยคือ 1) การมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 2) รสชาติอาหารที่ดี 3) ราคา ที่เหมาะสม และในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า การบริการและอาหารเป็นสิ่งที่ลูกค้า พึงพอใจสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล เจริญวิริยะธรรม (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยในเรื่องรสชาติ ของอาหารญี่ปุ่นแบบญี่ปุ่นแท้กับมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่สนใจกับรสชาติ แบบญี่ปุ่นแท้เลย แต่ให้ความสนใจกับเรื่องของความสดใหม่ สะอาด และความหลากหลาย ของเมนูอาหารมากกว่า

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องพนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และขี้มยิ้มแจ่มใส และบุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูนิคย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานต้อนรับมีความสุภาพขี้มยิ้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

ปัจจัยด้านการให้บริการ (Services) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องการให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความสะดวก และได้รับความสะอาด การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตนด้วยความเอาใจใส่และขี้มยิ้มแจ่มใส และสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูนิคย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานต้อนรับมีความสุภาพขี้มยิ้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ดี อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง การทักทายต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน แคทเชอร์ คิดเงิน ได้ถูกต้อง รวดเร็ว

ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์ และร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูนิคย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ

ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในระดับความสำคัญมากได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงษ์ รักใหม่ (2552) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความเชื่อมั่นในตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามช่วงอายุ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความรับผิดชอบ และด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามเพศ ช่วงอายุ และลักษณะของร้านอาหารและภัตตาคาร

ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องสิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยวนินิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี สถานที่สะอาด ภายในโล่งไม่อึดอัด บรรยากาศภายในร้านให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น เก้าอี้นั่งสบาย มีที่นั่งเพียงพอ การตกแต่งภายในสวยงามดูดี ภาพลักษณ์ของร้านดูดี ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงษ์ รักใหม่ (2552) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความเชื่อมั่นในตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามช่วงอายุ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารด้านการมีความรับผิดชอบ และด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษา แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามเพศ ช่วงอายุ และลักษณะของร้านอาหารและภัตตาคาร

ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและการศึกษา ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องสถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย และสถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็น

ระเบียบ ชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูวณิช์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในระดับความสำคัญมากได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ในเรื่องห้องน้ำสำหรับชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูวณิช์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ สถานที่สะอาด มีห้องน้ำสะอาด ระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมผลการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดและทฤษฎี ความคิดเห็นด้านปัจจัยความสำเร็จเป็นส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ โดยผลจากการศึกษาในครั้งนี้นำไปเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนากลยุทธ์ในด้านการลงทุนขยายกิจการ การพัฒนาสินค้าและบริการของภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ต่อไป

จากการพิจารณาตามแนวคิดและทฤษฎี 7s ของ Mckinsey มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. โครงสร้าง (Structure) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน และปัจจัยด้านการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรมีการจัดแบ่ง

โครงสร้างขององค์กรภายในสาขาให้มีความชัดเจน การแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การปฏิบัติงานของแต่ละแผนก รวมทั้งการสร้างทีมงาน การทำงานร่วมกันของบุคลากรภายในสาขา เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้

2. กลยุทธ์ (Strategy) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย ด้านรสชาติอาหารและความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านบุคลากรหรือพนักงาน และด้านการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรมีการสร้างความได้เปรียบทางด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรหรือนโยบาย จะเป็นการใช้ความพยายามไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปฏิบัติการจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น

3. ระบบ (System) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์ และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรมีการจัดระบบการทำงานภายในสาขา การวางตำแหน่งงานให้ภาระความรับผิดชอบที่มีความเหมาะสมกับความสามารถ เช่น พนักงานดูแลสถานที่จอดรถยนต์และการต้อนรับลูกค้าภายนอก การจัดสรรพื้นที่ลานจอดให้มีความชัดเจน เป็นต้น จะช่วยในการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ประสบความสำเร็จ

4. รูปแบบ (Style) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยด้านการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรต้องเน้นถึงการให้บริการที่ดีเลิศ เพื่อความต้องการของลูกค้าสูงสุด ซึ่งรูปแบบการให้บริการของทางร้านจะเป็นการบ่งบอกและสะท้อนได้ถึงแบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ซึ่งก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

5. พนักงาน (Staff) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยบุคลากรหรือพนักงาน และด้านการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรต้องวางแผนในการกำหนดคุณลักษณะการคัดเลือกและการจัดวางบุคลากรที่เหมาะสม จะสามารถช่วยผลักดันให้สาขาสามารถดำเนินการไปตามทิศทางและกลยุทธ์ที่กำหนดเอาไว้ได้

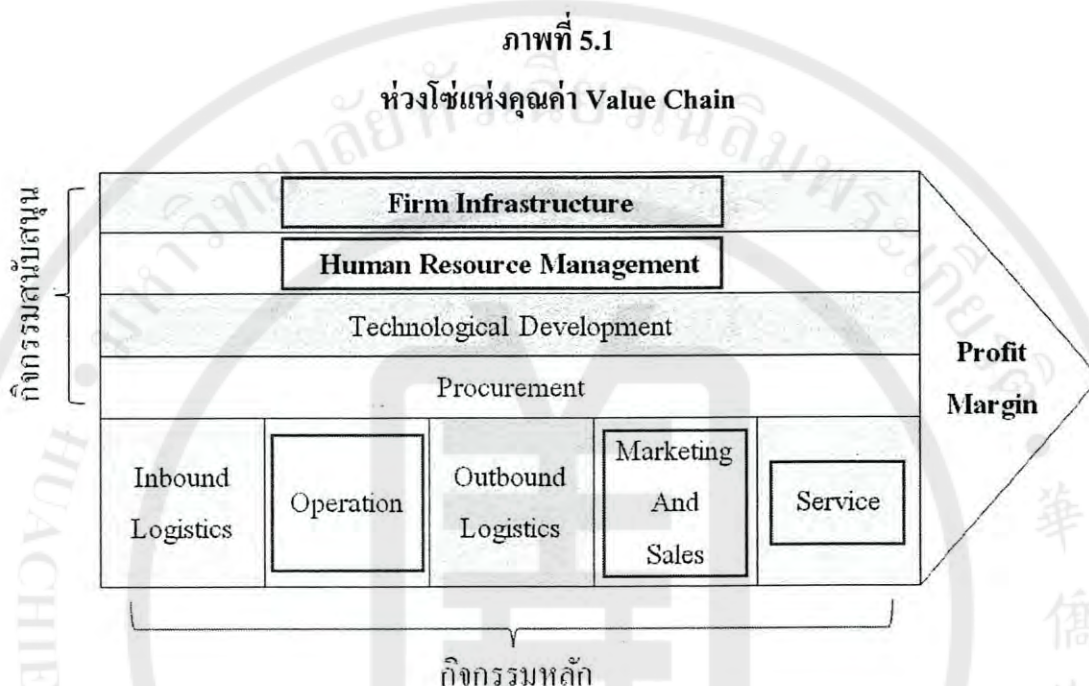
6. ทักษะ (Skill) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก กับปัจจัยบุคลากรหรือพนักงาน และด้านการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรต้องมีการประเมินและกำหนดตัวชี้วัด

ให้กับพนักงาน การประเมินทางด้านทักษะของบุคลากร ความเหมาะสมต่ออาชีพ และทักษะทางด้านความถนัด หรือความเชี่ยวชาญพิเศษ เช่น พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ชาย หรือ หญิง ที่มีความคล่องแคล่ว นำเชื่อถือ สะอาด และพุดจาไพเราะ มีความสุภาพ ความเหมาะสมก็ควรจัดสรรด้านการให้บริการต้อนรับลูกค้าด้านหน้า การเชียร์สินค้าของทางร้าน และองค์กรควรมีการอบรมพัฒนาเสริมทักษะเพิ่มเติมให้ด้วย

7. ค่านิยมร่วม (Shared Value) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยของประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสามารถให้ความสำคัญได้ว่าผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความรู้มากขึ้น มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น มีปัจจัยที่สามารถให้ความรู้ด้านโภชนาการและการบริโภคที่เข้าถึงลูกค้า การให้ความสำคัญต่อการบริโภคสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า นั้นจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งก็มีความสัมพันธ์กันกับสภาพขององค์กรที่จะต้องให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการสำหรับบุคลากรขององค์กรที่จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการมาก หรือองค์กรเองจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถรวมทั้งมีประสบการณ์เฉพาะด้านเป็นอย่างดี ในแต่ละแผนก ซึ่งจะส่งผลถึงค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน โดยสมาชิกขององค์กรที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหารและวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในองค์กร ผู้การเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนได้

