

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทย
ในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก

สุพัตรา คงขำ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2564

**Foreign Tourist Satisfaction towards Thai Restaurant Services in Hua Hin
: Comparison between Medium and Small Restaurants**

Supatra Kongkhum

**A Thesis Submitted in Partial of the Requirement for the Degree
of Master of Arts Program in Tourism Management
of Tourism and Hospitality, Dhurakij Phundit University 2021**



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทย

ในหัวหินเปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก

เสนอโดย นางสาวสุพัตรา คงขำ

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทิพย์ ชูชูวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทิพย์ ชูชูวงศ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทิพย์ ชูชูวงศ์)

วันที่ 19 เดือน มพ พ.ศ. 64

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก
ชื่อผู้เขียน	สุพัตรา คงขำ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชวงค์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน และ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และประเภทของร้านอาหารในการศึกษาสภาพปัญหาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการบริการของร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 10 คน ในการศึกษาความพึงพอใจใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กด้านราคาในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของคุณภาพอาหารเมื่อเปรียบเทียบกับราคา ส่วนในด้านอาหาร ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาดและสุขอนามัยของร้าน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพียงระดับปานกลาง ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ รวมถึงประเภทร้านอาหารไทย ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ส่วนในด้านขนาดของร้านอาหารไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน

Thesis Title	Foreign Tourist Satisfaction towards Thai Restaurant Services in Hua Hin : Comparison between Medium and Small Restaurants
Author	Supatra Kongkhum
Thesis Advisor	Asst.Prof. Dr. Montakan Chubchuwong
Department	Tourism Management
Academic Year	2020

ABSTRACT

The objectives of this research are to study 1) the problems of medium and small Thai restaurants in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan, 2) the satisfaction of foreign visitors who visit medium and small Thai restaurants in Hua Hin, 3) foreign visitors' satisfaction towards Thai restaurants in Hua Hin based on the demographic characteristics and types of restaurants. For the qualitative research, an in-depth interview was used for interviewing 10 people who had been involved with Thai restaurants. For the quantitative research, a survey was applied. Altogether 400 questionnaires were distributed to foreign visitors who visited medium and small Thai restaurants. The statistical analyses used by this research were frequency, percentage, average, standard deviation, t-test and ANOVA. The results indicated that foreign tourists had high satisfaction with the service of medium and small Thai restaurants in Hua-Hin in terms of price, especially the appropriateness of food quality and price. For other aspects i.e. food, physical surrounding, promotion, service providers, service process, restaurants' atmosphere, restaurants' cleanliness and hygiene, the average satisfaction scores were in moderate level. The demographic characteristics such as gender, age, education level, nationality, income and occupation, as well as types of Thai restaurants had no significant impact on the visitors' satisfaction. As for the size of restaurant, it did not have a significant impact on the satisfaction of foreign visitors.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาชี้แนะและช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ดร.อัศวิน แสงพิบูล ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณร้านอาหารในหัวหิน และนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้วิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบพระคุณบิดามารดา ที่สนับสนุนและให้กำลังใจจนงานวิจัยสำเร็จด้วยดี คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาพระคุณบิดามารดาและบูรพาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนวิชาความรู้ และให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด และเป็นกำลังใจสำคัญที่ทำให้การศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุพัตรา คงขำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 คำถามวิจัย.....	3
1.3 ตูประสงค้การวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์.....	5
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดประเภทร้านอาหาร.....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
2.3 แนวคิดคุณภาพของการบริการ.....	15
2.4 ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร สำหรับร้านอาหาร.....	19
2.5 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหัวหิน.....	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	31
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	33
3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	34
3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 ข้อมูลสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก.....	40
4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ.....	49
4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการ ร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก.....	52
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	61
4.5 สรุปข้อเสนอแนะปลายเปิด.....	90
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	98
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	109
ประวัติผู้เขียน.....	117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามการวิจัย.....	36
4.1 ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ.....	42
4.2 ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ภาคเอกชน.....	43
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	50
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านอาหาร.....	52
4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านราคา.....	53
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านสถานที่.....	54
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านโปรโมชั่น.....	55
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านพนักงาน.....	56
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านขั้นตอนการบริการ.....	57
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านบรรยากาศของร้าน.....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

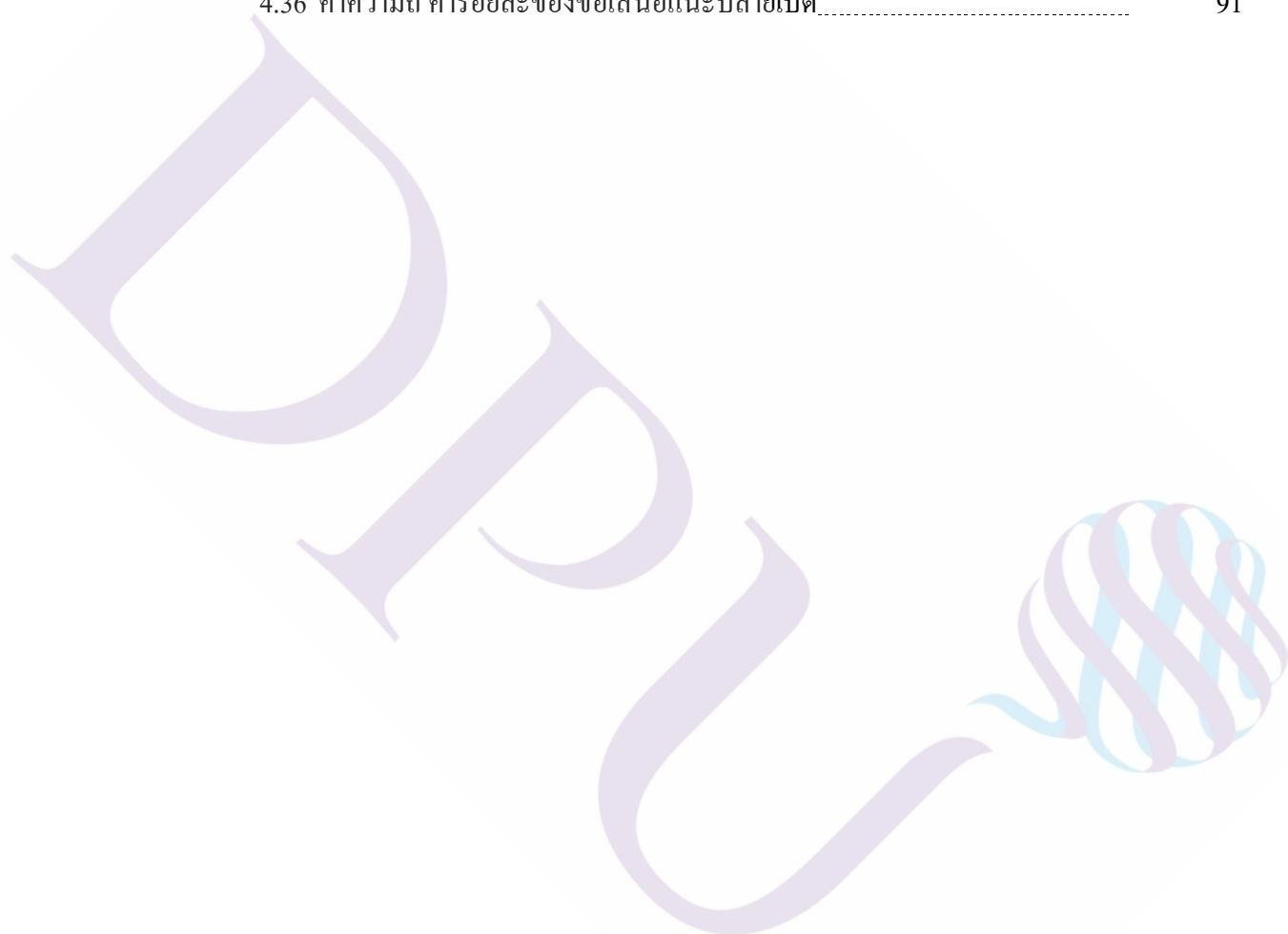
ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านความสะอาด และสุขอนามัย.....	59
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยภาพรวม จำแนกตามประเภทร้าน.....	60
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในภาพรวม.....	61
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านอาหาร.....	62
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการ ร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านราคา.....	63
4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านสถานที่.....	64
4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่.....	66
4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านโปร โมชั่น.....	67
4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านพนักงาน.....	68
4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่.....	70
4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านขั้นตอนการบริการ.....	71
4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านบรรยากาศของร้าน.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านบรรยากาศของร้าน.....	72
4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านความสะอาดและสุขอนามัย.....	73
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม.....	74
4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านอาหาร.....	76
4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านราคา.....	77
4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสถานที่.....	79
4.28 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านโปรโมชั่น.....	80
4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านพนักงาน.....	81
4.30 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านขั้นตอนการบริการ.....	83
4.31 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านบรรยากาศของร้าน.....	84
4.32 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านความสะอาด และสุขอนามัย.....	86
4.33 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม.....	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามประเภทร้านอาหารไทย.....	89
4.35 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	90
4.36 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของข้อเสนอแนะปลายเปิด.....	91



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	32



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีความสอดคล้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แนวทางการพัฒนาตามนโยบายประเทศไทย 4.0 รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบ Smart Farming โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร โดยมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืนนั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรต้องมุ่งเน้นการบูรณาการขับเคลื่อนทั้งระบบเพื่อให้การกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการปรุง การบริโภค และการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยทั่วโลก ให้มีเกณฑ์มาตรฐานในด้านคุณภาพ รสชาติความสะอาด และประสิทธิภาพในการให้บริการที่เหมาะสมและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้านอาหารให้ประสบผลสำเร็จโดยเร็ว (สำนักการค้าบริการและการลงทุน, 2560)

ร้านอาหารเป็นธุรกิจให้บริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร โดยพบว่า ในปี พ.ศ. 2561 ธุรกิจร้านอาหารไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กต้องเผชิญความท้าทายที่หลากหลาย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย กล่าวว่า ตลาดธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กในปี 2561 นี้ มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโตอย่างชะลอตัวลง การมีร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเผชิญภาวะต้นทุนสูงขึ้น รวมถึงการแข่งขันจากอาหารพร้อมปรุงและพร้อมรับประทาน ในปี 2561 นี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปและร้านอาหารไทย น่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 375,000 - 385,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 4.0 - 6.8 จากในปี 2560 ที่มีมูลค่า 360,600 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

จากการสำรวจโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี พ.ศ. 2562 พบว่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีรายได้สูงติดอันดับ 1 ใน 10 จากการท่องเที่ยวของประเทศ โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นเมืองด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้ และมีศักยภาพในการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาว จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว ในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางไปหัวหิน จำนวน 4,835,371 คน เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีค่าเฉลี่ยของการเติบโตแบบทบต้น (“CAGR”) ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2562 เท่ากับร้อยละ 6.81 และในปี 2562 หัวหินสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 28,268.48 ล้านบาท

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (นพรัตน์ บุญเพียรผล, 2560) พบว่า ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวนานาชาติในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนถึงคุณลักษณะในการบริการที่เป็นเครื่องมือใช้วัดความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อคุณภาพการบริการธุรกิจร้านอาหารในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในรายด้านของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยมี 3 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการตอบสนองมากที่สุดรองลงมาเป็นด้านการสร้างความเชื่อมั่น และด้านการดูแลเอาใจใส่ตามลำดับ ดังนั้นการที่มีพนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความพร้อมในการให้บริการต่อการให้บริการกับลูกค้า อีกทั้งพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัญหาของร้านอาหารไทยในหัวหิน พบว่า จากสภาวะการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารที่มีความรุนแรงขึ้นตามลำดับ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นำมาซึ่งความจำเป็นในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อชี้ให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ ความท้าทาย และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ประกอบกับจากผลสำรวจการรับรู้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหาร

ไทยในหัวหินยังพบว่า มีประเด็นปัญหาต่าง ๆ มากมายที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เช่น อาหารไม่อร่อย ความไม่คุ้มค่ากับราคาอาหาร การบริการที่ไม่น่าประทับใจ การบริการช้า ท่าเลที่ตั้งของร้านอาหาร ไม่ปลอดภัย และพนักงานร้านให้บริการไม่ดี เป็นต้น (Tripadvisor, 2562 : ออนไลน์) ดังนั้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน โดยสำรวจจากผู้มาใช้บริการทั่วไป เพื่อนำปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นำเสนอผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในหัวหิน เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนา บริหารจัดการร้านอาหารไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จัดการพื้นที่ร้านอาหารให้เหมาะสม ปลอดภัย เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

1.2 คำถามวิจัย

1. สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน มีความพึงพอใจในระดับใด
3. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหินขนาดกลางและขนาดเล็ก แตกต่างกันอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารมีความพึงพอใจต่อการบริการของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน และเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างทางลักษณะประชากรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน ระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก

2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการให้บริการของร้านอาหารไทยในหัวหิน ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน และตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดร้านอาหารที่เป็นพื้นที่เป้าหมาย คือ ร้านอาหารไทยขนาดกลาง และร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเลือกร้านอาหารไทยที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2563 โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran

(1977, อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ในกรณีที่ไม้ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่การศึกษาวิจัย ได้แก่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในอำเภอหัวหิน
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร และนำไปพัฒนาคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ
3. สำหรับหน่วยงานภาครัฐหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.7 นิยามศัพท์

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวยุโรป ชาวเอเชีย ชาวอเมริกา และชาวโอเชียเนีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการร้านอาหารไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2563
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาดและสุขอนามัย
3. ร้านอาหารไทย หมายถึง ร้านที่จำหน่ายอาหารไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย
 - 3.1 ร้านอาหารไทยขนาดกลาง หมายถึง ร้านที่จำหน่ายอาหารไทย มีจำนวนโต๊ะที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้ามากกว่า 50 โต๊ะ และมีพนักงานที่ให้บริการมากกว่า 20 คน (ญานิสสา เพื่อนเพาะ, 2561:น.313-314)
 - 3.2 ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก หมายถึง ร้านที่จำหน่ายอาหารไทยเน้นอาหารจานด่วน มีจำนวนโต๊ะที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้าน้อยกว่า 50 โต๊ะ และมีพนักงานที่ให้บริการน้อยกว่า 10 คน (ญานิสสา เพื่อนเพาะ, 2561: น.313-314)
4. ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดประเภทร้านอาหาร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิดคุณภาพของการบริการ
- 2.4 ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร สำหรับร้านอาหาร
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหัวหิน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดประเภทธุรกิจร้านอาหาร

2.1.1 ประเภทร้านอาหาร

นิภาวรรณ สุนทรโสภา (2555) กล่าวว่า ร้านอาหาร สามารถสรุปตามประเภทอาหาร และลักษณะการให้บริการ ดังนี้

- 1) การแบ่งประเภทอาหารตามลักษณะการให้บริการได้ 4 ประเภท ได้แก่ อาหารประเภทชุด อาหารประเภทบุฟเฟต์ อาหารประเภทสุกี้ อาหารประเภทปิ้งย่าง
- 2) การแบ่งประเภทอาหารตามขนาดของร้านได้ 2 ประเภท ได้แก่ ร้านขนาดเล็ก และร้านขนาดใหญ่ โดยกำหนดให้ร้านที่มีพื้นที่ขายโดยมีขนาดต่ำกว่า 100 ตารางเมตรเป็นร้านขนาดเล็ก และร้านที่มีพื้นที่ขายโดยมีขนาดมากกว่า 100 ตารางเมตร เป็นร้านขนาดใหญ่
- 3) การแบ่งประเภทอาหารตามบรรยากาศของร้านได้ 2 ประเภท ได้แก่ ร้านบรรยากาศหรูมากและร้านที่มีบรรยากาศหรูน้อย โดยพิจารณาจากการใช้แสงและบรรยากาศภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งร้าน

การศึกษาประเภทของร้านอาหาร เพื่อให้สามารถนำไปสรุปปัจจัยในการออกแบบ และจัดทำเครื่องมือในการวิจัย เพื่อดูว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหารที่ไปส่งผลกระทบต่อความน่าเข้าร้าน

กระทรวงพาณิชย์ได้แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก (วนิดา สิงห์จาวลา, 2554) ได้แก่ 1) ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีต สวยงาม ใช้อวัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว 2) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอสมควรเน้นบรรยากาศแบบสบาย ๆ เป็นกันเองราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเองไม่ มีพิธีรีตอง 3) ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวกรวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก 4) ร้านริมบาทวิถี (Kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหาร จานเดียวสามารถปรุง ได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

ญาติสา เพื่อนเพาะ (2561:น.313-3141) ได้แบ่งประเภทร้านอาหารไทย ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ร้านอาหารไทยขนาดกลาง หมายถึง ร้านที่จำหน่ายอาหารไทย มีจำนวน โต๊ะที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้ามากกว่า 50 โต๊ะ และมีพนักงานที่ให้บริการมากกว่า 20 คน และลักษณะเด่นของอาหาร คือ อาหารไทย

2. ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก หมายถึง ร้านที่จำหน่ายอาหารไทยเน้นอาหารจานด่วนมีจำนวน โต๊ะที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้าน้อยกว่า 50 โต๊ะ และมีพนักงานที่ให้บริการน้อยกว่า 10 คน และลักษณะเด่นของอาหาร คือ อาหารไทย

สรุป จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการแบ่งประเภทร้านอาหารมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ งานวิจัยของ ญาติสา เพื่อนเพาะ (2561) ซึ่งแบ่งร้านอาหารตามจำนวน โต๊ะที่รองรับลูกค้า และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ เนื่องจากสอดคล้องตามบริบทของพื้นที่วิจัย

2.1.2 แนวคิดการบริโภคอาหาร (Food Consumption)

ประเด็นของรายการอาหารที่ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดจากนักวิชาการและกล่าวถึงแนวคิดของการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพและสินค้าบริโภคนิยม ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ผักปลอดสารพิษอาหารมังสวิรัตหรืออาหารเจ อาหารเสริมวิตามิน ผลิตภัณฑ์นมที่มีแคลเซียม ผลิตภัณฑ์ไอสมเกาหลิเห็ดหลินจือ เครื่องดื่มน้ำแร่ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์คุ้มนยาจีน และประเภทยารักษาโรคอาหารเสริมวิตามิน และในส่วนของอาหารบริโภคนิยม ได้แก่ อาหารฟาสต์ฟู้ดได้แก่ ภัตตาคาร KFC

อาหารต่างประเทศ ขนมอบเคี้ยว เครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอาหารดั่ง ๆ ที่มีชื่อเสียง โดยมีนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของอาหารทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ให้ความหมายว่า อาหาร คือ สิ่งที่เรารับประทานเข้าไปแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายในด้านต่าง ๆ ไม่ทำให้เกิดโทษ เช่น เนื้อสัตว์ ข้าว แป้ง ผัก ผลไม้ นม ฯลฯ ยกเว้นยารักษาโรคนั้น

สาย์ณห์ เรื่องกิตติคุณ (2553) ได้ให้ความหมายจากองค์การอนามัยโรคเรื่อง อาหาร สุขภาพว่า การรับประทานอาหารที่ไม่มีคุณภาพร่วมกับการไม่ออกกำลังกาย จะเป็นบ่อเกิดโรค

โดยองค์การอนามัยโลก WHO ให้ความหมายว่า สุขภาพ หมายถึง ภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจจิตวิญญาณ รวมถึงการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข และมีได้หมายความเฉพาะเพียงแต่ความปราศจากโรคหรือความพิการทุพพลภาพเท่านั้น

ฉันทนา อุตสาหลักษณ์ (2541) ได้ให้ความหมาย บริโภคนิยม หมายถึง แนวคิดแบบหนึ่งที่ยินยอมบริโภคเกินความจำเป็นและก่อให้เกิดผลกระทบทั้งกับตัวเองและผู้อื่นคิดแต่เพียงว่าตัวเองได้สนองความต้องการเพียงครั้งคราวเท่านั้นหรือการซื้อสินค้าตามกระแสนิยมและไม่คิดถึงเงินที่ต้องเสียไปชอบเสพอะไรแปลก ๆ ใหม่ ๆ โดยไม่คิดว่า จะเกิดผลกระทบอะไรหรือพวกนิยมความสบายจะเสียเงินเท่าไรไม่ว่าขอให้ได้สบายไว้ก่อน

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ (2557) ได้ให้ความหมายว่า การบริโภคอาหารตามค่านิยม หมายถึง อาหารที่รับประทานตามความต้องการจากสภาวะการณ์ แต่ละบุคคล แต่ละระดับรายได้ การรับวัฒนธรรมตะวันตก รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบในการเข้าถึงอาหาร โดยอาหารนั้นเป็นอาหารที่ประกอบไปด้วยเนื้อสัตว์เนย ขนมอบ และยังส่งผลต่อความรู้สึกสะอึกสะอื้น ความคล่องตัวและความรื่นเริงตามไปด้วย

สรุป จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำหลักเกณฑ์การแบ่งประเภทร้านอาหารที่สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนโต๊ะที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้า จำนวนพนักงานที่ให้บริการ และลักษณะเด่นของอาหาร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยควรมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ คือ อาหารไทย รสชาติ และเมนูง่าย ๆ เพราะอาหารไทยเป็นที่ถูกปากของทุกเชื้อชาติ

2.1.3 ปัจจัยกำหนดการบริโภคอาหาร

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ (2557) กล่าวว่า ความต้องการบริโภคอาหารของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอจะสรุปได้ว่า ตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารโดยรวม มีดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค (Income) ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะ

บริโภคอาหารมาก ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคอาหารน้อย เช่น นายหลิวมีรายได้เดือนละ 10,000 บาท และนายหลิวจะใช้รายได้ไปในการบริโภคร้อยละ 70 เกือบอมร้อยละ 30 เพราะฉะนั้นนายหลิวจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเป็นเงินเท่ากับ 7,000 บาท ต่อมาถ้านายหลิวมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 15,000 บาท และนายหลิวยังคงรักษาระดับการบริโภคในอัตราเดิม คือ บริโภคในอัตราร้อยละ 70 ของรายได้ที่ได้รับ นายหลิวจะใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 7,500 บาท ในทางกลับกัน ถ้านายหลิวมีรายได้ลดลงเหลือเพียงเดือนละ 5,000 บาท นายหลิวจะใช้จ่ายในการบริโภคเป็นเงิน 3,500 บาท (ร้อยละ 70 ของรายได้) จะเห็นได้ว่า ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อระดับของการบริโภค

2. ราคาของอาหาร (Price) เนื่องจากระดับราคาของอาหารเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าอาหารสูงขึ้นจะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารได้น้อยลงเนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาอาหารได้น้อยลงในทางกลับกัน ถ้าราคาอาหารลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคอาหารได้มากขึ้นด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่อยู่ในมือ (Cash in Hand) กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะจูงใจให้ผู้บริโภคจะบริโภคอาหารมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคอาหารได้น้อยลง

4. ปริมาณอาหารในตลาด (Supply of Food) ถ้าอาหารในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายบริโภคได้มาก ในทางกลับกัน ถ้ามีน้อยก็จะบริโภคได้น้อยตาม

5. การคาดคะเนราคาของอาหารในอนาคต (Expected Price) จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคคาดว่า ในอนาคตราคาของอาหารจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของอาหารจะลดลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาอาหารในอนาคตจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบัน และจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

6. ระบบการค้าและการชำระเงิน (Trade and Payment System) เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงิน โดยเฉพาะอาหารที่ราคาสูง เช่น อาหารต่างประเทศนอกจากที่กล่าวข้างต้น ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น

เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฤดูกาล เทศกาลตรุษจีนหรือความชอบส่วนตัวของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ในเทศกาลกินเจถ้าผู้บริโภครับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคจะไม่บริโภคเนื้อสัตว์ โดยจะหันมาบริโภคพืชผักผลไม้แทนหรือในวัยเด็ก ส่วนใหญ่เด็ก ๆ มักจะชอบบริโภค ลูกอมลูกกวาด ขนมมากกว่าเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ เป็นต้น

2.1.4 แนวคิดสำคัญช่วยให้ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กเติบโต

ญานิสสา เฟื่อนเพาะ (2561) กล่าวว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารมีปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ความทุ่มเทของผู้ประกอบการ ความมีระเบียบวินัย ความใส่ใจในด้านการบริการ เป็นต้น การดำเนินธุรกิจร้านอาหารซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารขนาดเล็ก ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเติบโตได้ในระยะยาว มีแนวทางในการประกอบธุรกิจ 5 ประการ ดังนี้

1. ทีมงานหรือบุคลากร ซึ่งพบว่า บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญ และมีระบบการบริหารงานบุคคลที่ดี เช่น การสร้างขวัญกำลังใจ ค่าตอบแทนที่เหมาะสม จัดระบบสวัสดิการที่ดี เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความภักดีต่อองค์กร มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และอุทิศตนเพื่อองค์กร

2. การสร้างเอกลักษณ์ พบว่า ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นจะต้องสร้างความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน รูปแบบการตกแต่งร้านที่เป็นเอกลักษณ์ การจัดทำแผนการตลาดที่ชัดเจน สามารถดึงดูดขายของธุรกิจแสดงให้ลูกค้าเห็นได้ ซึ่งจะทำให้ดึงดูดความสนใจกลุ่มลูกค้าได้

3. คุณภาพของบริการและวัตถุดิบที่ใช้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจะส่งผลต่อรสชาติอาหาร รูปลักษณ์อาหาร และคุณภาพอาหาร และสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง คือ คุณภาพการบริการที่รวดเร็ว และมีคุณภาพ โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยในการประกอบธุรกิจ จะทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็วและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

4. เวลา พบว่า การบริหารเวลาที่ดีจะช่วยให้การให้บริการมีคุณภาพ เช่น เวลาในการรออาหารไม่นานจนเกินไป เวลาในการชำระเงินไม่นานจนเกินไป ซึ่งจะส่งผลในการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า และการบอกต่อไปยังผู้อื่นอีกด้วย

5. งบประมาณ เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการประกอบธุรกิจทุกรูปแบบ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงสภาพคล่องของร้านอาหาร การมีเงินทุนหมุนเวียนภายในร้านอย่างเพียงพอในการซื้อวัตถุดิบ การปรับปรุงร้าน การปรับปรุงคุณภาพการบริการ เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Mccormic (1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด ผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Dalton (1968) กล่าวว่า ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของคนใดคนหนึ่งว่าชอบหรือไม่ชอบในบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปเกี่ยวข้อง

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มีผู้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้หลากหลายซึ่งผู้วิจัยได้นำมารวบรวมไว้ดังนี้

Wallestein (อ้างถึงใน อัญญา วัจนะสวัสดิ์, 2544, น. 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Shelly (อ้างถึงใน อัญญา วัจนะสวัสดิ์, 2544, น. 5) ได้ให้ความหมายสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกสลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544, น. 27) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

Person (อ้างถึงใน สมสันต์ กางกร, 2547, น. 32) ได้ให้ความหมายว่าความพึงพอใจของลูกค้า คือ การที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเมื่อสิ้นการซื้อหรือการใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้นและจะบอกไปยังบุคคลใกล้เคียงต่อไป

Kotler (1997, p.192) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้าและบริการนั้น ๆ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2547, น. 59) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง การประเมินสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะมีความพึงพอใจถ้าไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรกลูกค้าจะไม่พอใจ (Dissatisfaction)

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สามารถสังเคราะห์และบูรณาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัยและนิยามได้ว่า ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน หรือได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet (อ้างถึงใน พิทักษ์ ตรีษิต, 2538: น.33) เป้าหมายสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนโดยมีหลักหรือแนวทางคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกันดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการตรงเวลา (Timely Services) หมายถึง การบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity At The Right Geographical Location) Millet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะได้บริการนั้น ๆ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรก

จากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจสามารถสังเคราะห์และบูรณาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัยและนิยามได้ว่า หลักหรือแนวทางในการสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

2.2.4 ความสำคัญของความพึงพอใจ

วันชัย คำเจริญ (2545 , น. 51-52) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการอีก นำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพที่ดีขึ้น กล่าวได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอการบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามคาดหวังของลูกค้ามีผลทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่อุปกรณ์เครื่องใช้และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ฯลฯ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่นสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. องค์การบริการพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอการบริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้

2. การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วยเพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ในแต่ละองค์กรเมื่อองค์กรบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้า ในชีวิตการทำงาน พนักงานบริการก็ขอมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ๆ ไป

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2544, น. 21) กล่าวว่า เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเพราะฉะนั้นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันและเพื่อความก้าวหน้าและเติบโตของธุรกิจ

สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบผลสำเร็จเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ซึ่งจะเห็นถึงความสำคัญของความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสำคัญของความพึงพอใจ สามารถสังเคราะห์และบูรณาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัยและนิยามได้ว่า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีความสำคัญต่อองค์กรอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าคือ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ องค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2.3 แนวคิดคุณภาพของการบริการ

2.3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร (Food Quality)

คุณภาพ หมายถึง ระดับหรือสมบัติของผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแล้ว ประกอบด้วยความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกัน ก็เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ (อรอุมา วงสางาม, 2556) คุณภาพอาหาร หมายถึง คุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย คุณภาพ ทางประสาทสัมผัสคุณภาพด้านโภชนาการ และคุณภาพด้านความปลอดภัย อุตสาหกรรมอาหารเป็น อุตสาหกรรมที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคมากเป็นพิเศษ เนื่องจากมีความเสี่ยงสูงที่จะ ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคอย่างกว้างขวางและรุนแรงมากกว่าอุตสาหกรรมอีกหลายประเภท เช่น สิ่งทอ เพอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ ทั้งนี้เพราะอาหารมีโอกาสก่ออันตรายกับผู้บริโภคได้ ทั้งอันตราย ทางกายภาพ อันตรายทางเคมี และอันตรายทางจุลินทรีย์ ตัวอย่างเช่น อาหารกระป๋องที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนไม่เพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคเสียชีวิต เนื่องจากสารพิษของเชื้อแบคทีเรียคลอสตริเดียม โบทูลินัม (Clostridium Botulinum) หรือการล้างผักและผลไม้ที่ไม่สะอาด อาจมีสารพิษทางการเกษตร (Pesticides) เหลือตกค้างจนอาจเป็นอันตราย เป็นต้น รวมทั้งสารพิษที่แบคทีเรีย หรือเชื้อราสร้างขึ้น อีกทั้งอาหารบางประเภทยังทำให้เกิดการแพ้อาหาร (Food Allergen) กับ ผู้บริโภค บางราย ซึ่งมีสถิติเพิ่มสูงขึ้น

คุณภาพของอาหาร หมายถึง ลักษณะในด้านต่าง ๆ ของอาหารที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด (พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิชิยา รัตนาปนนท์, 2556) ประกอบไปด้วย

1. คุณค่าทางโภชนาการ (อรอุมา วงสางาม, 2556) คือ ปริมาณของสารอาหารต่าง ๆ ที่ประกอบรวมกันในอาหาร ตัวอย่าง เช่น โปรตีน เป็นสารประกอบอินทรีย์ ซึ่งเป็น โพลีเมอร์สายยาวของกรดแอมิโน (Amino Acid) ในแง่โภชนาการ โปรตีนเป็นสารอาหาร ที่ให้พลังงาน คือ โปรตีน 1 กรัมให้พลังงาน 4 แคลอรี (Calorie) โปรตีนเป็นส่วนประกอบของร่างกาย ที่มีปริมาณมากเป็นอันดับสองรองจากน้ำ โดยเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของเซลล์ของสิ่งมีชีวิตทุกชนิด เช่น เอนไซม์ (Enzyme) ฮอร์โมน ซึ่งจำเป็นต่อการท างานและการดำรงชีวิต มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตและ การเสริมสร้างเนื้อเยื่อส่วนที่สึกหรอของสัตว์ เมื่อรับประทานอาหารที่มีโปรตีนร่างกายจะย่อยสลาย โปรตีนได้เป็นกรดแอมิโนและกรดแอมิโนที่ร่างกายได้รับจากอาหารจะนำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ

2. คุณลักษณะทางกายภาพ เป็นคุณภาพที่สัมผัสรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส จึงเรียก คุณภาพในแง่นี้ได้เป็น คุณลักษณะเชิงประสาทสัมผัส (Sensory Properties หรือ Organoleptic

Properties) ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้เป็น 3 ประเภทด้วยกัน (พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิธิยา รัตนานพนนท์, 2556) คือ เนื้อสัมผัส (Texture) เป็นคุณสมบัติที่รับรู้ได้ด้วยการสัมผัส หรือรับรู้จากการจับเคี้ยว เช่น ความเหนียว ความร่วน และความแข็ง เป็นต้น กลิ่นรส (Flavor) เป็นคุณสมบัติที่รับรู้ได้ด้วยการดมกลิ่น และชิมรสด้วยลิ้น และสี (Color) เป็นคุณสมบัติที่รับรู้ได้ด้วยการมองด้วยตา ซึ่งมีอิทธิพลต่อความชอบในผลิตภัณฑ์อาหารบางอย่างถ้ามีสีผิดเพี้ยนไปจากธรรมชาติก็อาจจะถือว่าด้อยคุณภาพ

4. ความปลอดภัยต่อการบริโภค คือ ความปลอดภัยของอาหารจึงควรเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเสมอ โดยความปลอดภัยต่อการบริโภค (ยูนิลีเวอร์ฟู๊ดโซลูชันส์, 2556) อันตรายน 3 ประเภท คือ

1) อันตรายทางชีววิทยาประกอบด้วยแบคทีเรีย ปรสิต เชื้อรา และไวรัส ซึ่งเกิดขึ้นได้ในอาหารที่ผ่าน การจัดการที่ไม่ดีหรือผ่านทาง การปนเปื้อนจากแหล่งภายนอก

2) อันตรายทางเคมี คือ สารอันตราย อย่างยาฆ่าแมลงน้ำมันเครื่อง โลหะที่สลายตัว หรือสารปรุงแต่งอาหารจำนวนมากเกินพอดี อันตราย เหล่านี้อยู่ในทุกขั้นตอนของการเตรียมอาหาร

3) อันตรายทางร่างกาย คือวัตถุต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่ง ของอาหาร และไม่ได้จะทำ เป็นอาหารแต่เข้าไปอยู่ในอาหาร ได้ด้วยสาเหตุบางอย่าง ตัวอย่างเช่น เศษ แก้วหรือโลหะ ไม้จิ้มฟัน และเครื่องประดับ (ยูนิลีเวอร์ฟู๊ดโซลูชันส์, 2556)

2.3.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ยูวดี มีพรปัญญาวิโชค (2553) กล่าวว่า คุณภาพการบริการคือ ประสิทธิภาพทั้งหมดซึ่งลูกค้าสามารถประเมินออกมาได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากเพราะเป็นการล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง สิ่งที่คุณค่ามีความชอบ และสิ่งที่คุณค่าชื่นชมยินดี เมื่อกล่าวในส่วนของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เป็นลักษณะที่ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการ สะสม ข้อมูลความคาดหวังไว้วางใจจะได้รับจากบริการ โดยเมื่อพิจารณาในส่วนของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ คือลักษณะของความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ และตัดสินใจที่จะใช้ บริการต่อไป การศึกษาคุณภาพการบริการได้มีการวิจัยทางการตลาดมาแล้วหลาย ครั้งโดยเริ่มตั้งแต่ปี 1983 ได้มีการสร้างรูปแบบของคุณภาพบริการ (Service Quality Model) และ มิติของคุณภาพ บริการ (Dimensions of Service Quality) ซึ่งวัดได้จากการรับรู้ของผู้รับบริการว่า บริการที่ได้รับ เป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เพียงใด (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1990)

