ตารางที่ 2.2

งานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
จินตนา เจียรนัยรุ่งโรจน์	**หัวข้องานวิจัย** การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของคนไทย **วัตถุประสงค์** 1.ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคคนไทยที่บริโภคอาหารญี่ปุ่น 2.ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคคนไทยที่บริโภคอาหารญี่ปุ่น **วิธีการศึกษา** แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน **ผลการศึกษา** ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นิยมที่จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพียงเดือนละครั้ง และนิยมที่จะไปรับประทานในวันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องของความสด-ใหม่ของวัตถุดิบ และพิจารณาราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	1. งานวิจัยของจินตนา เจียรนัยรุ่งโรจน์ ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของคนไทย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคคนไทยที่เคยรับประทานอาหารญี่ปุ่น เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดว่า มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในด้านใดบ้าง แต่สาระนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลี – ญี่ปุ่น ซูกิชิที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพ มหานครโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ต้องเป็นผู้บริโภค ที่ได้ใช้บริการในภัตตาคารอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่นซูกิชิแล้วเท่านั้น 2. งานวิจัยของจินตนา เจียรนัยรุ่งโรจน์ ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของคนไทย โดยศึกษาเฉพาะปัจจัยทางการตลาดว่ามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านใดบ้าง แต่งานสาระนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ รวมถึงศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันด้วย

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
อัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล	**หัวข้องานวิจัย** พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร **วัตถุประสงค์** 1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นตามข้อมูลลักษณะประชากร 2.วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับส่วนประสมทางการตลาดและรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค **วิธีการศึกษา** ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการบริโภคอาหารญี่ปุ่นจำนวน 400 คน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้วิธีทางสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน **ผลการศึกษา** ร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปบริโภคมากที่สุดคือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นโออิชิ สาเหตุที่สำคัญในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ อยากทดลองบริโภค บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับส่วนประสมทางการตลาด พบว่าความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยสังเกตจากความถี่เวลาและค่าใช้จ่ายในการบริโภค	งานวิจัยของอัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครโดยเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในภาพรวม ว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น ความถี่ในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค เป็นต้น แล้วจึงนำพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละเรื่องมาศึกษาความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและกิจกรรมการส่งเสริมการขาย แต่งานสาระนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลี – ญี่ปุ่น ซูกิชิ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเน้นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในภัตตาคารอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่นซูกิชิ โดยแยกพิจารณาผู้บริโภคเป็นกลุ่มต่างๆ ตามเกณฑ์ความถี่ในการใช้บริการทั้งภาพรวมและรายสาขา

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
ปนัดดา กาญจนพันธ์	**หัวข้องานวิจัย** ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ในเขตกรุงเทพมหานคร **วัตถุประสงค์** 1.ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ในเขตกรุงเทพ 2.เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพ 3.รวบรวมข้อเสนอแนะในการให้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ในเขตกรุงเทพ **วิธีการศึกษา** แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบไม่ทราบจำนวนประชากรจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ด้วยการแจกจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้การทดสอบค่า t-test ทดสอบรายคู่โดยใช้ Scheffe's multiple contrast เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง **ผลการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ปี ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ความแตกต่างมีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันบ้าง	งานวิจัยของปนัดดา กาญจนพันธ์ กับงานวิจัยชิ้นนี้มีความแตกต่างกันดังนี้ คือ งานวิจัยของปนัดดา กาญจนพันธ์ ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย โดยนำระดับความพึงพอใจดังกล่าว มาศึกษาความสัมพันธ์ที่มีกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ แต่งานสาระนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลี – ญี่ปุ่น ซูกิชิ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันด้านความถี่ในการใช้บริการ ว่ามีการให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดใดบ้าง โดยใช้การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
ชนิดา เสถียรธนากร	**หัวข้องานวิจัย** คุณค่าตราสินค้าและทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ในเขตกรุงเทพมหานคร **วัตถุประสงค์** 1.ศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค 2.ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค 3.ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ 7 ด้าน กับพฤติกรรมของผู้บริโภค **วิธีการศึกษา** แจกแบบสอบถาม 400 ตัวอย่างให้แก่ผู้บริโภค ที่ใช้บริการที่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 4 สาขา แล้วใช้ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบ t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การทดสอบ F-test รวมทั้งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรนั้นว่ามีความเป็นอิสระต่อกันหรือไม่ โดยใช้สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) **ผลการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมปานกลาง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณค่าตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการในด้านความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม	งานวิจัยของชนิดา เสถียรธนากรทำการศึกษาคุณค่าตราสินค้าและทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นเรื่องคุณค่าตราสินค้าฟูจิที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคและทัศนคติของปัจจัยทางการตลาด กับความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่สาระนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลี– ญี่ปุ่น ซูกิชิ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นศึกษาที่ตัวผู้บริโภคที่มีลักษณะแตกต่างกันตามความถี่ในการใช้บริการ

