

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
บทสรุปผู้บริหาร	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
ข้อจำกัด	5
สมมติฐานการวิจัย	7
นิยามศัพท์	7
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 11
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ	12
อาหารสุขภาพ	12
ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	13
การสร้างคุณค่าตรา	15
แนวทางในการพัฒนา/สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และการใช้หลักทะเลสีน้ำเงิน โดยสร้างอุปสงค์ขึ้นมาใหม่	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวทางในการสร้างตรา.....	18
แผนการตลาด	19
ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด.....	22
ขั้นที่ 2 การวางแผนการตลาด	24
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติและการควบคุมทางการตลาด	30
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปริมาณ	31
อัตลักษณ์ตรา และตำแหน่งตรา	31
การสร้างความหมายที่มีความสำคัญต่อลูกค้า	32
การตอบสนองของลูกค้า	33
ผลสะท้อนจากลูกค้า	34
ปัจจัยทางการตลาดอื่นๆ	35
ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	41
การวิจัยเชิงปริมาณ	41
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การวิเคราะห์ข้อมูล	53
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	53
การวิจัยเชิงคุณภาพ	54
บทที่ 4 ผลการวิจัย	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ-นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา.....	55
ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	55
ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร/ภัตตาคารของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร	58
ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารสุขภาพ.....	61
ความโดดเด่นเฉพาะของตรา ประกอบด้วย อัตลักษณ์ตรา และตำแหน่งตรา ..	67
การสร้างความหมาย/ความสำคัญต่อลูกค้า ประกอบด้วย ลักษณะ การทำงานด้านเทคนิค และลักษณะการทำงานตามหน้าที่	69
การสร้างความหมาย/ความสำคัญต่อลูกค้า ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพของร้านอาหาร.....	70
การตอบสนองของลูกค้าต่อร้านอาหารร้านนี้.....	72
ผลสะท้อนจากลูกค้า/ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า	75
ปัจจัยการตลาดอื่นๆ.....	79
ปัญหา/ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวจากการรับประทานอาหารที่ร้านนี้.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	81
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	110
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	145
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	145
ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร/ ภัตตาคารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร.....	145
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	148
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	155
การอภิปรายผล.....	166
ข้อเสนอแนะ.....	173

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	194
รายการอ้างอิง.....	196
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์.....	200
ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมการสัมภาษณ์.....	218
ภาคผนวก ค สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	220
ประวัติผู้วิจัย.....	223

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ บริการร้านอาหาร/ภัตตาคารในกรุงเทพมหานคร.....	42
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร.....	55
4.2 ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร	58
4.3 พฤติกรรมการสั่งเมนูอาหารสุขภาพในร้านนี้.....	59
4.4 สาเหตุที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกใช้บริการร้านอาหารร้านนี้.....	59
4.5 การประเมินวิธีการโฆษณาของร้านนี้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	60
4.6 ร้านอาหารสุขภาพในกรุงเทพฯ ที่นึกถึง.....	61
4.7 ร้านอาหารสุขภาพในกรุงเทพฯ ที่ชอบมากที่สุด.....	62
4.8 ร้านอาหารสุขภาพในกรุงเทพฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด.....	63
4.9 สิ่งที่น่าประทับใจเป็นอันดับแรกเมื่อได้ยินชื่อร้านอาหารแห่งนี้.....	65
4.10 ความคิดเห็นต่อร้านอาหารที่รับประทาน.....	66
4.11 ความคุ้นเคยต่อร้านอาหารแห่งนี้.....	67
4.12 อัตลักษณ์ตราของร้านอาหารร้านนี้.....	67
4.13 ตำแหน่งตราของร้านอาหารร้านนี้.....	68
4.14 ลักษณะการทำงานด้านเทคนิคของร้านนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหาร สุขภาพอื่น.....	69
4.15 ลักษณะการทำงานตามหน้าที่ของร้านนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหาร สุขภาพอื่น	70
4.16 ความคิดเห็น/ความรู้สึกต่อภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของร้านอาหารร้านนี้.....	71
4.17 การใช้วิจารณ์ทางด้านคุณภาพต่อร้านอาหารร้านนี้.....	72
4.18 การใช้วิจารณ์ทางด้านความเชื่อถือได้ต่อร้านอาหารร้านนี้.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 การใช้วิจารณ์ด้านสิ่งที่ควรพิจารณาต่อร้านอาหารร้านนี้.....	74
4.20 การใช้วิจารณ์ด้านความเหนือกว่าต่อร้านอาหารร้านนี้.....	74
4.21 ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการรับประทานอาหารที่ร้านนี้.....	74
4.22 ผลสะท้อนจากลูกค้าด้านความภักดีต่อร้านอาหารร้านนี้.....	76
4.23 ผลสะท้อนจากลูกค้าด้านความผูกพันต่อร้านอาหารร้านนี้.....	77
4.24 ผลสะท้อนจากลูกค้าด้านสังคมของลูกค้าในร้านอาหารร้านนี้.....	77
4.25 ผลสะท้อนจากลูกค้าด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจต่อ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร.....	78
4.26 ทศนคติต่อความคุ้มค่าด้านราคาและทศนคติต่อทำเลที่ตั้ง.....	79
4.27 สิ่งที่ชอบมากที่สุดเกี่ยวกับร้านอาหารร้านนี้.....	80
4.28 สิ่งที่ไม่ชอบมากที่สุดเกี่ยวกับร้านอาหารร้านนี้.....	81
4.29 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ความผูกพัน สังคมในร้านอาหาร และความผูกพัน ทางใจ/สัญญาใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร.....	82
4.30 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	86
4.31 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	87
4.32 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว.....	88
4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายชื่อของความภักดีต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว.....	88
4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายชื่อความผูกพันต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานครจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว.....	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษานักท่องเที่ยว.....	90
4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความภักดีต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานครจำแนกตามระดับการศึกษานักท่องเที่ยว.....	90
4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความผูกพันต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษานักท่องเที่ยว.....	91
4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของด้านสังคมในร้านอาหารของร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษานักท่องเที่ยว.....	92
4.39 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	93
4.40 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของนักท่องเที่ยว.....	94
4.41 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความภักดีต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของนักท่องเที่ยว.....	95
4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความผูกพันต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของนักท่องเที่ยว.....	97
4.43 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของด้านสังคมในร้านอาหาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	99
4.44 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความผูกพันทางใจ/สัญญาใจต่อ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของ นักท่องเที่ยว.....	101
4.45 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนาของนักท่องเที่ยว.....	103
4.46 การเปรียบเทียบผลสะท้อนจากลูกค้าต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเทศที่พำนักของนักท่องเที่ยว.....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความภักดีต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเทศที่พำนักของนักท่องเที่ยว	105
4.48 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความผูกพันต่อร้านอาหาร/ภัตตาคาร ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเทศที่พำนักของนักท่องเที่ยว	105
4.49 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของด้านสังคมในร้านอาหาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเทศที่พำนักของนักท่องเที่ยว	106
4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความผูกพันทางใจ/สัญญาใจต่อ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเทศที่พำนักของ นักท่องเที่ยว.....	107
4.51 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	108
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	153

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงพีระมิดผลสะท้อนจากตราสินค้า	15