ดังนี้

จากการพิจารณาการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) มีข้อเสนอแนะ



จากภาพที่ 5.1 เป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ผู้ปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับร้าน มีกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ดังนี้

3 กิจกรรมหลัก คือ

1. Operations การปฏิบัติการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า โดยทางภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและมีความประณีตเป็นอย่างดีทางด้านกระบวนการผลิตสินค้า คือ ด้านครัวต่าง ๆ ที่มีการจัดเตรียมกระบวนการภายในสาขา คือ กระบวนการด้านครัวร้อน ครัวซูชิ และบาร์น้ำ ด้วยการเอาใจใส่จากผู้ประกอบเมนูอาหาร (Chef) การรังสรรค์เมนูอาหารตามกระบวนการมาตรฐานการปฏิบัติให้อาหารออกมามีรสชาติตามมาตรฐานต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น มีความสะอาดสดใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งวัสดุและอุปกรณ์ภาชนะบนโต๊ะรับประทานอาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นการแสดงรายละเอียดบนตัวสินค้าสู่ความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าหรือผู้บริโภค จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและเพิ่มยอดขายให้กับสาขาได้เป็นอย่างดี

2. Marketing and Sales การตลาดและการขาย เป็นปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จทางด้านราคา แต่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ ควรจะต้องมีการจัดกิจกรรมด้านการตลาด การสนับสนุนและการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น หรือแคมเปญต่าง ๆ สำหรับทางสาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นการเชิญชวนลูกค้าให้ได้รู้จักได้เปิดใจเข้ามาใช้บริการที่ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ การเข้ามาทดลองในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งก็รวมไปจนถึงปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง บรรยากาศของร้านภายนอก และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และทั้งนี้กิจกรรมด้านการปฏิบัติการ Operations ก็จะต้องดำเนินกิจกรรมให้เป็นมาตรฐานด้านสินค้าเช่นกัน เพราะสินค้าและบริการจะต้องสามารถนำลูกค้าได้ในครั้งแรกที่ลูกค้าเปิดใจเข้ามาใช้บริการที่ร้านและต้องให้ยังผลถึงการเกิดการซื้อซ้ำด้วย เพื่อให้สอดคล้องและสอดคล้องกับกิจกรรมด้านการตลาดและการสนับสนุนการขายนี้

3. Customer Services การบริการ เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า โดยทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ จะต้องเน้นการบริการที่ดีเลิศเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าของทางร้าน การบริการด้วยความจริงใจ ความรวดเร็ว บุคลิกที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ความอ่อนน้อมถ่อมตน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งจะเป็นสินค้าตัวสำคัญที่จะเปิดประตูใจของลูกค้าให้กลับเข้ามาซื้อสินค้าซ้ำอีก การให้บริการการเอาใจใส่ที่ดีจะต้องสามารถบริการได้มากกว่าความต้องการของลูกค้าที่คาดหวังไว้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด ทั้งนี้กิจกรรมด้านการบริการจะต้องสอดคล้องกับกิจกรรมด้านการตลาด การขาย และการปฏิบัติการด้วย จะสามารถนำผลสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นสู่ผลกำไรของสาขา

2 กิจกรรมสนับสนุน คือ

1. Human Resource Management การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการสรรหาและคัดเลือกประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงาน โดยทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขาถนนเฉลิมพระเกียรติ จะต้องมีการจัดระบบการฝึกอบรมให้ความสำคัญกับพนักงานในทุกระดับปฏิบัติการ เพราะในระดับปฏิบัติการของร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นกำลังขับเคลื่อนที่สำคัญของทางร้าน ควรต้องมีการฝึกอบรมด้านการให้บริการ การปฏิบัติการ ในแต่ละแผนกงานให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลักขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความเป็นทีมงานให้กับองค์กร

2. Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร โดยทางภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ จะต้องจัดระบบพื้นฐานของสาขาให้มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจนเพื่อการดูแลจัดการที่สะดวก ทั้งในการตรวจเช็คตรวจสอบในแต่ละขั้นตอน ความโปร่งใสในทุกกระบวนการ การสามารถตรวจสอบได้ภายใน เพราะการจัดการด้านการเงินของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นมิสเตอร์ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรตินั้น เป็นระบบการจัดการเงินสดจากการขาย ซึ่งกิจกรรมสนับสนุนนี้ก็ต้องสอดคล้องกับกิจกรรมหลักด้วยเช่นกัน เพื่อจะสามารถสร้างผลกำไรได้สูงสุดให้กับภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ

จากพิจารณาปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factor) มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านราคา (Price) ควรมีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้เลือกสรรตามความต้องการ และมีราคาอาหารที่ถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้านอื่น ๆ ทั่วไป เพื่อการพัฒนาทางด้านยอดขายให้สูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย (Fresh and Clean) ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับความสะอาดอุปกรณ์และภาชนะบนโต๊ะอาหารมีความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย ด้วยการเอาใจใส่ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นและเป็นพิเศษ เพราะการนำเสนอลูกค้าด้วยความสะอาดที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้ด้วยตนเองบนโต๊ะรับประทานอาหารนั้น จะเป็นการต้อนรับลูกค้าด้วยความจริงใจอันจะนำผลสู่ความยั่งยืนของร้านอาหาร และจะนำสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร (Products Differentiations) ควรมีการจัดการรังสรรค์ปรุงแต่งอาหารให้มีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับของอาหารญี่ปุ่น และควรมีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น เพื่อเป็นการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าและเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี และจะนำสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน (Staff) ควรมีการจัดรูปแบบการบริการให้กับพนักงานด้วยการมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส การฝึกอบรมการฝึกฝนให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องถึงบุคลิกภาพโดยรวม ให้แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแว่น เพราะพนักงานหรือบุคลากรกับการบริการที่ดีจะเป็นสัญลักษณ์หรือตราสินค้าให้กับลูกค้าได้จดจำได้เป็นอย่างดี และจะยังผลสู่ความยั่งยืนของตราสินค้าด้วย อันจะนำสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านการให้บริการ (Services) ควรจัดรูปแบบการให้บริการและรองรับตอบสนองลูกค้าได้ด้วยความเร็ว และให้ลูกค้าได้รับความสะดวก เพราะความเร็วจะเป็นการแสดงออกให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความพร้อมในการให้บริการ ความพร้อมเพรียงกัน การเป็นทีมเดียวกัน การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส (Service Mind) เนื่องจากการให้บริการนั้นเป็นศิลปะที่ลูกค้าทุกคนชื่นชอบในความสวยงามของสิ่งนี้ จะเป็นส่วนที่จะสร้างและชูตราสินค้าขึ้นให้มีความโดดเด่น อันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง (Location) ควรมีสถานที่ตั้งของร้านที่มีความโดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องด้วยว่าด้านสถานที่ตั้งของร้านนั้นได้เลือกและดำเนินการไปแล้ว จึงควรเน้นในด้านการสร้างตกแต่งภายนอกให้มีความสะอาดตามีความโดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์ในการสังเกตและจดจำสำหรับลูกค้า และควรเลือกสถานที่ตั้งของร้านให้มีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานเพื่อการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว สำหรับลูกค้าอันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของร้านอาหารญี่ปุ่น