และได้มีการวิจัยแล้วนำไปพัฒนาเป็นรูปแบบของการบริการตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งมีสิ่งบ่งชี้ คุณภาพบริการ ดังนี้

1. มิติของคุณภาพบริการ (Dimensions of Service Quality) โดยการประเมินจากผู้รับบริการซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ 10 ด้าน ดังนี้

1.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวก ทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร

1.2 ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ตามที่ให้สัญญาไว้และมีความน่าเชื่อถือ

1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะ ช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที

1.4 สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้และ ความสามารถ ทักษะในการบริการที่ให้และสามารถแสดงออกมาให้ผู้รับบริการประจักษ์ได้

1.5 ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อน โยน ให้เกียรติมีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

1.6 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจ เชื่อถือได้ซึ่งเกิดจาก ความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ

1.7 ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยใน ชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษา ความลับ ของผู้รับบริการ

1.8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ

1.9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ ผู้รับบริการ ใช้สื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจ และรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้รับบริการ

1.10 การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตนเอง

2. เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ จากการศึกษาวิจัยที่ได้มีการพัฒนามาตลอดของ Zeithaml, et al. (1990) พบว่า คุณภาพบริการนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ ของผู้รับบริการ เมื่อผู้รับบริการมารับบริการนั้นจะเปรียบเทียบบริการที่ตน ได้รับจริงกับ บริการที่ คาดหวังไว้และยังพบมิติในการประเมินคุณภาพบริการจากผู้รับบริการซึ่งมี 10 ด้าน ดังกล่าวมาแล้ว จึงได้นำมิติของคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน แล้วนำมาสร้างเป็นเครื่องมือแบบ

ประเมินคุณภาพการ บริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service Quality) มีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ จนสามารถสรุปรวม มิติสำคัญที่บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการมีจำนวน 5 ด้านหลักเท่านั้น (Zeithaml, et al., 1990) SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย 22 ข้อ เป็นการประเมินความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการ

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วย 22 ข้อ เช่นกัน แต่ประเมินจากการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับจริง โดย เรียกเครื่องมือนี้ว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy & Responsiveness) ซึ่งผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ดังนี้ (Tenner & De Toro, 1992)

2.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ 16 ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากร และการใช้ สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็น รูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้น ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความ สม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้น มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

2.3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความ เต็มใจที่จะ ให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้ทันที่ที่ผู้รับบริการ สามารถ เข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการ ให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

2.4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มี กิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และ เกิด ความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

2.5 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจต่อลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการ ดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละคน มิติที่ใช้เป็นเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน

Spechler (1988) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นที่ทราบกันดีว่า การที่จะทำให้ คุณภาพการบริการประสบผลสำเร็จเป็นที่พอใจของลูกค้า นั้นไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการที่คิดว่าเป็นที่ดีที่สุด

เพียงวิธีเดียวเท่านั้น และวิธีการที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในที่แห่งหนึ่งก็ไม่สามารถรับประกันว่า จะได้ผลกับที่อื่นด้วยเสมอไป ทั้ง ๆ ที่เป็นสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน สิ่งสำคัญที่จะเสนอในที่นี้คือ รูปแบบที่มีประสิทธิผลของคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นหลักการทั่วไป ที่ได้รับการยอมรับว่าได้ผลดี ถึงแม้ว่าเป็นหลักการเดียวกันก็ตาม แต่การนำไปประยุกต์ใช้ก็อาจมีความแตกต่างกันได้ในการผลิตก็ เช่นเดียวกัน คือ ไม่มีกระบวนการสองกระบวนการที่เหมือนกันเลย ในแต่ละบริษัทก็จะมีกระบวนการ หรือระบบงานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วแต่ละกระบวนการ จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่จะเป็นกุญแจ ไปสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารจะต้องค้นหาปัจจัยสำคัญให้พบ และทำการปรับปรุงระบบงานหรือ กระบวนการที่เกี่ยวข้อง และสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร ให้สอดคล้องกับความต้องการของ ลูกค้าภายในและภายนอก โดยมีปัจจัยสำคัญสองประการที่จะต้องตระหนักอยู่เสมอ นั่นคือการเพิ่ม ผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) จาก Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการ ไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการ โดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางและทิศทางของความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการ คือ

- 1) การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ (Customer Satisfaction and Beyond)
- 2) การประกันคุณภาพ (Quality Assurance)
- 3) วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี (Methods, System and Technology)
- 4) การตระหนักถึงคุณภาพ (Quality Awareness)
- 5) การฝึกอบรม (Training)
- 6) การมีส่วนร่วม (Involvement)
- 7) การเป็นที่รู้จัก การยอมรับนับถือ (Recognition)

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นในด้านคุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสม ข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ โดยเมื่อพิจารณาในส่วนของ การตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ คือลักษณะของความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ และตัดสินใจที่จะใช้ บริการต่อไป

2.4 ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร สำหรับร้านอาหาร

กรมอนามัย (2561) กล่าวว่า เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ร้านอาหารจึงต้องจัดการปรับปรุง และดูแลร้านอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร ซึ่งมีข้อกำหนดพื้นฐานทั้งหมด 15 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. สถานที่รับประทาน สถานที่เตรียมปรุง-ประกอบอาหาร ต้องสะอาดเป็นระเบียบ และจัดเป็นสัดส่วน ต้องจัดและดูแลรักษาบริเวณสถานที่รับประทานอาหาร และสถานที่เตรียมปรุงประกอบ จำหน่ายอาหารให้สะอาดเป็นระเบียบอยู่เสมอ พื้น ควรมีลักษณะผิวเรียบ ไม่ลื่น ไม่แตกร้าวหรือเป็นร่องและไม่มีเศษขยะ ผง และเปดาน ควรทาสีอ่อน เพื่อช่วยให้บริเวณร้านสว่าง ไม่มีมืดทึบ และสามารถมองเห็นสิ่งสกปรกได้ง่าย โดยเฉพาะบริเวณที่เตรียมปรุงอาหารควรทำด้วยวัสดุผิวเรียบ ทำความสะอาดง่าย เช่น สแตนเลส อลูมิเนียม โฟเมก้า กระเบื้องเคลือบ อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด และต้องรักษาความสะอาดอยู่เสมอ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ต้องจัดให้เป็นระเบียบ สามารถทำความสะอาดได้ทั่วถึง และ จัดบริเวณในการปฏิบัติงานให้เป็นสัดส่วน ไม่ปะปนกัน เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของอาหารและในบริเวณที่ปรุงควรมีพัดลมดูดอากาศหรือปล่องระบายควันช่วยระบายอากาศ และต้องไม่รบกวนบริเวณใกล้เคียงด้วย

2. ไม่เตรียมปรุงอาหารบนพื้น และบริเวณหน้า หรือในห้องน้ำ ห้องส้วม และต้องเตรียมปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. ต้องไม่เตรียม หรือวางอาหาร ภาชนะใส่อาหาร รวมถึงการหั่น การล้าง การเก็บอาหาร บนพื้น และบริเวณหน้าหรือในห้องน้ำห้องส้วม ตลอดจนในบริเวณที่อาจทำให้อาหารปนเปื้อน สิ่งสกปรกได้ ต้องเตรียมและปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. และโต๊ะที่ใช้เตรียมปรุงอาหารต้องทำด้วยวัสดุผิวเรียบสามารถทำความสะอาดได้ง่าย เช่น สแตนเลส โฟเมก้า

3. ใช้สารปรุงแต่งอาหารที่มีความปลอดภัย มีเครื่องหมายรับรองของทางราชการ เช่น เลขสารบบอาหาร (อย.) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม (มอก.) ต้องไม่ใช้สารปลอมปน สารที่ไม่ใช่อาหาร หรือสารที่ไม่ปลอดภัยในการบริโภค มาปรุง ประกอบอาหาร ภาชนะที่ใช้ใส่เครื่องปรุงรส เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา และน้ำจิ้ม ซึ่งมีฤทธิ์ กัดกร่อนได้ต้องใส่ในภาชนะที่ทำจากวัสดุที่ทนการกัดกร่อนได้ดี ได้แก่ แก้ว กระเบื้องเคลือบขาว และต้องมีฝาปิด สำหรับซ่อนดักควรรใช้ซ่อนกระเบื้องเคลือบขาว ถ้าใช้สแตนเลส ควรเป็นชนิด 18-8 ส่วนเครื่องปรุงรส หรือสารปรุงแต่งอาหารที่ไม่มีฤทธิ์กัดกร่อน เช่น น้ำตาล พริกป่น ควรเก็บในภาชนะที่สะอาดได้ง่าย มีฝาปิด หรือใช้ฝาชีครอบ

4. อาหารสดต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาปรุง หรือเก็บ การเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน อาหารประเภทเนื้อสัตว์ดิบเก็บในอุณหภูมิที่ต่ำกว่า 5 องศาเซลเซียส อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้ ต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาปรุงหรือเก็บ การเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน ไม่ปะปนกัน โดยอาหารประเภทเนื้อสัตว์ดิบต้องเก็บในอุณหภูมิที่ต่ำกว่า 5 องศาเซลเซียส และควรจะมีการแยกเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ผักสดก่อนล้างทำความสะอาด

ผักสดหลังจากล้างทำความสะอาดแล้ว

ผลไม้สดก่อนล้าง

ผลไม้สดหลังจากล้างทำความสะอาดแล้ว

เนื้อสัตว์สดที่ไม่ใช่อาหารทะเล

เนื้อสัตว์สดประเภทอาหารทะเล

อาหารที่พร้อมบริโภค

5. อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว เก็บในภาชนะที่สะอาดมีการปกปิด วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. อาหารปรุงสำเร็จ หรืออาหารที่พร้อมที่จะรับประทานได้ โดยไม่ผ่านขั้นตอนของการให้ความร้อนหรือการฆ่าเชื้อโรคอีก ต้องเก็บไว้ในภาชนะที่สะอาด มีการปกปิดอาหารไว้ตลอดเวลา เพื่อป้องกันสัตว์ แมลงนำโรค และฝุ่นละออง และตั้งวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

6. น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาดมีฝาปิด ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามสำหรับคีบ หรือตักโดยเฉพาะ วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องเป็นน้ำแข็งที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการบริโภคโดยเฉพาะเมื่อละลายแล้วควรเป็นน้ำที่สะอาด ไม่มีตะกอน ภาชนะที่ใส่ต้องเป็นภาชนะที่สะอาด ไม่เป็นสนิม มีฝาปิด สามารถเก็บความเย็นได้ดี ต้องมีอุปกรณ์สำหรับคีบ หรือตักที่มีด้ามยาวเพียงพอสามารถหยิบจับได้โดยมือไม่สัมผัสกับน้ำแข็ง หรือไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อน และต้องไม่มีสิ่งของอื่นแช่ปนอยู่กับ น้ำแข็ง

7. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหล และที่ล้างภาชนะต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารทุกประเภทต้องล้างให้สะอาด แยกภาชนะที่ใส่ของหวานและของคาว กำจัดเศษอาหาร แล้วล้างด้วยน้ำยาล้างภาชนะ ขัดถูคราบสกปรกของอาหารและไขมันออก แล้วล้างออกด้วยน้ำสะอาดอีก 2 ครั้ง โดยน้ำที่ใช้ล้างจะต้องเปลี่ยนให้สะอาดอยู่เสมอหรือล้างด้วยน้ำไหลโดยเปิดก๊อกให้น้ำไหลผ่านภาชนะแล้วล้างให้สะอาด เมื่อล้างเสร็จแล้วควรคว่ำให้แห้ง ในที่โปร่งสะอาดและสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

