

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภคร (7Os).....	14
3.1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขา	43
4.1	จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค	49
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค	52
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ด้านเหตุผลการใช้บริการ	52
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ด้านลักษณะการใช้บริการ	54
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิ	56
4.6	จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณา	57
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์.....	58
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการขายโดย ใช้บุคคล	59
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริม การขาย	60
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการตลาด ทางตรง.....	61
4.11	เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิจำแนกตามเพศ.....	62
4.12	เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิ จำแนกตามอายุ	63
4.13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิ จำแนกตามอายุ.....	63
4.14	การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิด้านเหตุผลการใช้บริการ กับอายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Sheffe	65

4.15	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามระดับการศึกษา..	66
4.16	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ ภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามระดับการศึกษา	66
4.17	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามอาชีพ.....	68
4.18	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมกรรมการใช้บริการของ ผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	68
4.19	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามรายได้	70
4.20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ ภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามรายได้.....	70
4.21	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามสถานภาพ	72
4.22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ ภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามสถานภาพ.....	72
4.23	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการ.	74
4.24	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ ภัตตาคารซูกิชิ จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการ	75
4.25	การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูกิชิกับสาขาที่ใช้บริการของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe'.....	76
4.26	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับ พฤติกรรม การให้บริการภัตตาคารซูกิชิของผู้บริโภค.....	79
4.27	ข้อเสนอแนะและแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาซูกิชิ.....	81
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	89