ด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน (Environment) ควรจัดสรรพื้นที่ของร้านภายนอก สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน ให้มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย เช่นการปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่น การจัดสวนต้นไม้ การจำลองสถานที่เพื่อเป็นการปรุงแต่งบรรยากาศของร้านให้มีความผ่อนคลาย เพราะปัจจุบันนี้สถานที่ภายนอกที่มีการจัดตกแต่งไว้อย่างสวยงาม เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างตลาดได้เป็นอย่างดีเพราะลูกค้าส่วนมากจะมีโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนที่สามารถถ่ายรูปและอัปเดตเช็คอินได้ทันที หรือกลุ่ม Social Network ต่าง ๆ อันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านสถานที่จอดรถยนต์ (Car Parking) ควรมีการจัดสรรสถานที่จอดรถยนต์ให้มีเพียงพอ โดยลูกค้าไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งการจัดสถานที่จอดรถยนต์โดยมีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน เพราะกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารนั้นจะเดินทางมาเป็นครอบครัวและเดินทางมาด้วยรถยนต์ การตอบรับลูกค้าด้วยสถานที่จอดรถที่มีเพียงพอเป็นจุดที่ลูกค้าจะพิจารณาตัดสินใจได้เป็นอย่างดี เพราะยิ่งในยุคปัจจุบันผู้คนส่วนมากมีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและมีความห่วงหาอาใจใส่กับรถยนต์ของตนเอง ดังนั้นการตอบรับลูกค้าด้วยสถานที่ที่จอดที่ดีและเพียงพอจะเป็นการแสดงถึงความห่วงหาอาใจใส่กับรถยนต์ของลูกค้าเช่นเดียวกัน อันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ เพราะห้องน้ำที่สะอาดน่าใช้บริการเป็นสิ่งที่ต้องมาคู่กันกับร้านอาหาร ควรมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม เพราะในความหลากหลายของลูกค้าในร้านอาหาร ยิ่งในช่วงเร่งด่วนของการขายที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก การมีอุปกรณ์ในการเรียกใช้บริการจะเป็นสิ่งที่ทำให้การบริการของร้านมีความรวดเร็วเข้าถึงและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ มีดังนี้

1. เนื่องจากประชากรกลุ่มตัวอย่างเก็บจากลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ เพียงสาขาเดียว จึงทำให้ต้องใช้เวลาในการเก็บพอสมควร เพราะลูกค้าบางโต๊ะค่อนข้างมีความต้องการความเป็นส่วนตัวกับกิจกรรมในการรับประทานอาหาร
2. กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่มาใช้บริการและตอบแบบสอบถามมีจำนวนต่อวันที่ไม่มาก และถ้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านก็จะเข้ามาในเวลาพร้อม ๆ กัน คือในช่วงเวลาประมาณ 17.00 น. - 20.00 น. จึงทำให้ผู้กระจายแบบสอบถาม (เจ้าหน้าที่บริการ) ต้องคอยดูแลเฉพาะเรื่องการบริการ ความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้การกระจายแบบสอบถามใช้เวลาพอสมควร
3. ผู้ตอบแบบสอบถามบางโต๊ะ และบางท่านไม่ได้ตอบแบบสอบถามครบในทุก ๆ ข้อคำถาม หรือไม่ตอบคำถามในส่วนที่สอง จึงทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลค่อนข้างใช้เวลาพอสมควร

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภทสาขาเดียว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการเพียงสาขาเดียว คือ สาขานนเฉลิมพระเกียรติ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในลักษณะชุมชนพื้นที่ ๆ อยู่อาศัย และแหล่งประชากรที่ทำงานหนาแน่น

2. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นประเภท สาขาเดี่ยว กรณีศึกษา ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิสาขานนเจติมพระเกียรติ ในการศึกษาครั้งต่อไปควร ศึกษาถึงปัจจัยด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ การส่งเสริมการขาย การขยายสาขาหรือเปิดสาขา เพิ่ม เพื่อการขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น และการเติบโตของยอดขายในอนาคต



บรรณานุกรม

- คอตเลอร์ ฟิลิป. (2552) การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. แปลโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ.
กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นพดล เจริญวิริยะธรรม. (2551) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบ
อิสระ บธ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปวีรศา โกวิทวิช. (2546) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภค :
กรณีศึกษาภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นโออิชิ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการจัดการ)
กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปัญญา บุญสิน. (2552) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ภัตตาคารอาหาร
ญี่ปุ่นฟูจิในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร : การศึกษาอิสระ ศศ.ม. (สาขาวิชาการ
จัดการภาครัฐและเอกชน) กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุวณิตย์ ทิศสกุล. (2545) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ผ้าและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระ บธ.ม. (สาขาวิชาการ
จัดการทั่วไป) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รุจิรา ถาวร. (2549) พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภค กรณีศึกษาภัตตาคาร
อาหารญี่ปุ่นซาบิชิ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริพงษ์ รักใหม่. (2552) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร
(กรณีศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตประเวศและเขตพระโขนง
กรุงเทพมหานคร). รายงานวิจัย บธ.บ. กรุงเทพมหานคร : คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิต
ธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546) การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงปี 2546.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2544) ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นปี'44. [ออนไลน์] แหล่งที่มา :
[http://www.kasikomresearch.com/TH/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=](http://www.kasikomresearch.com/TH/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=2566)
2566 (7 กุมภาพันธ์ 2544)

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2550) **ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นปี'50**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา :

http://www.kasikornresearch.com/kr/search_detail.jsp?id=9057&cid=5 (20 เมษายน 2550)

อัญชลี วงศ์วิบูลกุล. (2546) **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Peipei Xu. (2012) **SUCCESS FACTORS OF A CHINESE RESTAURANT**. BA.B. (Tourism and Catering) SOVANIA : SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES.



ภาคผนวก

ผนวก ก.

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารมิสเตอร์ ซูชิ
สาขานนเฉลิมพระเกียรติ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือเติมคำในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ 1. 15 - 24 ปี 2. 25 - 34 ปี 3. 35 - 44 ปี
 4. 45 - 54 ปี 5. 55 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพ 1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง/หม้าย
5. อาชีพหลักในปัจจุบันของท่านคืออะไร
 1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่นๆ ระบุ.....
6. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,000 - 20,000 บาท 3. 20,001 - 30,000 บาท
 4. 30,001 - 40,000 บาท 5. ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นผู้มาใช้บริการร้านมิสเตอร์ ซูชิ สาขาดอนเมืองพระเกียรติ
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดยมีเกณฑ์ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านมีความต้องการมากที่สุด

เห็นด้วย หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านมีความต้องการมาก

เฉยๆ หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านมีหรือไม่มีก็ได้

ไม่เห็นด้วย หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านมีความต้องการน้อย

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายถึง ตรงกับความคิดเห็นของท่านมีความต้องการน้อยที่สุด/ไม่ต้องการเลย

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉย ๆ	2 ไม่ เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2.1	ปัจจัยด้านราคา					
	1) ราคาอาหารถูกกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นร้าน อื่น ๆ ทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า					華
	2) มีอาหารญี่ปุ่นหลายระดับราคาให้ เลือกสรรตามความต้องการและเหมาะสม					僑
2.2	ปัจจัยด้านความสะอาดและถูกหลักอนามัย					
	1) อาหารในทุกรายการที่สั่งมีความสดและ สะอาดถูกหลักอนามัย					興
	2) อุปกรณ์และภาชนะบน โต๊ะอาหารมี ความสะอาดที่ถูกหลักอนามัย					
	3) โต๊ะรับประทานอาหารและที่นั่งรับรอง ได้รับการดูแลความสะอาดเป็นอย่างดี					
2.3	ปัจจัยด้านรสชาติและความหลากหลายของเมนูอาหาร					
	1) อาหารมีรสชาติมาตรฐานตามต้นตำหรับ ของอาหารญี่ปุ่น					
	2) มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือก มากมายตามตำหรับของอาหารญี่ปุ่น					
	3) มีรายการอาหารที่แนะนำจากเซฟ และมี รายการอาหารใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอ					

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉย ๆ	2 ไม่ เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2.4	ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน					
	1) การแต่งกายของพนักงาน มีรูปแบบกำหนดที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือได้					
	2) พนักงานมีท่าทีความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส					
	3) บุคลิกภาพโดยรวม แลดูสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น เล็บมือไม่ยาว ทรงผมสุภาพ ไม่ไว้หนวดเคราไม่สวมแหวน					
2.5	ปัจจัยด้านการให้บริการ					
	1) การให้บริการและรองรับตอบสนองได้ด้วยความรวดเร็ว และได้รับความสะดวก					
	2) การบริการด้วยความจริงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยความเอาใจใส่และยิ้มแย้มแจ่มใส					
	3) สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้					
	4) การสมัครบัตรสมาชิกมีการจัดรูปแบบและให้เงื่อนไขที่มีความเหมาะสมและได้รับคำแนะนำ					
2.6	ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง					
	1) ร้านมีสถานที่ตั้งที่โดดเด่น มองเห็นได้โดยง่าย และมีความเป็นเอกลักษณ์					
	2) ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว					
	3) ร้านมีสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานการเดินทางเพื่อมาใช้บริการสะดวก และรวดเร็ว					
2.7	ปัจจัยด้านบรรยากาศของร้านอาหารสิ่งแวดล้อมภายในร้านและภายนอกร้าน					
	1) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย					
	2) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งภายนอกร้าน มีการจำลองสถานที่ตามรูปแบบความเป็นญี่ปุ่น					