8. เขียงและมีด ต้องมีสภาพดี แยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก เนื้อสัตว์ดิบ และผัก ผลไม้ เขียงต้องมีสภาพดี ไม่แตกร้าว ไม่เป็นร่อง สะอาด ไม่มีรา ไม่มีคราบไขมัน หรือคราบสกปรกฝังแน่น เขียงและมีดจะต้องแยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์ดิบ เนื้อสัตว์สุก ผัก ผลไม้ โดยไม่ใช่ปะปนกัน เพราะถ้าใช้ปนกันจะทำให้มีการปนเปื้อนของเชื้อโรคจากอาหารดิบไปสู่อาหารสุก และผักผลไม้ได้ ควรล้างให้สะอาดทั้งก่อน, หลัง และระหว่างการใช้งานเป็นระยะและผึ่งให้แห้งในที่โปร่ง โดยวางให้ได้รับแสงแดด ไม่ควรใช้ผ้าหรือฝาหม้อปิด เพราะจะทำให้อับชื้น ควรใช้ผ้าเช็ดเพื่อป้องกันสัตว์และแมลงนำโรค

9. ซ้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปรงสะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปรงสะอาดและมีการปกปิด เกือบสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. ซ้อน ส้อม ตะเกียบ ที่ล้างสะอาดแล้ว ต้องเก็บวางในลักษณะตั้งให้ส่วนที่เป็นด้ามจับไว้ด้านบน ในภาชนะที่โปรงสะอาด ภาชนะ ไม่กว้างเกินไป หรือเก็บวางเรียงเป็นระเบียบ โดยวางเรียงนอนไปในทางเดียวกัน และในการหยิบจับต้องจับเฉพาะด้ามเท่านั้น

10. มุลฝอย และน้ำเสียนักชนิด ได้รับการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกหลักสุขาภิบาล มีการเก็บและรวบรวมขยะมูลฝอยให้เรียบร้อยและมิดชิด ไม่รั่วซึมเพื่อป้องกันเศษขยะและน้ำจากขยะซึมรั่ว ออกนอกถังก และเพื่อความสะอาดในการรวบรวม ควรใช้ถุงพลาสติกสวมไว้ด้านในถังขยะด้วย เวลาเก็บ ไปกำจัดควรผูกปากถุงให้แน่นเสียก่อนและต้องมีฝาปิดถังขยะให้มิดชิดด้วยการระบายน้ำเสีย ต้องมีรางระบายน้ำเสียจากจุดต่าง ๆ ที่ใช้การได้ดี โดยเฉพาะบริเวณห้องครัว และบริเวณที่ล้างภาชนะอุปกรณ์ ต้องมีรางระบายน้ำที่มีสภาพดี ไม่แตกร้าว ไม่อุดตัน มีการคัดกรองเศษอาหาร และควรติดตั้งบ่อดักไขมันในขนาดที่เหมาะสม ก่อนระบายน้ำเสอลงสู่ท่อระบาย หรือระบบบำบัดน้ำเสีย ไม่ระบายน้ำเสอลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง ฯลฯ โดยตรงทั้งนี้ ต้องดักเศษอาหารและคราบไขมันทิ้งเป็นประจำ

11. องสวมสำหรับผู้บริ โภคและผู้สัมผัสอาหารต้องสะอาด มีอ่างล้างมือที่ใช้การได้ดี และมีสบู่ใช้ตลอดเวลา ห้องสวมควรแยกออกจากห้องครัวเป็นสัดส่วนเฉพาะ โดยประตูของห้องสวมต้องไม่เปิดตรงสู่บริเวณที่เตรียมปรุงอาหาร ที่ล้าง ที่เก็บภาชนะอุปกรณ์ และที่เก็บวางอาหารทุกชนิด เพื่อเป็นการป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อโรคต้องดูแลรักษาความสะอาดห้องสวมที่อยู่ในบริเวณร้านอาหารทุกห้อง ทั้งห้องสวมสำหรับผู้บริ โภค ห้องสวมสำหรับผู้สัมผัสอาหาร และพนักงานของร้านอาหาร ต้องสะอาดไม่มีคราบสกปรก ไม่มีกลิ่นเหม็น มีน้ำใช้เพียงพอ นอกจากนี้ต้องมีอ่างล้างมือที่ใช้การได้ดี และจัดให้มีสบู่สำหรับล้างมือใช้ตลอดเวลา (ควรใช้สบู่เหลว เพราะสบู่ก้อนอาจมีสิ่งสกปรกติดอยู่ที่ก้อนสบู่ได้ ถ้าใช้สบู่ก้อนต้องล้างสบู่ให้สะอาดด้วย)

12. ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สวมหมวกหรือเน็ตคลุมผม ผู้ปรุง ผู้เสิร์ฟ ผู้เตรียมอาหาร ผู้ล้างภาชนะหรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับอาหารทุกคน ต้องแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาด หรือมีเครื่องแบบเฉพาะ ที่สะอาด และสวมหมวกหรือเน็ตที่สามารถเก็บรวบรวมผมได้เรียบร้อย เพื่อป้องกันเส้นผมและสิ่งสกปรกปนเปื้อนอาหาร

13. ผู้สัมผัสอาหารต้องล้างมือให้สะอาดก่อนเตรียมปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารทุกครั้ง ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วทุกชนิด ผู้สัมผัสอาหารทุกคนต้องล้างมือด้วยน้ำ และสบู่ หรือน้ำยา ล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ โดยเฉพาะก่อนเตรียม ปรุง ประกอบ และ

จำหน่ายอาหารทุกครั้งและต้องล้างมือให้สะอาดทันที หลังออกจากห้องส้วมหรือหลังจากจับต้องสิ่งสกปรก เช่น ผ้าเช็ดตัว ขยะ การแกะเกาผิวหนัง การปิดปากขณะไอจาม เป็นต้น สำหรับอาหารที่ปรุงสำเร็จหรืออาหารที่พร้อมรับประทาน ห้ามใช้มือหยิบจับ หรือสัมผัสอาหารโดยตรง ต้องใช้อุปกรณ์ที่สะอาดปลอดภัย ในการหยิบจับอาหาร เช่น ทัพพี ที่คีบ

14. ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือต้องปกปิดแผลให้มิดชิด หลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหาร ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลต้องปกปิดแผลให้มิดชิด โดยเฉพาะบาดแผล หรือ ฟีที่มีหนองจะต้องหยุดหรือหลีกเลี่ยง การปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหาร ถ้าไม่สามารถหยุดปฏิบัติงานได้ ควรเลี่ยงไปปฏิบัติงานหน้าที่อื่นแทนจนกว่าบาดแผลจะหายสนิท จึงกลับมาปฏิบัติงานตามปกติ นอกจากนี้ผู้สัมผัสอาหาร ต้องตัดเล็บสั้นและไม่สวมเครื่องประดับนิ้วมือและข้อมือ เพราะจะเป็นแหล่งสะสมสิ่งสกปรกและเชื้อโรคได้

15. ผู้สัมผัสอาหารที่เจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถติดต่อไปยังผู้บริโภค โดยมีน้ำและอาหารเป็นสื่อ ให้หยุดปฏิบัติงานจนกว่าจะรักษาให้หายขาด ผู้สัมผัสอาหารที่มีอาการเจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถติดต่อไปยังผู้บริโภคได้ ได้แก่ วัณโรค อหิวาตกโรค ไทฟอยด์ บิด อุจจาระร่วง ไข้สวกไส หัด คางทูม ไวรัสตับอักเสบบีชนิดเอ และ โรคผิวหนังที่น่ารังเกียจ ต้องหยุดปฏิบัติงานและได้รับการรักษาจนกว่าจะหายเป็นปกติ ไม่สามารถแพร่เชื้อโรคได้และไม่เป็นที่น่ารังเกียจแล้ว จึงกลับมาปฏิบัติงานตามปกติได้

แนวทางในการประกอบกิจการร้านอาหารให้ถูกกฎหมาย

ร้านอาหารจัดเป็นสถานที่จำหน่ายอาหาร ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของราชการส่วนท้องถิ่น (กรุงเทพมหานคร, เทศบาล, สุขาภิบาล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด, องค์การบริหารส่วนตำบล และเมืองพัทยา) ดังนั้น การจะประกอบกิจการร้านอาหารต้องปฏิบัติ ดังนี้

ผู้ประกอบการกิจการร้านอาหารที่มีพื้นที่ของร้านมากกว่า 200 ตารางเมตร ต้อง ขออนุญาตประกอบกิจการต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น เมื่อได้รับใบอนุญาตแล้วจึงจะเปิดดำเนินการได้ ใบอนุญาตจะมีอายุหนึ่งปี และการขอต่ออายุใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ

ร้านอาหารที่มีพื้นที่ของร้านไม่เกิน 200 ตารางเมตร เมื่อเปิดดำเนินการต้อง แจ้งต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น เพื่อขอหนังสือรับรองการแจ้ง และเมื่อประสงค์จะเลิกกิจการ หรือโอนกิจการ ให้แก่บุคคลอื่น ต้องแจ้งให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นทราบด้วย

การยื่นคำขอใบอนุญาต การต่ออายุใบอนุญาต และการขอหนังสือรับรองการแจ้ง ให้ยื่นได้ที่ส่วนราชการต่าง ๆ ดังนี้

สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร (สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร)

สำนักงานเทศบาล (สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล)

สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล (สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล)

สำนักงานเมืองพัทยา (สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองพัทยา)

ผู้ประกอบการร้านอาหารจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ราชการส่วนท้องถิ่นกำหนด

ผู้ประกอบการร้านอาหารโดยไม่มีใบอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน หกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

ผู้ประกอบการร้านอาหารโดยไม่มีหนังสือรับรองการแจ้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท

ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องแสดงใบอนุญาต หรือหนังสือรับรองการแจ้งไว้โดยเปิดเผย และเห็นได้ง่าย ในบริเวณร้านอาหาร ผู้ฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท

ร้านอาหารไทยปลอดภัย สุขภาพดี มีคุณสมบัติดังนี้

1. ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน Clean Food Good Taste ประกอบด้วย

1.1 เกณฑ์ทางกายภาพ ได้ตามข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารร้านอาหารมีข้อกำหนด 15 ข้อ

1.2 เกณฑ์ทางแบคทีเรียโดยการใช้ชุดทดสอบตรวจหาโคลิฟอร์มแบคทีเรีย อ.13 จำนวน 10 ตัวอย่าง ไม่พบการปนเปื้อน 90% ขึ้นไป ตรวจอาหาร/น้ำ/น้ำแข็ง จำนวน 5 ตัวอย่าง ตรวจภาชนะอุปกรณ์ จำนวน 3 ตัวอย่าง ตรวจมือผู้สัมผัสอาหาร จำนวน 2 ตัวอย่าง

2. มีช้อนกลางสำหรับผู้บริโภค

3. มีอ่างล้างมือสำหรับผู้บริโภค

4. ส้วมในร้านอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐาน HAS ระดับประเทศ (Healthy Accessibility Safety) 16 ข้อ โดยเน้น 3 เรื่อง คือ

4.1 ความสะอาด (H) : ส้วมจะต้องได้รับการดำเนินการให้ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น ห้องส้วม และสุขภัณฑ์ทั้งหมดจะต้องสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น มีวัสดุ อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น น้ำสะอาด สบู่ล้างมือ กระดาษเช็ดมือ และกระดาษชำระเพียงพอ การเก็บกัก หรือบำบัดสิ่งปฏิกูลถูกต้องและมีสภาพแวดล้อมสวยงาม

4.2 ความเพียงพอ (A) : ต้องมีส้วมให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้ใช้รวมถึงผู้พิการ ผู้สูงอายุ หญิงมีครรภ์และผู้พิการสามารถเข้าใช้บริการได้ส้วมต้องพร้อมใช้งานตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ

4.3 ความปลอดภัย (S) : ผู้ใช้บริการจะต้องปลอดภัยขณะใช้ส้วม เช่น สถานที่ตั้งส้วม ไม่เปลี่ยว มีแสงสว่างเพียงพอ ห้องส้วมแยกเพศชาย-หญิง และมีการปิดล็อกสะดวกจากด้านใน

5. ผักสดปลอดสารพิษฆ่าแมลง
6. ผู้สัมผัสอาหารต้องผ่านการอบรม
7. ใช้ถุงมือสัมผัสอาหาร

