

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : รูปแบบการรับรู้คุณค่าการบริการที่มีผลกระทบต่อลูกค้าของภัตตาคารรีสอร์ท

ผู้วิจัย : นาย อานุภาพ จิรัฐติกาล

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต

สาขาวิชา : การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิบัณฑิต อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.ปริชญ์ ลักขิตามาศ)

..... / /

การวิจัยเรื่อง รูปแบบ การรับรู้คุณค่าการบริการของลูกค้าที่ภัตตาคารรีสอร์ท มีวัตถุประสงค์ การวิจัยเพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าการบริการของลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท เพื่อศึกษาปัจจัย สาเหตุที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าการบริการของลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท และการพัฒนารูปแบบ การรับรู้คุณค่าการบริการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท จำนวนทั้งสิ้น 880 คน ทั้งสัญชาติชาว ไทยและสัญชาติยุโรป การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS version 16.0 และ AMOS version 6.0 โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการ โครงสร้าง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในภัตตาคาร รีสอร์ท

ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ลักษณะที่ พบมากที่สุดคือ อายุ 41-50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ภูมิลำเนาในเมืองหลวง โดย ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์รับประทานอาหารตามภัตตาคารรีสอร์ทในประเทศไทย แต่ยังไม่เคยมี ประสบการณ์รับประทานอาหารตามภัตตาคารรีสอร์ทต่างประเทศ ซึ่งชาวยุโรปมีประสบการณ์ทั้ง ในและต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของกิจกรรมไลฟ์สไตล์ด้านการรับประทาน อาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ท และให้ความสนใจในการเดินทางพักผ่อนที่รีสอร์ทเพื่อพักผ่อน รวมถึง เห็นว่าควรมีประสบการณ์การรับประทานอาหารในบริเวณที่พักรีสอร์ท กลุ่มลูกค้ามีการรับรู้คุณค่า การบริการในภัตตาคารรีสอร์ทในระดับมาก ซึ่งต่างมีการรับรู้คุณภาพ การตอบสนองอารมณ์ การ รับรู้พฤติกรรม การรับรู้ราคา และชื่อเสียงภัตตาคารรีสอร์ท ตามลำดับ

ผลการวิจัย รูปแบบการรับรู้คุณค่าการบริการของลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท พบว่า ลักษณะ พื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา ประสบการณ์รับประทานอาหารตามภัตตาคาร

รีสอร์ทในและต่างประเทศ ความสำคัญของกิจกรรมไลฟ์สไตล์ด้านการรับประทานอาหารที่
ภัตตาคารในรีสอร์ท และความคิดเห็นต่อการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ทต่างมี
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการรับรู้คุณค่าการบริการของลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ทที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สามารถเขียนสมการ การรับรู้คุณค่าการบริการเท่ากับ 0.149 สัญชาติ+
 0.189 เพศ + 0.245 * อายุ + 0.102 * การศึกษา + 0.122 * ภูมิลำเนา + 0.225 * ประสบการณ์ในประเทศ
ไทย + 0.165 * ประสบการณ์ในต่างประเทศ + 0.110 * กิจกรรม + 0.117 ความสนใจ + 0.102 * ความ
คิดเห็นต่อการรับประทานอาหาร; $R^2 = 0.759$

ABSTRACT

Title : Patterns of Valued Service Perception Affecting Customers of
Resort Restaurant

Researcher : Mr. Arnupap Jiratikarn

Degree : Doctor of Business Administration

Major Field : Marketing

Dissertation Advisor : Major Advisor
(Dr. Prin Laksitamas)
..... / /

The study of “Patterns of valued service perception affecting customers of resort restaurant” has three main objectives to level the service value perception toward restaurant customer, to study the causal relationship impacts on service perception of resort restaurant customers and to develop customers’ value perception model. A questionnaire was used as a tool to collect information of 880 both Thai and European nationalities used SPSS version 16.0 and AMOS version 6.0. The statistical analysis of frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation were used for conclusion.

The profound result indicated that the sampling customers mostly were female, 41-50 years, bachelor or higher education, lived in capital city, experiences in resort restaurant in Thailand but not in other countries. That is quite different with Europeans who have both experiences including lifestyle activities in restaurant resort in the country and overseas. Both have high level of customers’ perception at in dinning at restaurant resort including recreative service value, quality, emotional response, behavior, pricing and resort restaurant goodwill respectively. The structural equation model is $0.149 \text{ Nation} + 0.189 \text{ Gender} + 0.245 * \text{Age} + 0.102 * \text{Edu} + 0.122 * \text{Domicile} + 0.225 * \text{IE} + 0.165 * \text{OE} + 0.110 * \text{Activity} + 0.117 \text{ Interest} + 0.102 * \text{Opinion}; R^2 = 0.759$