ตารางที่ 2.3

งานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารอาหารประเภทปิ้งย่าง

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
ญาณี จรัสจารุมนต์	**หัวข้องานวิจัย** ทัศนะคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทย่าง ของร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ในศูนย์การค้ามาบุญครอง **วัตถุประสงค์** 1.ศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภควิธีการศึกษา 2.ศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค 3.ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการบริโภค **วิธีการศึกษา** แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามาใช้และเคยเข้ามาใช้บริการในร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ในศูนย์การค้ามาบุญครองแล้วคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้ T-test ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม **ผลการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นิยมรับประทานอาหารหลักประเภทชุดครอบครัวเหตุผลที่เลือกมารับประทานเพราะเป็นที่พบปะสังสรรค์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพอใจปานกลางในภาพรวมของส่วนประสมทางการตลาด	1.งานวิจัยของญาณี จรัสจารุมนต์ ทำการศึกษาทัศนะคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทย่าง ของร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ในศูนย์การค้ามาบุญครอง โดยเน้นศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติในปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ แต่งานศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลี – ญี่ปุ่น ซูกิชิ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร 2.งานวิจัยของญาณี จรัสจารุมนต์ เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยใช้บริการอาหารประเภทย่าง ของร้านบาร์บีคิวพลาซ่า โดยเฉพาะเมนูอาหารประเภทชุดแต่งานศึกษานี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่กำลังใช้บริการอาหารในภัตตาคารอาหารเกาหลีญี่ปุ่น ซูกิชิ โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นอาหารประเภทปิ้งย่างที่เป็นชุดเท่านั้น

ตารางที่ 2.4

งานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่น

ผู้ทำงานวิจัย	รายละเอียดงานวิจัย	ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยฉบับนี้
ฐิติกานต์ ช่วยดำและคณะ	**หัวข้องานวิจัย** ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ ร้านอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร **วัตถุประสงค์** 1.ศึกษาถึงทัศนคติ ต่อร้านอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่นทั่วไป และร้านอาหารซูกิชิ (Sukishi) ของผู้บริโภค 2.ศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแบรนด์ซูกิชิ และจดจำแบรนด์ซูกิชิได้ 3.ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารเกาหลี – ญี่ปุ่น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 4.ศึกษาแนวโน้ม และความต้องการในอนาคต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อร้านอาหารซูกิชิ **วิธีการศึกษา** แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจากประชากรซึ่งเป็นผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วจึงใช้ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่กำหนดในสมมติฐาน **ผลการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีอายุระหว่าง 15-21ปี กิจกรรมยามว่างนิยมการดูโทรทัศน์ ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างรู้จักร้านอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่น โดยร้อยละ 80 รู้จักร้านซูกิชิเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านซูกิชิเพราะมีทั้งอาหารเกาหลีและอาหารญี่ปุ่น ทัศนะคติที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านซูกิชิผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของที่นั่งและสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านมีเพียงพอ	1.งานวิจัยของฐิติกานต์ ช่วยดำและคณะ ทำการศึกษาทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการ รวมถึงการจดจำแบรนด์ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่น รายต่างๆ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แต่งานศึกษาชิ้นนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหาร เกาหลี – ญี่ปุ่น ซูกิชิ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น 2.งานวิจัยของฐิติกานต์ ช่วยดำและคณะ เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่กรุงเทพมหานครใน 4 เขต คือ รังสิต สยาม สีลมและพระราม 4 ซึ่งเป็นผู้ที่อาจจะไม่ได้ใช้บริการร้านซูกิชิ แต่งานศึกษาชิ้นนี้เน้นกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ได้เข้ามาใช้บริการในภัตตาคารอาหารเกาหลี-ญี่ปุ่นซูกิชิใน 4 สาขาได้แก่ เซ็นทรัลบางนา เซ็นทรัลลาดพร้าว สยามเซ็นเตอร์และ ดิอเวนิวรัชโยธิน