

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



248264

การศึกษาเปรียบเทียบสภาพสังคมระหว่างกัมพูชาและจีน และผู้ป้อนในประเทศไทย

นางสาวลี น้า เทอ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะมนุษยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

600253228

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



248264

การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีน และญี่ปุ่นในประเทศไทย



นางสาวลิ น้า เหอ

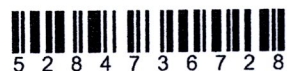
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



5 2 8 4 7 3 6 7 2 8

COMPARISON OF IMAGES OF CHINESE AND JAPANESE RESTAURANTS IN THAILAND

MISS LI NA HE

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีน
และญี่ปุ่นในประเทศไทย

โดย

นางสาว ลี น้า เหม

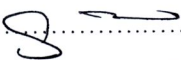
สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

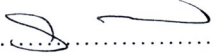
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ องค์ครุฑรักษา

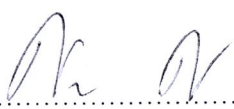
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้แนบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบญจรงค์กิจ)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ องค์ครุฑรักษา)

.....  กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.ศรินทร์ธร ศศิธนากรแก้ว)

ลี้ น้ํา เหนอ : การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีน และญี่ปุ่นในประเทศไทย
(COMPARISON OF CHINESE AND JAPANESE RASTAURANTS IMAGE
IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ. ดร.วรวรรณ องค์ครุทรักษา, 107หน้า

248264

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นในสายตาคนไทย 2) ภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่นในสายตาคนไทย 3) เปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นในประเทศไทย ตลอดจนศึกษาภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นในสายตาคนไทยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น และท้ายที่สุดเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและญี่ปุ่น ซึ่งการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์บุคคล และการวิจัยเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างคือคนไทยธรรมดาทั่วไป ทั้งเพศหญิงและชาย ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-60 ปี การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นจำนวน 4 ร้าน โดยเป็นภัตตาคารจีน 2 ร้านและภัตตาคารญี่ปุ่น 2 ร้าน ส่วนการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิจัยครั้งนี้ ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นพบว่า การมีประชาสัมพันธ์ที่ประสิทธิภาพของภัตตาคาร สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภค

การวิจัยเชิงสำรวจพบว่า

1. ภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นในสายตาคนไทยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น
2. ภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีความแตกต่างกัน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์... ลายมือชื่อนิสิต..... ลี้ น้ํา เหนอ
สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์... ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
ปีการศึกษา...2553.....

5284736728 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : IMAGE / CHINESE RESTAURANTS / JAPANESE RESTAURANTS

LINA HE : COMPARISON OF IMAGES OF CHINESE AND JAPANESE
RESTAURANTS IN THAILAND. ADVISOR : ASST.PROF. WORAWAN
ONGKRUTRAKSA, Ph.D., 107 pp.

248264

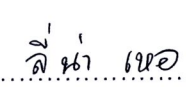
Research objective of this study is 1) the comparison of image of Chinese and Japanese restaurants among Thai residence 2) the comparison of national image of China and Japan among Thai residence 3) the comparison of images of Chinese and Japanese restaurants in Thailand

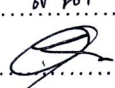
To capture the best of both qualitative and quantitative approaches, mixed method is applied in this study. 400 questionnaires which have both closed-ended questions and open-ended questions were sent to Thai residence between 15-60 years old. 2 Chinese restaurant managers and 2 Japanese restaurant managers were interviewed. Percentage, mean and Pearson product moment Correlation Coefficient were used for data analysis.

According to data collected from in-depth interview, the effective public relation of restaurants creates good image among customers.

Research result of this study is as follows:

1. Correlation between restaurants image and national image among Thai residence (Focusing on China and Japan)
2. Image of Chinese restaurants and Japanese restaurants among Thai residence is different.