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉย ๆ	2 ไม่ เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	3) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีความร่มรื่น รู้สึกสบายและผ่อนคลาย					
	4) สิ่งแวดล้อมการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน มีการตกแต่งตามรูปแบบให้ความเป็นญี่ปุ่น					
	5) สิ่งแวดล้อมอุณหภูมิภายในร้าน อากาศเย็นสบายและถ่ายเทได้สะดวก มีความผ่อนคลาย					
2.8	ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถยนต์					
	1) สถานที่จอดรถยนต์มีเพียงพอ โดยไม่มีความกังวล และได้รับความสะดวกสบาย					
	2) สถานที่จอดรถยนต์มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดี ด้วยความเป็นระเบียบ ชัดเจน					
	3) เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าลานดูแลเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ด้วยความจริงใจ					
2.9	ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
	1) ห้องน้ำสำหรับ ชาย / หญิง / ผู้พิการ มีการแบ่งแยกชัดเจนและมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ					
	2) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็ก ได้รับความสะดวกและเหมาะสม					
	3) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาดเอียง ที่รองรับรถเข็น					
	4) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียกใช้บริการพนักงาน ได้รับความสะดวกและเหมาะสม					

ความคิดเห็นอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับการให้ข้อมูลของท่าน



ผนวก ข.

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นและธุรกิจอาหารญี่ปุ่น

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่นมีมากมายหลายประเภท แต่สิ่งที่สำคัญมากในการประกอบอาหารญี่ปุ่นทุก ๆ ประเภท คือ เครื่องปรุงรส ในประเทศญี่ปุ่นในการรับประทานจะรับประทานวันละ 3 มื้อคือ อาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหารเย็น มื้อกลางวันมักจะเป็นอาหารเบา ๆ และ อาหารเย็นจะเป็นมื้อหนักที่สุด มีอาหารมากมาย และเป็นมื้อที่สำคัญที่สุดของวัน ถ้าเป็นอาหารเย็นแบบดั้งเดิม จะนิยมรับประทานข้าว น้ำซุชิที่ทำมาจากเต้าเจี้ยว (มิโซะ) ผักคอง และปลาหรือเนื้อ ประกอบด้วยเครื่องปรุง เช่น ซอสถั่วเหลือง มัตซาดะญี่ปุ่น และสาหร่ายกรอบ อาหารหลักของชาวญี่ปุ่น มีดังนี้

1. ข้าว ข้าวกับคนญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กันมาเป็นเวลายาวนาน แม้แต่ในเทพนิยายก็ยังปรากฏเรื่องราวของการเริ่มต้นปลูกข้าว การหว่านเมล็ดข้าวในฤดูใบไม้ผลิ การปักดำต้นกล้า ข้าวในต้นฤดูร้อน การกำจัดวัชพืช และการเก็บเกี่ยวในฤดูใบไม้ร่วง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าตลอดเวลามากกว่า 200 ปี เนื่องจากการปลูกข้าวขึ้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของดิน ฟ้า อากาศ จึงเกิดพิธีบูชาบวงสรวงเทพเจ้าขึ้นมามากมายตลอดทั้งปี โดยพิธีเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับพิธีในพระราชสำนัก และงานนักขัตฤกษ์ประจำปีของประชาชนทั่ว ๆ ไป ข้าวอุดมด้วยคาร์โบไฮเดรตและโปรตีน ดังนั้นวิธีการรับประทานอาหารโดยมีข้าวเป็นอาหารหลักกับข้าวที่เป็นผักและปลาจึงกลายเป็นอาหารประจำวันแล้วก็ยังมาทำเป็นสุราและน้ำส้มอีกด้วย นอกจากนั้นข้าวยังถูกใช้เป็นเงินตราในการจ่ายภาษีและค่าจ้างมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงกลางศตวรรษที่ 19 ทั้งผลผลิตจากที่ดิน การประมงภาษี เงินเดือนของชามูโร และ ทรัพย์สินสมบัติของไคเมียวต่างวัดกันเป็น โคะกุ (เท่ากับจำนวน 180 ลิตร) ซึ่งเป็นปริมาณของข้าวที่คน ๆ หนึ่งบริโภคในหนึ่งปีอาหารเช้าแบบพื้นฐานที่สุดของญี่ปุ่นก็คือ ข้าวสวย กับซุชิเต้าเจี้ยว และสิ่งที่เคียงข้างมาด้วยก็คือ ผักคองหรือบิวคอง นอกจากนี้มีสาหร่าย ก้านคโต (ถั่วเหลืองหมัก) ประกอบ ตั้งแต่สมัยโบราณอาหารของคนญี่ปุ่นจะประกอบด้วยข้าวสวยกับซุชิเต้าเจี้ยว และกับข้าว 1 อย่าง ซุชินี้เรียกว่า อิชิจูอิซซะอิ หรือ ซุชิเต้าเจี้ยวกับข้าว 3 อย่าง ซึ่งเรียกว่า อิชิจูซันซะอิ แบบนี้เป็นการผสมผสานซุชิเต้าเจี้ยวและกับข้าวสวย ถ้าเป็นอาหารแบบง่าย ๆ จะมีกับข้าว 1 จาน ถ้ายังมีกับข้าวมากจนขึ้นเท่าไรก็จะเป็นการเลี้ยงที่ยิ่งใหญ่มากขึ้น แม้ว่าปัจจุบันข้าวค่อนข้างมีบทบาทลดน้อยลง เพราะนิสัยในการบริโภคของชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนไปเป็นแบบตะวันตก ประชาชนหันมาบริโภคขนมปัง ซีเรียลและถั่วเตี๋ย

มากขึ้น อย่างไรก็ตามข้าวก็ยังเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญอย่างหนึ่งและเป็นอาหารหลักของชนญี่ปุ่นเหมือนเดิม นอกจากข้าวจะเป็นอาหารหลักประจำมือของชาวญี่ปุ่นแล้วยังสามารถคิดแปลงนำมาปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด เช่น ทะกิโกะมิ โกะฮัง เป็นอาหารพื้น ๆ ของชาวญี่ปุ่น คือ ข้าวที่หุงกับเครื่องปรุงต่าง ๆ โดยการนำของสด ๆ ที่ได้มาตามฤดูกาลไม่ว่าจะเป็น ผัก เนื้อ ปลา หอย ฯลฯ มาใส่แล้วเติมเครื่องปรุงรสคือ โชยุ กับเหล้าลงไปด้วย ที่นิยมกันก็คือ ในฤดูร้อนมีถั่วลันเตาก็นำมาทำเป็นกับข้าวเมล็ดถั่วลันเตา หรือ “เอ็นโด โกะฮัง” (Endo Gohan) ส่วนฤดูใบไม้ร่วงมีเม็คมะสึทะเคะ ก็ทำเป็นข้าวเห็ดสน หรือ “มะสึทาเคะ โกะฮัง” (Matsutake Gohan) กับข้าวลูกเกาดัด หรือ “คุริ โกะฮัง” ส่วนฤดูหนาวก็รับประทานข้าวหอยนางรม หรือ “คะกิ เมะชิ” กับข้าวหุงกับปู หรือ “คะนิ เมะชิ” และฤดูใบไม้ผลิมิหน่อไม้จันทน์ก็ทำเป็นข้าวหน่อไม้จันทน์ หรือ “ทะเคะ โนะ โคะ โกะฮัง” (Takenoko Gohan) กับข้าวถั่วกรีนพีซ หรือ “กรีนพีซ โกะฮัง” นอกจากนี้อาจเติม ใบชิโตะ โนะ เมะ เปีะ ก๊วย ดอกเบญจมาศเล็ก โรยหน้าลงไป ตามแต่ชอบ บางท้องถิ่นซึ่งมีผลผลิตที่ขึ้นชื่อและเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น ก็จะมีข้าวอบแบบพิเศษ ๆ อย่างเช่น ที่อะโอะโมริ เราจะได้ทานข้าวอบหอยแครง หรือ “โฮะทะทะ โกะฮัง” (Hotategohan) หรือที่ เซะ โตะ ก็มีข้าวอบปลาชิบิริม “ไท เมะชิ” (Tai Mashi) ส่วนที่ชินชูจะได้ทานข้าวอบผักต่าง ๆ ที่ขึ้นตามภูเขา หรือ “ซังไซ โกะฮัง” (Sansai Gohan) นอกจากนี้เราจะเลือกส่วนผสมต่าง ๆ ที่มีรสชาติตามใจชอบได้แล้ว เรายังเลือกสีสันต่าง ๆ ได้ด้วย เพราะฉะนั้นเมนูจานนี้เป็นเมนูที่ติดใจของชาวญี่ปุ่นทุกเพศทุกวัยตั้งแต่เด็กจนถึงคนชรา