2.5 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหัวหิน

หัวหิน เป็นอำเภอที่ทุกคนรู้จักกันเป็นอย่างดีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดิมมีชื่อว่า "บ้านสมอเรียง" หรือ "บ้านแหลมหิน" ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้ทรงสร้างวังไกลกังวลเพื่อประทับพักผ่อนในฤดูร้อน และปัจจุบันวังไกลกังวลนั้นเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์องค์ปัจจุบัน ทุกวันนี้หัวหินมีชื่อเสียงจากการเป็นสถานที่ตากอากาศที่สามารถเที่ยวได้ใน 1 วันและอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 196 กิโลเมตร หากใช้เส้นทางถนนพระราม2 ใช้เวลาประมาณ 2.5-3 ชั่วโมงหากโดยสารทางรถ หรือ 45 นาทีหากเดินทางโดยเครื่องบิน

อำเภอหัวหิน ในอดีตเป็นพื้นที่เขตปกครองของส่วนหนึ่งในเมืองปราณบุรี (เมืองชั้นจัตวา) ขึ้นตรงแขวงเมืองเพชรบุรี จนกระทั่งมีการจัดการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล จึงได้อยู่ในพื้นที่ของอำเภอปราณบุรี เมืองเพชรบุรี (จังหวัดเพชรบุรี) ต่อมา วันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2449 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีพระบรมราชโองการเหนือเกล้าให้รวมเอาอำเภอเมืองปราณบุรี อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอกำเนิดนพคุณ จังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นเมืองชั้นจัตวามาก่อนเข้ารวมเป็นจังหวัดปราณบุรี และภายหลังได้รับการจัดตั้งเป็นกิ่งอำเภอหัวหิน อำเภอปราณบุรี อำเภอหัวหิน ได้รับประกาศยกฐานะจากกิ่งอำเภอหัวหิน อำเภอปราณบุรี ตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2492 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 249 ชุมชนหัวหินก่อตั้งขึ้นในราวปี พ.ศ. 2377 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 เมื่อชาวบ้านกลุ่มหนึ่งจากทางตอนเหนือละทิ้งถิ่นฐาน และเดินทางมาจนถึงพื้นที่ที่เป็นบริเวณใกล้กับเขาตะเกียบในปัจจุบัน แล้วได้ตั้งถิ่นฐานที่บริเวณนี้ เพราะเห็นว่าเป็นหาดทรายที่สวยงามและแปลกกว่าที่อื่น คือมีกลุ่ม หินกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป อีกทั้งที่ดินก็มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการเกษตรและการประมง แล้วตั้งชื่อหมู่บ้านว่า "บ้านสมอเรียง" ต่อมาพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระนเรศวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษฎาคาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) ได้มาสร้างตำหนักหลังใหญ่ชื่อ "แสนสำราญสุขเวศน์" ที่ ด้านใต้ของหมู่หินริมทะเล (ปัจจุบันคือบริเวณที่อยู่ติดกับโรงแรมโซฟิเทลฯ) และทรงขนานนามหาดทรายบริเวณนี้เสียใหม่ว่า "หัวหิน" จนเมื่อเวลาล่วงไป

ทั้งตำบล ในบริเวณนี้ก็ถูกเรียกในชื่อเดียวกันว่า “หัวหิน” และเจริญเติบโตขยายขึ้นเป็นอำเภอหัวหิน จนถึงปัจจุบัน

หัวหิน (Hua Hin) อยู่ในเขตพื้นที่ของ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ห่างจาก กรุงเทพฯ มาทางตอนใต้เป็นระยะทางประมาณ 295 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 90 กิโลเมตร หัวหินมีตลาดขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยร้านอาหารและร้านค้าขายของที่ระลึก ส่วนชายหาดอยู่ทางด้านตะวันออกของตัวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และมีทางลงหาดอยู่ที่ถนนดำเนินเกษม หัวหินมีชายหาดที่ขาวสะอาดและมีความยาวกว่า 5 กิโลเมตร เหมาะสำหรับการเล่นน้ำทะเล สำหรับ สถานที่ท่องเที่ยว ที่น่าสนใจของหัวหิน ได้แก่ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมหัวหิน ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ตลาดฉัตรไชย เขาตะเกียบ เขาไกรลาส เขาหินเหล็กไฟ ค่ายพระราชวัง เขาเต่า เกาะสิงห์โต และ น้ำตกป่าละอู เป็นต้น

หัวหินไม่ห่างจากกรุงเทพฯ มากนัก สามารถนั่งรถไฟจากสถานีหัวลำโพงมาลงที่สถานีหัวหิน หรือจะนั่งรถตู้แถวอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิในกรุงเทพฯ มาลงแถวตลาดหัวหิน หรือเลือกจะขับรถยนต์ส่วนตัว ก็สามารถทำได้ เมื่อถึงหัวหิน มีกิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลินมากมาย ไม่ว่าจะเป็น เปิดห้องพักผ่อนสบาย ๆ ชิมอาหารทะเลสด ๆ ตามร้านอาหารที่มีอยู่อย่างคายคั่น พร้อมเที่ยวชมตัวเมืองหัวหิน ลงเล่นน้ำทะเล หรือเดินเล่นตามชายหาด ปล่อยอารมณ์ไปกับสายลมที่พัดผ่านไปมา

อำเภอหัวหินแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 ตำบล 63 หมู่บ้าน ได้แก่

1. หัวหิน (Hua Hin)
2. นongแก (Nong Kae)
3. หินเหล็กไฟ (Hin Lek Fai)
4. นongพลับ (Nong Phlap)
5. ทับใต้ (Thap Tai)
6. ห้วยสัตว์ใหญ่ (Huai Sat Yai)
7. บึงนคร (Bueng Nakhon)

ท้องที่อำเภอหัวหินประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7 แห่ง ได้แก่

- เทศบาลเมืองหัวหิน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหัวหินและตำบลหนองแกทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลหนองพลับ
- องค์การบริหารส่วนตำบลหินเหล็กไฟ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหินเหล็กไฟทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองพลับ (นอกเขตเทศบาลตำบลหนองพลับ)

- องค์การบริหารส่วนตำบลทับใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทับใต้ทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลบึงนคร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบึงนครทั้งตำบล

ประชากร

ประชากรโดยรวมทั้งสิ้น 64,692 คน แยกเป็น

ชาย 31,219 คน

หญิง 33,473 คน

ตำบลหัวหิน ประชากรรวม 47,123 คน

ตำบลหนองแก ประชากรรวม 17,569 คน

บ้านเรือน จำนวน 53,443 หลังคาเรือน

แยกเป็น

ตำบลหัวหิน 33,734 หลังคาเรือน

ตำบลหนองแก 19,709 หลังคาเรือน

ความหนาแน่นของจำนวนประชากร 749.10 คน/ตารางกิโลเมตร มีอัตราการเพิ่มของประชากรในช่วง 4 ปี ที่ผ่านมา เฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี มีการประมาณการว่าประชากรแฝงในเขตเทศบาลมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับประชากรตามทะเบียนราษฎร การเพิ่มของประชากรมาจากการย้ายถิ่นเป็นหลักเนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและมีแหล่งสถานศึกษาทุกระดับ

ผู้วิจัยได้พบว่า ร้านอาหารในหัวหินมีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยว มีทั้งร้านอาหารไทย และนานาชาติ และอาหารทะเล การให้บริการร้านอาหารในหัวหินมีการตกแต่งร้านเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ ขนาดร้านอาหารมีตั้งแต่ร้านอาหารตามสั่ง ภัตตาคาร ร้านอาหารบรรยากาศดี เป็นจุดสนใจให้นักท่องเที่ยวได้มาชิม โดยเฉพาะในช่วงฤดูการท่องเที่ยวก็จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางมาท่องเที่ยว และสิ่งที่น่าสนใจคือ ร้านอาหารที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมนูอาหารไทยจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากมีเอกลักษณ์ รูปลักษณ์อาหารน่ารับประทาน รสชาติถูกปาก เมนูที่หลากหลาย เป็นต้น ร้านอาหารไทยในหัวหินที่เป็นที่รู้จักมีจำนวนมาก เช่น ร้านริมน้ำ, ร้าน Amber Kitchen, ร้านศาลาไทย และ ร้าน Orchids), ร้านมูมมาม, ร้าน Oraya's Restaurant, ร้าน Olive Hua Hin และร้าน Moon Smile & Platoo ซึ่งมีกระแสความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปหัวหิน-ชะอำ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีไม่เพียงแต่จากผู้คน นอกจากจะมีชายหาดที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแล้ว ยังมีร้านอาหารบรรยากาศดี ตั้งอยู่ริมชายหาดเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละร้านก็มีจุดเด่นความอร่อย และบรรยากาศที่แตกต่างกัน

เช่น ร้านอาหารไทย-ฟิวชั่น ที่ตั้งอยู่ในเดอะ สปริต รีสอร์ท หัวหิน ในบรรยากาศที่โอบล้อมไปด้วยธรรมชาติแบบ 360 องศา ได้ต้นมะขามใหญ่เก่าแก่ที่มีชิงช้าให้นั่งเล่นแหว่งไปไถวมา พร้อมชมวิวด้านหน้าสี่ฟ้าครามของทะเลหัวหิน ซึ่งเมนูอาหารของที่นี่จะเน้นความลงตัวรสชาติและการจัดแต่งหน้าตาของอาหารนั้น ๆ ให้มีความแปลกใหม่เก๋ไก๋ ผสมผสานกับจินตนาการจนออกมาเป็นเมนูที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่ซ้ำใคร แสงไทยซีฟู้ด ร้านอาหารซีฟู้ดดิตริมชายทะเล ภายในร้านตกแต่งแบบง่าย ๆ มีทั้งโซน Indoor และ outdoor ที่ยื่นลงไปในทะเล โดยที่ร้านไม่สามารถลงไปเล่นทะเลได้ เมนูอาหารของทางร้านเกือบทั้งหมดจะเป็นซีฟู้ด เช่น กุ้งอบวุ้นเส้น, กุ้งผัดพริกเกลือ, ปลาทะเล ผัดพริกไทยดำ, ปลาเก๋าสามรส, ปูม้าสดหนึ่ง ที่วัตถุดิบแต่ละจานได้ผ่านการคัดเลือกมาอย่างพิถีพิถัน ทำให้ได้อาหารที่อร่อยสดสะอาด ทำใหม่จานต่อจานพร้อมทั้งนั่งชมบรรยากาศทะเลยามเย็นและสูดกลิ่นอายของทะเล ทำให้มีอาหารธรรมดา ๆ กลายเป็นมื้อพิเศษได้ เป็นต้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพรัตน์ บุญเพียรผล (2560) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวนานาชาติในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอหัวหินในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังในการตอบสนอง รองลงมาคือ ด้านการสร้างความเชื่อมั่น ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ สิ่งที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากคือ ร้านอาหารมีมาตรฐานในการให้บริการกับลูกค้ารวมถึงการคำนึงถึงคุณภาพของอาหารที่ถูกสุขอนามัย มีความปลอดภัยต่อลูกค้า อีกทั้งมีระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้ายังคาดหวังให้พนักงานมีความสุขภาพ อ่อนโยน และมีความรู้ ความสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญมาก

สุจารี โสรคสรง (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขุนเลคอฟฟี่ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขุนเลคอฟฟี่อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขุนเลคอฟฟี่ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขุนเลคอฟฟี่

อำเภอถานสงกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ

จรรยา ชื่นตา และประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการร้านอาหารธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่แตกต่างกัน โดยมีระเบียบวิธีศึกษาคือ ออกแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผสมผสานการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานและลูกจ้างของธนาคาร จำนวน 400 คน ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารระดับกลางของธนาคารออมสิน จำนวน 10 คน ผลการวิจัยเชิงสำรวจพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพเป็นพนักงาน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,000-30,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการร้านอาหารธนาคารออมสิน จำนวน 5 วันต่อสัปดาห์ 2) ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของร้านอาหารธนาคารออมสิน โดยภาพรวม ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่ไม่ต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา 2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพการจ้างงาน รายได้ ความถี่ในการใช้บริการ ส่วนผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยเชิงคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพอาหาร การให้บริการ ราคา สถานที่ ต่างมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วิชยา ทองลัมภ์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการและความสะอาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยบริการส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ

ร้านอาหารประเภทชาบูดำที่สุด สำหรับกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มพนักงานเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ

หทัยรัตน์ ประชาวศ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทย กรณีศึกษาจังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา พบว่า ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ส่วนใหญ่รับประทานอาหารประเภททั่วไป คือ อาหารตามร้านในตึกแถวหรือในตลาด เป็นต้น มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหาร 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้บริการประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง โดยนิยมช่วงเวลา 11.00-13.00 น. มีค่าใช้จ่ายต่อมื้ออยู่ที่ประมาณ 12,000-18,000 KHR หรือ 120-180 บาท และส่วนใหญ่จะมารับประทานอาหารเป็นกลุ่ม ๆ ละ 2-3 คน โดยรู้จักร้านอาหารไทยผ่านทางตัวบุคคลที่เป็นคนแนะนำ มากที่สุด ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภุช (2558) ได้ศึกษาประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร จำนวน 270 ราย และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า ประเภทของร้านอาหารที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยคุณภาพของอาหารด้านคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริหาร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 60.1 ส่วนปัจจัยคุณภาพของอาหารด้านคุณภาพทางกายภาพ ด้านคุณภาพทางประสาทสัมผัส ด้านความปลอดภัยต่อการบริโภค และคุณภาพการบริการ

ด้านการใส่ใจลูกค้าไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรใน กรุงเทพมหานคร

Oyewole (2013) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของความถี่ในการใช้บริการและคุณภาพการบริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ “กินได้ทุกอย่าง” มุมมองด้านทางเศรษฐกิจสังคมและลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคชาวอเมริกันเชื้อสายแอฟริกา ผลการศึกษาพบว่า ความสดใหม่ การอนามัย ความหลากหลายและความน่าเชื่อถือ คุณค่า เป็นสั่มิตีด้านคุณภาพการบริการที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถาม เพศ อายุ รายได้และสถานภาพการสมรสมีอิทธิพลต่อความถี่ของผู้บริโภคใช้บริการและมีประเมินคุณภาพการบริการด้วย

Sumaedi & Yarmen (2015) ศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพบริการการรับรู้ของอาหารจานด่วนในประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของร้านอาหารจานด่วน ซึ่งผู้จัดการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต้องวัดและปรับปรุงคุณภาพบริการของร้านอาหารของพวกเขาอย่างต่อเนื่อง ความรู้เกี่ยวกับการวัดคุณภาพการบริการของร้านอาหารจานด่วนเป็นสิ่งจำเป็น คุณภาพการบริการเป็นแนวคิดนามธรรมและเข้าใจยาก นอกจากนี้วิธีการของลูกค้าในการรับรู้คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับชนิดของการบริการและบริบทที่ให้บริการ

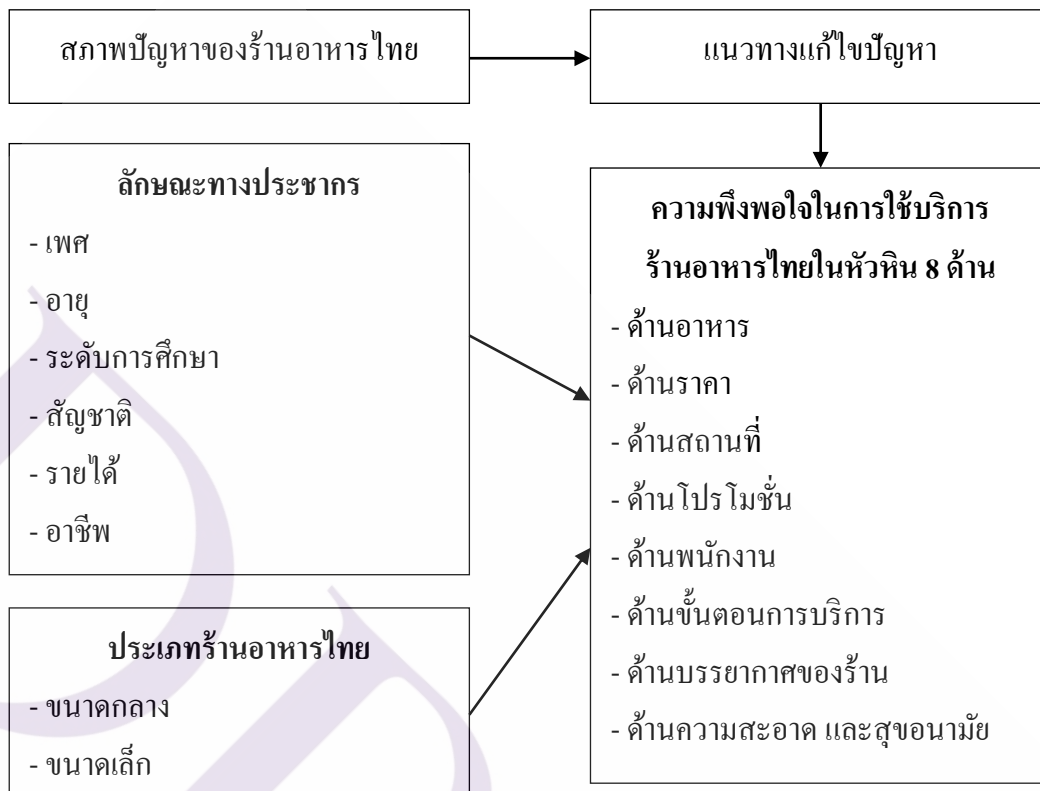
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้อาศัยงานวิจัยของหทัยรัตน์ ประชางค์ และคณะ (2559) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการใช้บริการร้านอาหารไทยกรณีศึกษาจังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา เป็นกรอบในการวิจัยนี้ ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. ด้านตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ สภาพปัญหา ลักษณะทางประชากร และขนาดร้านอาหารของ ญาณิศา เพื่อนพะาะ (2561) และ 2. ด้านตัวแปรตาม คือ แนวคิดความพึงพอใจของ หทัยรัตน์ ประชางค์ และคณะ (2559) และ กรมอนามย์ (2561) ผู้วิจัยได้เขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ญาณิศา เพื่อนเพาะ (2561), หทัยรัตน์ ประชาวงศ์ และคณะ (2559) และ กรมอนามัย (2561)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มตั้งแต่การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ พร้อมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัยโดยผู้วิจัยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เป็นการศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของรายละเอียดการวิจัยมีดังนี้

3.1.1 ประชากรคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการให้บริการของร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 10 คน ดังนี้

1) ตัวแทนภาครัฐ ประกอบด้วย ตัวแทนจากสำนักงานเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอหัวหิน จำนวน 5 คน

2) ตัวแทนภาคเอกชน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน และตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ตามกรอบงานวิจัยของ หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559) เรื่อง

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการใช้บริการร้านอาหารไทย กรณีศึกษาจังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา

3.1.4 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและปรับเนื้อหาคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกให้มีความชัดเจน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผลการสัมภาษณ์สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 10 คน คือ ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน และตัวแทนภาคเอกชน จำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการนัดหมายกับผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยตนเองทางโทรศัพท์เพื่อนัดหมายวันสัมภาษณ์ โดยได้กำหนดช่วงเวลาในการเข้าสัมภาษณ์ประมาณเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2563 และผู้วิจัยจะดำเนินการขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ต่อไป

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้วิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2.1 ประชากรคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปี 2562 จำนวน 130,916 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977, อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ในกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ตามสูตรคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z คือ ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เท่ากับ 1.96

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% เท่ากับ .05

ดังนั้น สามารถคำนวณ n ได้เท่ากับ 384.16 หรือได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน แต่สำหรับในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2563 และมีความเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเท่าๆ กัน คือ ร้านอาหารไทยขนาดกลาง จำนวน 200 คน และร้านอาหารขนาดเล็ก จำนวน 200 คน

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามในการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน ประกอบด้วย 2 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหินหัวหิน 8 ด้าน ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาดและสุขอนามัย ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามกรอบงานวิจัยของ หทัยรัตน์ ประชาวงศ์ และคณะ (2559) และกรมอนามัย (2561) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคอร์ท (Likert) โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดข้อความคำถามในแบบสอบถามโดยการสังเคราะห์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 3.1 การสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามการวิจัย

ข้อที่	คำถาม	ชื่อบุคคลอ้างอิง
7	ความสด ใหม่ ของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
8	รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
9	รูปลักษณะของอาหารและเครื่องดื่มดูน่ารับประทาน	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
10	ความแปลกใหม่ของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
11	ความเหมาะสมในด้านปริมาณอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเทียบกับราคา	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
12	ความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
13	ความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
14	ความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่ม	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
15	ความสะดวกในการเดินทาง	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
16	ความเพียงพอของที่จอดรถ	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
17	ความเพียงพอของโต๊ะที่รองรับลูกค้า	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
18	ความสะอาดสวยงามของโต๊ะอาหาร	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
19	ความสะอาดของห้องน้ำ	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
20	ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
21	การออกเมนูอาหารพิเศษสำหรับเทศกาลต่างๆ	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
22	กิจกรรมโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Instagram	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
23	ความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
24	ความยิ้มแย้มของพนักงาน	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
25	การแต่งกายของพนักงาน	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
26	ความเอาใจใส่ของพนักงาน	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)
27	ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน	หทัยรัตน์ ประชาวงค์ และคณะ (2559)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ข้อที่	คำถาม	ชื่อบุคคลอ้างอิง
28	ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร	หทัยรัตน์ ประชาวงศ์ และคณะ (2559)
29	ความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร	หทัยรัตน์ ประชาวงศ์ และคณะ (2559)
30	ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
31	ความรวดเร็วในการชำระเงิน	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
32	สไตล์การตกแต่งร้านทันสมัย และแปลกตา	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
33	มีมุมให้ลูกค้านั่งทานแบบสบายๆ	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
34	มีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟีสำหรับลูกค้า	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
35	มีมุมส่วนตัวในการนั่งรับประทานอาหาร	ริติรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ (2560)
36	ความสะอาดของภาชนะใส่อาหารและเครื่องคั้ม	กรมอนามัย (2561)
37	ความปลอดภัย และสุขอนามัย	กรมอนามัย (2561)

3.2.4 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบ แก้ไข และปรับปรุงเพื่อความเหมาะสมและตรงตามเนื้อหา (Contents validity) ตลอดจนแก้ไขภาษา และคำถามให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha - Coefficient) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

+1 แทน เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ

0 แทน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ

-1 แทน เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ

2) ผู้วิจัยรวบรวมสรุปข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำมาปรับปรุงแก้ไข และหาความสอดคล้องตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of item Objective Congruence : IOC) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป ปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติมตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญแนะนำ ปรับปรุงและแก้ไขอีกครั้ง

ให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ และนำแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อสำรวจข้อมูลร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 พบว่า มีร้านอาหารไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าไปใช้บริการ คือ ร้านอาหารกลาง (พิจารณาจากจำนวนโต๊ะสำหรับรองรับลูกค้ามากกว่า 50 โต๊ะ) จำนวน 5 ร้าน และร้านอาหารเล็ก (พิจารณาจากจำนวนโต๊ะสำหรับรองรับลูกค้าน้อยกว่า 50 โต๊ะ) จำนวน 6 ร้าน (ญาณิศา เพื่อนเพาะ, 2561)

จากนั้น ผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่ด้วยตนเองพร้อมผู้ช่วยวิจัยในการแจกแบบสอบถาม ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2563 โดยแจกแบบสอบถามทั้งหมด 405 ชุด โดยใช้เกณฑ์การเลือกร้านอาหารไทยจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว TripAdvisor ซึ่งมีการแบ่งขนาดของร้านอาหารไทย และเลือกร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงร้านอาหารไทยที่ให้ความร่วมมือและความเต็มใจจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในการตอบแบบสอบถามด้วย ดังนี้