Department:Public Relations... Student's Signature 

Field of Study:Public Relations... Advisor's Signature 

Academic Year: ...2010.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือหลักจากอาจารย์ที่ปรึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณผศ. ดร. วรวรรณ อังค์ครุฑรักษา อาจารย์ผู้ใจดีและน่ารักที่คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดต่างๆ ในการวิจัยและอื่นๆ ด้วยดีตลอด และช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์เป็นรูปเป็นร่างที่ชัดเจนและเสร็จสมบูรณ์ อีกทั้งยังสละเวลาในการตรวจแก้วิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณท่านด้วยความเคารพและนับถือ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจและ อาจารย์ ดร. ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งได้ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งนี้ และทำการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนอาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือมาตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอขอบคุณใหม่ พุริน ใจอี๋ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ได้ร่วมให้คำปรึกษา เพราะว่าผู้ทำวิจัยเป็นชาวจีน เพราะฉะนั้น การเขียนภาษาไทยจึงเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ช่วยในการปรับปรุงการใช้ภาษาไทยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
 บทที่ 1 บทนำ.....	 1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	 9
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า(Country of Origin).....	27
แนวคิดการตลาดต่างประเทศ.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	37
ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
 บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	 52
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	52
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	52

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
กลุ่มตัวอย่าง.....	54
ประเด็นที่ใช้ในการวิจัย.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	55
เกณฑ์การให้คะแนน.....	57
การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล.....	57
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	58
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	58
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	68
ข้อมูลด้านการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่น...	68
ข้อมูลด้านการเปรียบเทียบด้านภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศ	
ญี่ปุ่น.....	71
ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	74
แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม.....	85
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	88
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผลการวิจัย.....	92
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	97

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	98
รายการอ้างอิง.....	99
ภาคผนวก.....	102
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	107

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงการเปรียบเทียบด้านภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นในประเทศไทย.....	68
4.2 แสดงการเปรียบเทียบด้านภาพลักษณ์ระหว่างประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น.....	71
4.3 แสดงลักษณะทางประชากรเรื่อง เพศ.....	74
4.4 แสดงลักษณะทางประชากรเรื่องอายุ.....	75
4.5 แสดงลักษณะทางประชากรเรื่อง อาชีพ.....	76
4.6 แสดงลักษณะทางประชากรเรื่อง ระดับการศึกษาสูงสุด.....	77
4.7 แสดงลักษณะทางประชากรเรื่อง รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	78
4.8 แสดงพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารจีน.....	79
4.9 แสดงถึงสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารจีน.....	80
4.10 แสดงพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารญี่ปุ่น.....	82
4.11 แสดงถึงสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารญี่ปุ่น	83
4.12 แสดงผลการทดสอบระหว่างภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นใน สายตาคนไทยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น.....	86
4.13 แสดงผลการทดสอบระหว่างภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนและภัตตาคารญี่ปุ่นใน ประเทศไทยมีความแตกต่างกัน.....	87
5.1 แสดงการเปรียบเทียบด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นใน ประเทศไทย.....	88
5.2 แสดงเปรียบเทียบอันดับสื่อที่ใช้ทำให้รู้จักภัตตาคารจีนและญี่ปุ่น.....	92
5.3 แสดงเปรียบเทียบอันดับภาพลักษณ์ของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น.....	93

สารบัญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แสดงการเกิดภาพลักษณ์.....	12
2.2 แบบจำลองผลกระทบของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดที่มีต่อความเชื่อและทัศนคติ.....	31
2.3 แสดงปัจจัยที่มีความสำคัญในการวางแผนการตลาดระหว่างประเทศทั้ง 5 ปัจจัย.....	34
4.1 แสดงภาพเว็บไซต์ของร้าน Peking Restaurants.....	59
4.2 แสดงภาพเว็บไซต์ของร้านซังไห่เสี่ยวหลงเปา.....	60
4.3 แสดงภาพเว็บไซต์ของร้านฟูจิ.....	61
4.4 แสดงภาพจดหมายเปิดผนึกลงในเว็บไซต์ของฟูจิ.....	67
4.5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นในประเทศไทย.....	70
4.6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ระหว่างประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่นไทย.....	73
4.7 แสดงภาพลักษณะทางประชากรเรื่องเพศ.....	74
4.8 แสดงภาพลักษณะทางประชากรเรื่อง อายุ.....	75
4.9 แสดงภาพลักษณะทางประชากรเรื่อง อาชีพ.....	76
4.10 แสดงภาพลักษณะทางประชากรเรื่อง ระดับการศึกษาสูงสุด.....	77
4.11 แสดงภาพลักษณะทางประชากรเรื่อง รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	78
4.12 แสดงพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารจีน.....	79
4.13 แสดงถึงสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารจีน	81
4.14 แสดงพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารญี่ปุ่น.....	82
4.15 แสดงถึงสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารญี่ปุ่น.....	84
5.1 แสดงความสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของภัตตาคารกับภาพลักษณ์ของประเทศ.....	95