

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจในบริการร้านอาหารของ นักท่องเที่ยวชาวไทยและการพัฒนากลยุทธ์ด้านสื่อสารการตลาดของ ผู้ประกอบการร้านอาหารใน อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี
หน่วยกิต	12
ผู้เขียน	นางสาวอรณิชชา ศรีวิมล
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ. ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์
หลักสูตร	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน
ภาควิชา	เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะ	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
พ.ศ.	2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจในบริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามข้อมูลด้านประชากร และเพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการร้านอาหารใน อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการร้านอาหารใน อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 10 ร้าน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า T-test F – test ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D. =0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, S.D. =0.49) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, S.D. =0.51) และ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D. =0.62) ผลการเปรียบเทียบพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนการพัฒนากลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการร้านอาหาร ได้จากการสัมภาษณ์พบว่าควรให้ความสำคัญกับสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อปากต่อปากและกลยุทธ์การให้ข่าวสารควรให้ความสำคัญกับ ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ราคา สถานที่ และ โปรโมชั่น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้ / ความพึงพอใจ / การบริการร้านอาหาร / กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด / ผู้ประกอบการร้านอาหาร

Thesis Title	The Study of Usage Behaviors and Satisfactions of Thai Tourists Towards Restaurant Service and the Development of Marketing Communication Strategies of Restaurant Entrepreneurs in Samui Island, Suratthani Province.
Thesis Credits	12
Candidate	Miss Onnitcha Sriwimon
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr.Kuntida Thamwipat
Program	Master of Science in Industrial Education
Field of Study	Learning Technology and Mass Communication
Department	Educational Communications and Technology
Faculty	Industrial Education and Technology
B.E.	2555

Abstract

The purpose of this research were to study the usage behaviors and satisfactions of Thai tourists towards restaurant service and the development of marketing communication strategies of restaurant entrepreneurs in Samui Island, Surathani. The representative sample of the study are 400 Thai tourists who were services in the restaurant and 10 restaurant entrepreneurs were interviewed utilizing simple random method. Research instruments were questionnaires and interviewing form. The statistics used were frequency, percentage, standard deviation, T-test and F – test. The research results found that overall of the satisfactions of the Thai tourist who were serviced in the restaurant was at high level (\bar{X} =3.90, S.D. =0.48) and as if considered the satisfaction of the serviced in the restaurant orderly by product was at high-level (\bar{X} =4.04, S.D. =0.49) Distribution way to interact with clients was at high-level (\bar{X} =3.95, S.D. =0.51) and service processing was at high-level (\bar{X} =3.87, S.D. =0.62) .Comparative demographic data to the satisfactions of Thai tourists towards restaurant service found the statistic significance at .05. The development of restaurant entrepreneurs' marketing communication was analyzed using qualitative research and the interviewing data found that they should focus on internet media , word of mouth, and information strategy focus on food , price , place and promotion .

Keywords : Usage Behavior / Satisfaction / Restaurant Service / Marketing
Communication Strategy / Restaurant Entrepreneurs