2. ปลา ก็เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญ นำมาประกอบอาหารได้หลายประเภท ดังนี้

2.1 ซาซิมิ หรือ ปลาดิบ ถือว่าเป็นสุดยอดศิลปะการรับประทานอาหารญี่ปุ่นเนื่องจากทำให้เราได้ลิ้มรสชาติที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นปลาแซลมอน ปลาโอ ปลาทูน่า ปลาหมึก หรืออาหารทะเลทั้งหลายที่ต้องสด ใหม่ และสะอาดจริง ๆ ถึงจะนำมาเสิร์ฟได้ ปลาดิบนี้จะต้องรับประทานกับ วาซาบิ และ โชยุ จะทำให้ได้รสชาติที่กลมกล่อม และไม่มึนคาว และรับประทานกับ ไซเท้า ที่ขูดเป็นเส้น ๆ ด้วยการทำซาซิมิ ดูเหมือนง่าย แค่นั้นเป็นชิ้น ๆ แล้ววางเรียงแต่จริง ๆ แล้วต้องมีเทคนิค ๆ หนึ่งอย่างรวดเร็วเพื่อให้ผิวหนังที่ตัดเรียบด้วย ซึ่งผู้ที่ทำได้ต้องชำนาญจริง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นจะมีปลาดิบรับประทานตลอด เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีทะเลล้อมรอบ และมีอาหารทะเลสด ๆ มากมาย ในส่วนของวาซาบิในประเทศญี่ปุ่นได้ทำการวิจัยในเรื่องวาซาบิ โดยคุณ โดชิโอะ ลียามา หัวหน้าทีมวิจัยวาซาบิ ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนใต้ของกรุงโตเกียว กล่าวว่า การวิจัยพบว่า วาซาบิสามารถฆ่าเชื้อโรคได้ และช่วยต่อต้านการติดเชื้อจากแบคทีเรียบางชนิด ช่วยกำจัดพยาธิ Anisakis ต่อต้านสารก่อมะเร็ง และป้องกันเลือดอุดตันด้วย

2.2 ปลาไหลญี่ปุ่นย่าง เป็นอาหารยอดนิยมของชาวญี่ปุ่นมาแต่โบราณ ทั้งนี้ก็เพราะว่า ปลาไหลญี่ปุ่นย่างนั้นเป็นเนื้อปลาที่อร่อยแบบกรอบนอกนุ่มใน นอกจากนี้ยังมีความเชื่ออีกว่า การรับประทานปลาไหลจะช่วยให้อายุยืนยาวและสุขภาพแข็งแรงตลอดปี ชาวญี่ปุ่นในอดีตจะนิยมรับประทานปลาไหลย่างในช่วงที่ร้อนที่สุดของปี (Doyo) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันอุชิโนะฮิ (Ushi No Hi) ซึ่งถือเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยเอโดะ (Edo. 1603 - 1867) ซึ่งเชื่อกันว่าในวันอุชิโนะฮินั้น ปลาไหลจะมีรสชาติอร่อยเป็นพิเศษ เมื่อรับประทานแล้วจะช่วยบำรุงกำลัง และสามารถต้านทานความร้อนของอากาศได้เป็นอย่างดี ในญี่ปุ่นกรรมวิธีการปรุงปลาไหลญี่ปุ่นย่างจะแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ เช่น แถบจังหวัดคันไซจะไม่มีกระบวนการอบปลาไหล แต่จะเน้นการย่างนานขึ้น ดังนั้นปลาไหลย่างในแถบคันไซจะมีความกรอบมากเป็นพิเศษกว่าในท้องที่อื่น ๆ อาหารญี่ปุ่นที่ปรุงจากปลาไหลย่างมีด้วยกันหลายชนิด เช่น ปลาไหลย่างเสียบไม้ย่างชิอิว (Unagi Kaba Yaki) ข้าวหน้าปลาไหลญี่ปุ่น (Unagu หรือ Unagi Donburi) และ ปลาไหลญี่ปุ่นย่างแบบธรรมดาไม่มีการปรุงรส (Shirayaki) ซึ่งเป็นที่นิยมมากสำหรับผู้ชื่นชอบรสชาติปลาไหลแท้ ๆ สำหรับความอร่อยของปลาไหลย่างจะมาจากกรรมวิธีการปรุงเป็นสำคัญ โดยขั้นตอนเริ่มจากการแล่เนื้อปลาไหลเอาก้างออก ซึ่งต้องทำโดยพ่อครัวผู้ชำนาญเท่านั้น จากนั้นก็เอาไม้เสียบและย่างตามกรรมวิธีพิเศษ คือ การย่างด้วยถ่านไม้ จากนั้นจึงเอามาอบอีกครั้ง เพื่อละลายไขมันส่วนเกินจนได้ที่แล้วจึงปรุงรสด้วยชิอิวสูตรลับเฉพาะของแต่ละร้านซึ่งตรงจุดนี้เองที่ทำให้ปลาไหลย่างของแต่ละร้านมีรสชาติแตกต่างกันออกไป จากนั้นนำมาย่างอีกครั้งหนึ่ง คราวนี้ก็พร้อมรับประทานได้เลย

2.3 เท็มปุระ ที่ทำจากผักทอดน้ำมันนั้น มีต้นกำเนิดจากนักสอนศาสนาชาวโปรตุเกส ที่เดินทางเข้ามาเผยแผ่ศาสนาในประเทศญี่ปุ่นเมื่อศตวรรษที่ 16 แล้วนำอาหารชนิดนี้เข้ามาด้วย แต่ต่อมาชาวญี่ปุ่นนำมาดัดแปลงใหม่ให้เป็นแบบที่ตนเองชอบมากขึ้น ที่มาของคำว่า Tempura ไม่มีประวัติแน่ชัดนัก นักประวัติศาสตร์บางท่านก็ว่ามาจากคำว่า เท็มโประ ซึ่งหมายถึง วันที่ถือศีลงดกินปลา ของนักสอนศาสนาชาวโปรตุเกส หรือ ไม่ก็ว่ามาจากคำว่า เท็มเประ ซึ่งหมายถึง กรรมวิธีการลงสีแบบจิตรกรที่ใช้การผสมสีของเหลวชั้น ในสมัยเอโดะ ท่านโชกุน โทคุกาวา อิยาตี (ปีคริสตศักราช 1603 - 1867) เป็นผู้ที่ชื่นชอบการลิ้มลองรสชาติอาหารใหม่ ๆ เมื่อท่านได้ลองรสชาติของเท็มปุระ ก็เกิดความชื่นชอบ และแพร่หลายออกไป ชาวเมืองเอโดะ ซึ่งปัจจุบัน คือ เมืองโตเกียว เมื่อปลายปีศตวรรษที่ 17 มีการย้ายเมืองหลวงจากเมืองเกียวโตมาอยู่ที่ เอโดะ นั้น เท็มปุระก็เป็นอาหารที่โปรดปรานของชาวเมืองเป็นอย่างมาก ตั้งระกันบนชั้นสูงลงมาจนถึงประชาชนทั่วไป มีการวางขายตามท้องถนนไม่ว่าจะเป็นรถเข็น หรือร้านริมทาง หารับประทานได้สะดวก แล้วใช้พลาสติก ๆ ที่จับได้จากอ่าวเอโดะเป็นวัตถุดิบในการทำ ต่อมาก็ดัดแปลงจากปลา มาเป็นกุ้ง ปลาหมึก ผักสารพัดชนิด เช่น พักทอง หัวหอม มันฝรั่ง หรือเห็ดต่าง ๆ นำมาชุบแป้ง

ปรุงรสที่ผ่านกรรมวิธีการทำและทอดแบบกรอบนอก นุ่มใน จนเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย แต่เดิมเพิ่มปุระ อุดัง หรือ เพิ่มปุระ โขชะ คือ การนำเพิ่มปุระมาวางบนอูดัง หรือ โขชะ หรือ ทำเป็นเต็นดั่ง คือ การวางมาบนข้าว ทำให้มีรูปแบบเพิ่มปุระที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2.4 ชูชิ มีวิวัฒนาการมาเมื่อหลายร้อยปีก่อน เกิดจากความต้องการถนอมอาหารของชาวญี่ปุ่น โดยนำปลาดิบที่ล้างจนสะอาดแล้วมาหมักกับเกลือและส่วนผสมต่าง ๆ จนได้ที่ จากนั้นก็นำปลาดิบที่หมักเสร็จแล้วมารับประทานพร้อมกับข้าว ดังนั้น ชูชิ หมายถึง การรวมกันระหว่างข้าวกับปลา ผู้ที่คิดค้นสูตรการทำชูชิ ก็คือพ่อครัวโยเฮอิ ซึ่งคิดค้นตอนประมาณศตวรรษที่ 18 ชูชิ มีด้วยกัน 2 รูปแบบคือ รูปแบบคันไซ มาจากจังหวัดโอซาก้า ซึ่งรู้จักกันในชื่อของ โอชิชูชิ ส่วนรูปแบบที่ 2 คือ รูปแบบเอโดะมาจากโตเกียว และเป็นที่มาของ นิริชูชิ ซึ่งเป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลกและรู้จักกันมากที่สุด ตั้งแต่มีการคิดค้นชูชิขึ้นมาและเป็นที่นิยมทั่วไป ไม่ใช่เฉพาะคนญี่ปุ่นเท่านั้นที่รับประทาน แต่กลายเป็นที่รู้จักทั่วโลก เนื่องจากรับประทานง่าย เป็นชิ้นพอดีคำ และเหมาะกับทุกฤดูกาล พร้อมทั้งยังดีต่อสุขภาพด้วยชูชิมีหลายชนิด แต่ที่นิยมกันบ่อยมี 4 แบบ ดังนี้

1. นิริชูชิ คือ ข้าวเป็นก้อนรูปวงรีแล้ววางเนื้อปลาดิบ ปลาหมึก ฯลฯ ไว้ข้างบน อาจจะเสริมรส หรือแตกต่างด้วยสาหร่ายทะเล ก็ได้ ชูชิแบบนี้เป็นที่นิยมกันมากที่สุด
2. มากิชูชิ มีวิธีทำด้วยกัน 3 แบบ คือ แบบแรกม้วนข้าวไว้ด้านใน แบบที่สองม้วนกลับด้านเอาข้าวไว้ข้างนอก และแบบที่สามห่อเป็นรูปกรวย
3. ชิรามิชูชิ นำเนื้อปลาดิบ ปลาหมึก กุ้ง ผัก ฯลฯ ที่หั่นเป็นชิ้น ๆ วางเรียงบนข้าวที่ใส่อยู่ในกล่อง
4. โอชิชูชิ นำข้าวมาอัดลงในแม่แบบรูปสี่เหลี่ยมตามยาว หั่นขนาดพอดีให้รับประทานเป็นคำ ๆ แล้ววางเนื้อปลาไว้ด้านบน

สำหรับชูชิที่นิยมทำตามบ้าน ก็มีพวกมากิชูชิ แบบพันด้วยไข่ หรือสาหร่าย อินะริชูชิ คือข้าวปั้นห่อด้วยแผ่นเต้าหู้ ชิรามิชูชิ ส่วนนิริชูชิ ที่สั่งรับประทานตามเคาเตอร์ในร้านตามต้องการนั้น มีราคาแพง ด้วยเหตุนี้จึงเกิดมีร้านขายคะอิเต็นชูชิ หรือชูชิที่เลื่อนไปตามสายพานแบบราคาถูกลงขึ้น ในระยะหลัง ๆ นี้มีการทำทะเลมะกิชูชิ หรือข้าวที่ห่อสาหร่ายด้วยมือรับประทานกันในบ้าน และกลายเป็นโฮมปาร์ตี้ที่นิยมกันแพร่หลายมาก สิ่งที่น่าสังเกตอย่างหนึ่งก็คือ ข้าวในชูชิมีการปรุงรสด้วย โดยใส่น้ำส้ม เกลือ น้ำตาล ทำให้รสชาติออกหวาน ๆ เปรี้ยว ๆ เค็ม ๆ เล็กน้อย

3. อาหารกล่องที่เรียกว่า “มะกุโนะอูชิ เบ็นโต” นั้น แปลตามตัวอักษร คือ อาหารกลางวันระหว่างม่าน ประกอบด้วยอาหารที่ทำด้วยเครื่องปรุงหลากหลายและปรุงด้วยวิธีต่าง ๆ กัน เช่น มิโนะโมะ คือ ผักต้ม ยาโกโมะโนะ คือ ปลาย่าง ชูโนะโมะโนะ คือ อาหารประเภทปลา และ

ผักที่แช่น้ำส้มมาแล้ว อะเงะโมะโนะ คือ อาหารประเภททอด ซูเกะโมะโนะ คือ ผักคอง การเปิดกล่องมะกุนะอุชิเป็น โด จึงเป็นเรื่องเฟลิดเฟลินมากสำหรับชาวญี่ปุ่น มะกุนะอุชิ เป็น โด มีต้นกำเนิดในสมัยเอโดะ เมื่อประชากรออกไปหาความสำราญจากการดูแลครจะมีการจัดข้าวสวย และกับข้าวออกขายให้ผู้ชมรับประทานระหว่างที่ปิดผ้าม่านให้ละครหยุดพักครึ่งเวลา ในขณะที่อาหารตะวันตกจะให้ความสำคัญกับอาหารจานหลักมากที่สุด แต่อาหารญี่ปุ่นจะจัดอาหารมากมาย หลายชนิดที่เป็นอาหารที่ได้จากทะเลบ้าง อาหารที่ได้จากภูเขาบ้าง และอาหารที่ได้จากท้องถื่นบ้าง สำหรับมะกุนะอุชิ เป็น โด นั้นจะจัดเรียงอย่างสวยงามมีความกลมกลืนกันทั้งหมดแสดงให้เห็นสุนทรีย์ทางด้านความงามของคนญี่ปุ่นนอกจากมะกุนะอุชิ เป็น โดแล้ว ยังมีเป็น โด แบบอื่น ๆ อีก เช่น เป็น โด แบบง่าย ๆ เรียกว่า โอะเป็น โด คือข้าวปั้น และ ฮิโนะมะรุเป็น โด ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับธงชาติญี่ปุ่น ฮิโนะมะรุ หมายถึง ธงชาติของญี่ปุ่นซึ่งมีพระอาทิตย์สีแดงอยู่บนพื้นสีขาว ฮิโนะมะรุเป็น โด จึงประกอบด้วยข้าวสวยสีขาว และ อุเมะ โยะมิ คือ ลูกบ๊วยแดงสีแดงอยู่บนพื้นสีขาว นอกจากนั้นตามร้านขายเป็น โด มุมขายเป็น โด ในซูเปอร์มาร์เก็ตและคอนวีเนียนสโตร์ มักจะมี โอะเป็น โด หลายชนิด เช่น ซุชิเป็น โด ทงกะซูเป็น โด เป็นต้น รวมทั้งเป็น โด ร้อน ๆ ที่เพิ่งทำเสร็จใหม่ ๆ ก็มีขายด้วยส่วนเป็น โด ที่เป็นที่นิยมและเป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่นก็คือ เอะกิเป็น ซึ่งมีความหมายตามตัวอักษรว่า เป็น โด ตามสถานีรถไฟโดยเป็น โด เหล่านี้จะวางขายตามสถานีรถไฟ เริ่มแพร่หลายตั้งแต่ปลายสมัยเมจิและต้นสมัยทะอิโหม ทั้งนี้แต่ละภูมิภาคจะมี เป็น โด ของตนเองที่สามารถอวดรสชาติท้องถิ่นของตัวเองได้คล้าย ๆ กับอาหารชื่อดังตามภาคต่าง ๆ หรือจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย

4. ก้วยเตี่ยว เส้นก้วยเตี่ยวที่ทำจาก บักวีท (โชนะ) แล้วข้าวสาตี (อุคัง) เป็นอาหารยอดนิยมที่ใช้แทนข้าว โดยจะใส่ในชามกั้นลึกลงกับน้ำซุปร้อน โรยหน้าด้วยผัก เต้าหู้ทอด หรือเพิ่มกระดูกงูเตี่ยวเย็นรับประทานโดยจุ่มซอสเป็นอาหารกลางวันเพื่อความสดชื่นในฤดูร้อน ในสมัยเอโดะ เมื่อจะรับประทาน โชนะ ผู้คนจะใช้ไหหล่อแหวกมัน โนะเร็นหน้าร้านเข้าไป ม่านโนะเร็นนี้เป็นม่านที่มีลักษณะเป็นแฉกสั้น ๆ เมื่อโชนะถูกนำมาเสิร์ฟ ชาวญี่ปุ่นก็จะรีบเอาตะเกียบคีบโชนะขึ้นมาจุ่มลงในน้ำจิ้ม เล็กน้อย แล้วสอดเข้าปากด้วยเสียงอันดัง การรับประทานแบบนี้ ถือเป็นวิธีรับประทานแบบอีกของชาวเอโดะ

5. ซาบู ซาบู เป็นอาหารประเภทหม้อไฟ ส่วนประกอบหลักคือ เนื้อวัวหั่นบาง ๆ หรือ เนื้อหมูก็ได้ เนื้อวัวไม่ใช่อาหารดั้งเดิมของชาวญี่ปุ่น จนมาถึงปลายสมัยเอโดะ (คริสต์ศักราช 1603 - 1867) มีชาวตะวันตกจำนวนมากเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น และได้ขอร้องให้รัฐบาลเอโดะขายเนื้อวัวเพื่อเป็นอาหารให้ จึงเป็นสาเหตุให้ตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 19 ผู้ที่ต้องการรับประทานเนื้อวัวสามารถหาซื้อได้ในย่านที่พักอาศัยของชาวตะวันตก ชาวญี่ปุ่นจึงไปปรุงอาหารรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งซาบู ซาบู นอกจากเนื้อวัว และเนื้อหมูแล้ว ก็นิยมใส่ผักสดต่าง ๆ คือ เห็ดหอมสด เห็ดเข็มทอง ผักกาดขาว เต้าหู้ หัวบุกและเส้นอุคัง ส่วนน้ำซุปรี่ที่ทำจากสาหร่ายทะเล มีน้ำจิ้ม 2 แบบ

คือ แบบน้ำจิ้มงา ซึ่งมีส่วนผสมคือ งาอบขาว กระเทียมสด และ โชยุ แบบที่สอง คือ โชยุผสมน้ำส้มสายชู ซาบู ซาบู เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นทำรับประทานกันที่บ้าน โดยนำมาไม้ไผ่มาตั้งตรงกลางแล้วนั่งล้อมวง ประงไปรับประทานไป เหมาะสมหรับเป็นอาหารเย็นในวันที่อากาศหนาวเย็น โดยเฉพาะช่วงฤดูหนาว สมาชิกในครอบครัวอยู่กันพร้อมหน้า

6. โอะเซะเซชิ - เรียวริ คือ อาหารปีใหม่ ตามประเพณีนิยมของชาวญี่ปุ่น เมื่อถึงปลายปี บรรดาแม่บ้านทั้งหลายจะเตรียม โอะเซะเซชิ เรียวริ หรือตำราปรุงอาหารที่สืบทอดมาซึ่งจะแตกต่างกันตามแต่ละครอบครัวและภูมิภาค ในสมัยก่อนนั้น อาหารปีใหม่จะถูกเตรียมไว้ในปริมาณมาก โดยบรรจุกล่อง เครื่องเขียน 4 ชั้น ที่เรียกว่า จูบะโกะ สำหรับรับประทานเป็นอาหารด้วย ภายหลังจากนี้ รสนิยมของชาวญี่ปุ่นได้เปลี่ยนแปลงไปพร้อม ๆ กับที่อาหารการกิน ถูกอิทธิพลตะวันตกครอบงำ ดังนั้น จำนวนของครอบครัวญี่ปุ่นที่ทำอาหาร ปีใหม่ไว้รับประทานเองจึงน้อยลง ตอนช่วงปลายปี ตามมุมขายอาหารให้ห้างสรรพสินค้าที่ญี่ปุ่นนั้น นอกจากจะมีอาหารปีใหม่ประเพณีนิยมแล้วยังมีอาหารปีใหม่แบบตะวันตกและจีนอีกด้วย ส่วนในร้านคอนวีเนียนสโตร์ ก็มี โอะเซะเซชิ เรียวริ ที่จัดใส่กล่องพลาสติกวางขายเหมือนกันทำให้ชาวญี่ปุ่นสามารถเพลิดเพลินกับบรรยากาศปีใหม่ได้โดยไม่ต้องยุ่งยาก ถึงแม้ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนไป โอะเซะเซชิ เรียวริ ก็ยังเป็นอาหารจำเป็นสำหรับคนญี่ปุ่นอยู่ทั้งนี้เพื่อเตือนให้รู้ถึงการมาเยือนของปีใหม่ แม้ตามที่พักในสนามสกีก็ยังเสิร์ฟ โอะเซะเซชิ เรียวริ พร้อมกับ โอะโสนิ คือ ซุปโมะชิ ซึ่งเป็นซूपที่ใส่โมะชิกับเครื่องปรุงอื่น ๆ เช่น ผัก ไข่ หรือ ปลา โมะชิ นับเป็นอาหารที่ให้พลังงานสูงและกลายเป็นประเพณีที่จะเริ่มต้นชีวิตในหนึ่งปี ด้วยอาหารสุขภาพอันยอดเยี่ยม โดยทั่ว ๆ ไปในเขตคันไซ จะใช้โมะชิเป็นก้อนกลม ส่วนเขตคันโต จะใช้โมะชิรูปสี่เหลี่ยม สำหรับเครื่องปรุงก็จะใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น ดังนั้นส่วนผสมจึงแตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค และครอบครัวสำหรับ โมะชิซึคิ คือการตำโมะชิ โดยนำแป้งข้าวเหนียวนึ่งร้อน ๆ ไปตีนวด หลาย ๆ ครั้ง ด้วยไม้ตีในถังไม้ การทำโมะชิเป็นประเพณีตอนสิ้นปีของชาวญี่ปุ่น สมัยก่อนที่ทุกครอบครัวจะทำโมะชิเอง แต่ปัจจุบันคนญี่ปุ่นสมัยใหม่จะใช้เครื่องทำแป้งโมะชิที่ใช้ไฟฟ้าหรือจะก็ซื้อโมะชิที่ทำแบบสำเร็จรูปแล้วมากกว่า จริง ๆ แล้วการตำโมะชิ นับเป็นประเพณีเก่าแก่ที่สนุกสนาน และยังสามารถพบเห็นได้ตามโรงเรียนอนุบาลบ้าง อาหารอีกชนิดหนึ่งที่ชาวญี่ปุ่นต้องรับประทานในวันที่ 31 ธันวาคม คือ โซบะถือเป็นสัญลักษณ์ของการมีอายุยืนยาว เพราะมีลักษณะเป็นเส้นยาวชาวญี่ปุ่นถือว่าการรับประทานโซบะในวันนี้ นั้นเพื่อจะได้มีอายุยืนยาวไปอีกนานเหมือนเส้นบะหมี่นั่นเอง ดังนั้นวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี จะเป็นวันที่ร้านบะหมี่ขายดีมากที่สุด ซึ่งประเพณีการรับประทานบะหมี่ ชิโคชิโซบะ นี้เริ่มมาตั้งแต่ในสมัยเอโดะแล้ว

7. เครื่องปรุงรส ได้แก่ มิโอะ และ โชยุ เป็นเครื่องปรุงรส ที่จะขาดมิได้สำหรับอาหารญี่ปุ่น ทั้งมิโอะ และ โชยุทำจากถั่วเหลืองที่นึ่งแล้วใส่ข้าวมอลต์ลงไปแล้วหมักเอาไว้ โดยมียีสต์เป็นตัวกระตุ้น ซึ่งภูมิอากาศที่มีอุณหภูมิและความชื้นสูงของญี่ปุ่น ช่วงให้ยีสต์ทำงานได้ดี ทำให้มิโอะและโชยุมีรสชาติอร่อยเฉพาะตัว มิโอะ ไม่ได้ใช้เฉพาะใส่ซูชิมิโอะเท่านั้น เพราะมิโอะยังใช้ทำอาหารอื่น ๆ อีกมากมายเช่น มิโอะ-เต็งงะกุ คือ เต้าหู้ย่างราดซอส มิโอะซุมิโอะ-อะเอะ คือ ผักผสมน้ำส้มกับมิโอะ ซะกะนะ โนะ-มิซุเกะ คือ ปลาใส่มิโอะ เพื่อให้รสชาติที่แปลกออกไป ทำให้หอสมมีความเหนียวมากยิ่งขึ้นและช่วยถนอมอาหารได้ด้วย เนื่องจากมิโอะที่บรรดาคนญี่ปุ่นรับประทานอยู่นี้ทำจากถั่วเหลืองจึงมีโปรตีนอยู่จำนวนมาก โดยทั่วไปถั่วเหลืองมีคุณสมบัติทำให้ย่อยยากอยู่แล้ว เมื่อนำมาเป็นมิโอะแล้วจะย่อยง่ายขึ้น ซึ่งการรับประทานถั่วเหลืองกับข้าว จะให้คุณค่าทางอาหารสูงถั่วเหลืองจึงเป็นอาหารที่สำคัญสำหรับคนญี่ปุ่นที่ไม่ค่อยรับประทานเนื้อสัตว์มาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งนี้ สมัยก่อนแต่ละครัวเรือนจะทำมิโอะไว้รับประทานเอง

โชยุ เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับชาชิมิ และจำเป็นในการทำสุกี้ยากี้ โชะบะซุยุ คือ น้ำจิ้มโชะบะ อะมะทซุยุ คือ น้ำจิ้มเพิ่มปุระ นอกจากนั้นยังใช้เป็นเครื่องปรุงสำหรับอาหารจำพวกเนื้อและใช้เป็นน้ำสลัดได้ด้วย ปัจจุบันโชยุกลายเป็นเครื่องปรุงรสประเภทซอสถั่วเหลืองที่ใช้กันทั่วโลก ทั้งโชยุตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่นจะมีความแตกต่างกันออกไป เช่น โคะอิกุ ชิโชยุ จะเป็นโชยุที่ใช้ทั่วไปซึ่งมีแดงน้ำตาลแดงราเข้มข้นและกลิ่นแรง อุซุคุชิโชยุ มีสีอ่อนรักษาสีและรสของอาหารตามธรรมชาติโดยมีส่วนผสมของเกลือซึ่งอุซุคุชิโชยุ นิยมใช้ในแถบคันไซมากกว่า โคะอิกิโชยุ ทะมะริโชยุเป็น โชยุแบบดั้งเดิมที่มีรสหวานและกลิ่นที่หอมพิเศษเฉพาะตัว ใช้เป็นซอสสำหรับชาชิมิที่นิยมใช้ในแถบภาคกลาง คือ เกียวโต หรือ ซอสจากปลา เป็นโชยุที่ทำจากปลาสีอ่อน มีกลิ่นที่หอมพิเศษเฉพาะตัว และรสเข้มข้น ใช้เป็นเครื่องปรุงสำหรับ ซุรนะเบะ ซึ่งเป็น นะเบะเรียวรีของจังหวัด อะกิตะ

8. ชาเขียว ในประเทศญี่ปุ่นเรียกว่า เรียวคุชะ ชาเขียวที่เราใช้ดื่มกันในชีวิตประจำวันทั่วไป ได้แก่ เซ็นชะ โอิจิชะ บันชะ แต่พิธีชงน้ำชาเราจะใช้ชาผงที่เรียกว่า มัตชะ มากกว่า เมื่อจะทำชาชั้นดีเลิศที่เรียกว่า เกียวคุโระ และเซ็นชะ ชาญี่ปุ่นจำเป็นต้องระมัดระวังในเรื่องอุณหภูมิของน้ำร้อนอย่างมาก โดยต้องรอให้น้ำร้อนเย็นลงจนอุณหภูมิเหลือประมาณ 70 หรือ 80 องศาเซลเซียสก่อน เพื่อมิให้ความร้อนทำลายสีเขียวที่สวยงามและกลิ่นหอมของใบชาไป

ชาที่ได้รับความนิยมสูง คือ ฉินชะ หมายถึง ชาแรกของฤดูซึ่งทำจากยอดอ่อนที่เก็บได้ครั้งแรก สำหรับสาเหตุที่ชาชนิดนี้ได้รับความนิยมสูงเป็นพิเศษเพราะมีกลิ่นหอมและมีสีเขียวสดสวย ให้ความรู้สึกต่อฤดูกาล

9. ขนมหวานของญี่ปุ่น (Wagashi) ได้รับอิทธิพลจากประเทศจีน เนื่องจากการเผยแพร่ศาสนาเซ็น จึงมีการเข้ามาของพระสงฆ์ผู้เผยแพร่ศาสนาจากเมืองจีนและได้นำวัฒนธรรมอาหารเข้ามาที่ญี่ปุ่นด้วย ขนมของญี่ปุ่นจะมีลักษณะเหมือนอาหารมังสวิรัต ทำจากแป้ง และธัญพืชต่าง ๆ เช่น ถั่วแดง ซึ่งมีประโยชน์และเป็นที่ยอดนิยม ถั่วแดงต้มใส่โมจิ เป็นอาหารที่รับประทานเป็นอาหารว่างหรือทานเป็นของหวานนิยมเสิร์ฟร้อน ๆ ในชามเคลือบใบเล็ก ๆ เป็นอาหารชนิดหนึ่งที่ดีมากต่อสุขภาพ

ความเป็นมาของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

อาหารญี่ปุ่น เริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา โดยกิจกรรมร้านอาหารญี่ปุ่นในระยะแรกจะเป็นลักษณะภัตตาคารที่เปิดให้บริการตามโรงแรมใหญ่เท่านั้น โดยเฉพาะในย่านธุรกิจ ลูกค้านักจะเป็นนักธุรกิจระดับสูงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนคนชนชั้นระดับปานกลางหากต้องการทานอาหารญี่ปุ่นแต่ละครั้งต้องมีโอกาสพิเศษจริง ๆ เท่านั้น ต่อมามีการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในรูปแบบของร้านเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามร้านอาหารญี่ปุ่นลักษณะดังกล่าวนั้นเปิดกิจการได้ไม่นานก็ต้องปิดกิจการไปในที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากรสชาติและคุณภาพของอาหารที่ไม่แน่นอน ราคาอยู่ในเกณฑ์ทั้งค่าเช่า สถานที่ และค่าจ้างพ่อครัวที่ต้องเป็นชาวญี่ปุ่นปัจจุบันคนไทยนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากมีแนวความคิดการแนะนำอาหารญี่ปุ่นให้คนไทยรู้จัก และลดราคาอาหารญี่ปุ่นให้มีราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารต่างประเทศ ความนิยมในอาหารญี่ปุ่นจึงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่นในห้างสรรพสินค้า จะมีการเข้าคิวรอรับประทานอาหารญี่ปุ่นแน่นอนและยาวกว่าร้านอาหารอื่น ๆ ในห้างสรรพสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการทุกรายมุ่งขยายสาขาเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การแข่งขันก็รุนแรงมากยิ่งขึ้น

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นายเฉลียว ชุ่มด้วง
วัน เดือน ปีเกิด	15 กรกฎาคม 2522
ที่อยู่ปัจจุบัน	21 ซอยประวิทย์และเพื่อน 5 ถนนอุดมสุข 51 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไป วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม
พ.ศ. 2544	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไป วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม
พ.ศ. 2546	ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2554	เข้าศึกษาคณะระดับมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2546 - 2547	Production Engineer, Merry Electronics (Thailand) Co., Ltd.
พ.ศ. 2547 - 2550	Regional Service Engineer, Thai Samsung Electronics Co., Ltd.
พ.ศ. 2550 - 2552	Senior International Spare Parts, D-Logis & Service Co., Ltd.
พ.ศ. 2552 - 2553	Engineer Support (Mobile), LG Electronics Co., Ltd.
พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน	Office Manager, Mr. Sushi Co., Ltd.