1) ร้านอาหารขนาดกลาง มีร้านที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารหัวหิน(โกทิ) ร้าน Moon Terrace และร้านสถานีอีสาน โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 202 ชุด และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ 200 ชุด

2) ร้านอาหารขนาดกลาง มีร้านที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านหินเหล็กไฟเรสเตอร์รองท์ ร้าน Maesriruen Authentic Thai Cuisine และครัวหัวหิน 94 โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 203 ชุด และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ 200 ชุด

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โดยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติ ดังนี้

1) ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2) ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.21 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ฟังพอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ฟังพอใจน้อย

0.00 – 1.80 หมายถึง ฟังพอใจน้อยที่สุด

3) ข้อมูลความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในอำเภอหัวหิน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่า t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe method)

4) ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย (Correlation and Regression Analysis)

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe method)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยศึกษาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการให้บริการของร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 10 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารมีความพึงพอใจต่อการบริการของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก แตกต่างกัน

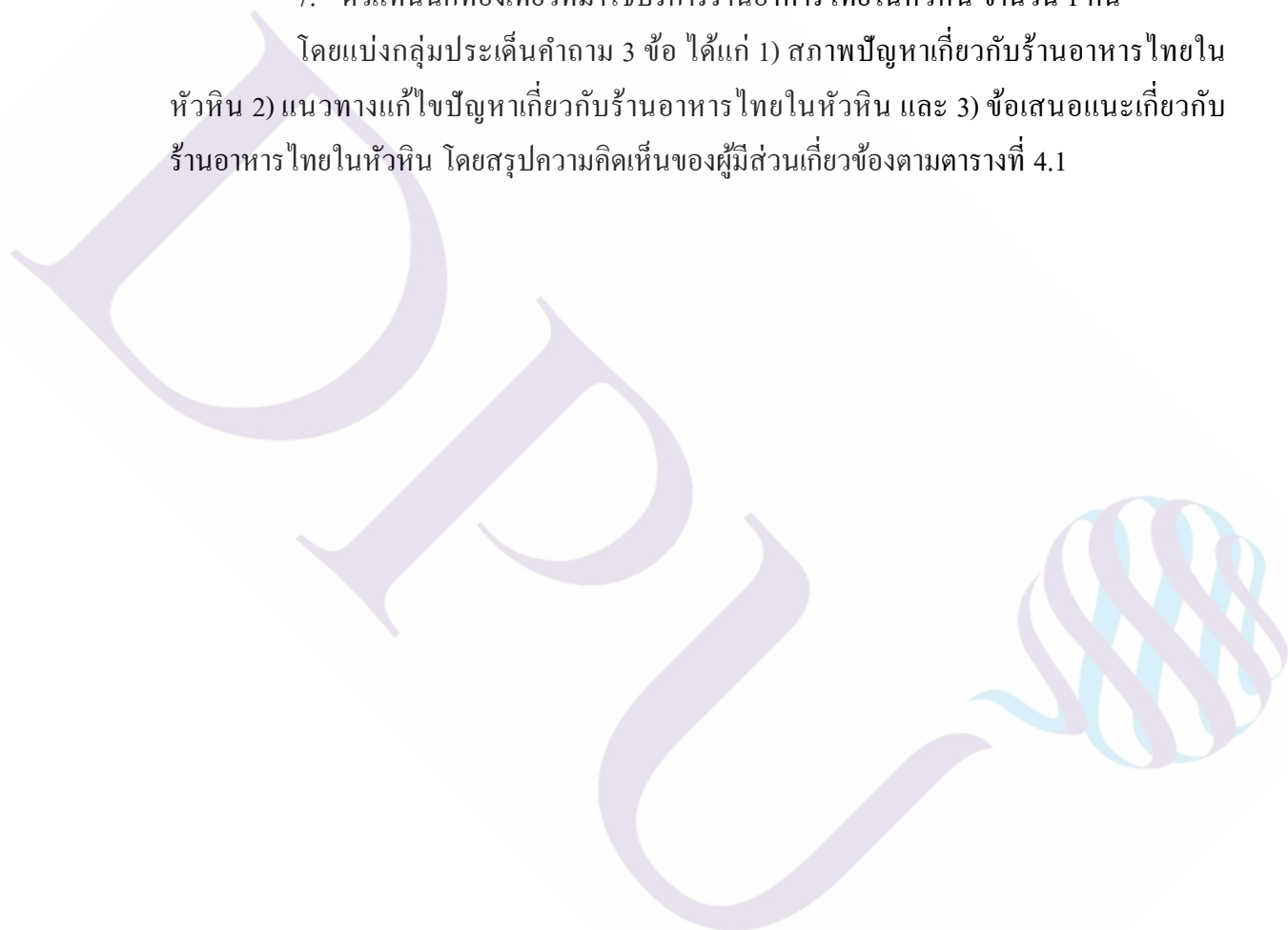
ส่วนที่ 5 สรุปข้อเสนอแนะปลายเปิด

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก

จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 10 คน ดังนี้

1. นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน เทศบาลเมืองหัวหิน
2. ปลัดเทศบาลเมืองหัวหิน
3. ตัวแทนจากเทศบาลเมืองหัวหิน จำนวน 2 คน
4. ตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอหัวหิน จำนวน 1 คน
5. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลาง จำนวน 2 คน
6. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก จำนวน 2 คน
7. ตัวแทนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 1 คน

โดยแบ่งกลุ่มประเด็นคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ 1) สภาพปัญหาเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน 2) แนวทางแก้ไขปัญหาลูกเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน และ 3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน โดยสรุปความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามตารางที่ 4.1



ตารางที่ 4.1 ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

คำถาม กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ	ความคิดเห็นที่สำคัญของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ	
	เทศบาล	นักสาธารณสุข
1. สภาพปัญหาเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน	“ในภาพรวมร้านอาหารไม่มีปัญหาอะไร เพราะจะมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ส่วนใหญ่ที่พบปัญหาร้องเรียนจะเป็นร้านอาหารริมชายหาดที่มักได้รับข้อร้องเรียนในเรื่องราคาและความสะอาด”	“ในปัจจุบันในพื้นที่หัวหินไม่ค่อยมีปัญหา รากำหนดไม่ได้เพราะไม่มีกฎหมายควบคุม อยู่ที่ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ หากมีการร้องเรียนอาจมีการควบคุมราคาได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ปัญหามีบ้างเป็นบางครั้ง มีการตรวจสอบร้านอาหารปีละ 2 ครั้ง ตามมาตรฐานร้านอาหาร 15 ข้อ และมีการตรวจแนะนำตามเกณฑ์”
2. แนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน	“ร้านค้าควรมีเมนู และราคาที่ชัดเจนตรงตามความเป็นจริง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้อบรมแนวทางการปฏิบัติสำหรับร้านอาหาร ตลอดจนคุณภาพการบริการของพนักงาน เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ”	“ควรมีการตรวจสอบร้านอาหารอย่างเคร่งครัดตามมาตรฐาน อาจมีการกำหนดมาตรฐานด้านราคาที่เป็นมาตรฐานของร้านอาหารแต่ละระดับ”
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน	“ร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขอนามัย พัฒนาสัญลักษณ์อาหารให้มีความหลากหลาย และแสดงถึงความเป็นคนไทย วิถีชีวิตของคนไทย เพื่อให้ชาวต่างชาติได้สัมผัส และควรมีการประชาสัมพันธ์ร้าน เมนูที่โดดเด่นของร้าน ตลอดจนการนำเสนออาหารไทยในแต่ละภูมิภาค เป็นต้น”	“ร้านอาหารควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเคร่งครัด และควรรักษามาตรฐานด้านราคา รสชาติ คุณภาพอาหาร และการบริการ ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนและส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาคุณภาพร้านอาหารไทยให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น”

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ภาคเอกชน

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
1. สภาพปัญหาเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน	1	ชาย	45	เจ้าของร้านอาหารขนาดกลาง (ร้านอาหารหัวหิน)	“ส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องเกี่ยวกับคู่แข่งทางการค้า มีร้านอาหารเปิดใหม่จำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น และร้านจะต้องพยายามปรับปรุงการให้บริการ รสชาติ ความสะอาด และความดึงดูดใจ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากร้านอาหารริมทะเลที่ได้รับความนิยมจากร้านอาหารราคาแพง แต่ร้านประจำอย่างร้านเราไม่มีปัญหาในส่วนนั้น เพราะจะมีเมนูและราคาแข่งลูกค้าอย่างชัดเจน ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็อาจพบปัญหาลูกค้าน้อยบ้าง แต่ก็พออยู่ได้”
	2	ชาย	37	เจ้าของร้านอาหารขนาดกลาง (ร้านสถานีอิสาน)	“เจ้าของร้านหน้าใหม่เพิ่มขึ้น การแข่งขันสูง ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการปรุงอาหารสูงขึ้น ร้านอาหารส่วนใหญ่มักจะฝากชะตาของร้านไว้กับพ่อครัวคนเดียว และจะมีปัญหามากมายตามมา ไม่ว่าจะเป็นการโกงค่าตัว หรือถูกซื้อตัวพ่อครัวไป ซึ่งในบางกรณีก็เสียพ่อครัวหลักไป อาจส่งผลถึงกับร้านปิดกิจการ เพราะร้านไม่สามารถทำให้รสชาติอาหารเหมือนเดิมได้”

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
	3	หญิง	35	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ร้านหิ้นเหล็ก ไฟ เรสเตอร์ รองท์)	“พ่อครัวและทีมก๊ัก ลาออกไปเปิด กิจการเป็นของตัวเองบ๋อย พนักงานอยู่ไม่ทน เข้า ๆ ออก ๆ จึงทำให้รสชาติอาหารไม่คงที่ ยอดขายไม่คงที่ คู่แข่งค่อนข้างมาก”
	4	ชาย	42	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ครัวหัวหิน94)	“คู่แข่งสูง เพราะมีร้านเปิดใหม่ จำนวนมาก ในช่วงนอกฤดู ท่องเที่ยวอาจประสบปัญหาขาด สภาพคล่องบ้าง”
	5	หญิง	32	ธุรกิจส่วนตัว (นักท่องเที่ยว)	“รสชาติอาหารไม่คงที่ ราคาไม่มี มาตรฐานเดียวกัน บางร้านมี พนักงานน้อย ทำให้การบริการ ค่อนข้างช้า และทำให้ลูกค้าเบื่อ หน่าย”
	6	หญิง	29	พนักงานบริษัท (นักท่องเที่ยว)	“ราคาแพง ส่วนมากจะตั้งราคา สำหรับชายชาวต่างชาติ รสชาติไม่ โดดเด่น เมนูอาหารคล้าย ๆ กัน”
2. แนวทางแก้ไข ปัญหาเกี่ยวกับ ร้านอาหารไทยใน หัวหิน	1	ชาย	45	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดกลาง (ร้านอาหาร หัวหิน)	“พยายามปรับปรุงบริการ รสชาติ เมนูใหม่ ๆ บรรยากาศร้านที่น่านั่ง มี ช่องทางในการโฆษณาและจัด จำหน่ายเพิ่มขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกแก่ลูกค้า”
	2	ชาย	37	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดกลาง (ร้านสถานี อิสาน)	“ปรับปรุงรสชาติ บริการ และ รูปแบบการบริหารจัดการร้านให้ได้ มาตรฐาน และสามารถรองรับลูกค้า เพียงพอในช่วง ฤดูท่องเที่ยว ดูแลพนักงานร้าน ให้เกิดความมั่นใจและไม่ลาออก บ่อย พยายามศึกษาคู่แข่งอยู่ ตลอดเวลา”

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
	3	หญิง	35	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ร้านหิ้นเหล็ก ไฟเรสเตอร์ รองท์)	“รักษายอดขายให้คงที่ โดยการ ปรับปรุง เพิ่มเติมเมนูใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ รักษาคุณภาพของร้าน ที่มีฝีมือดีและลูกค้าดีใจในรสชาติ ไว้”
	4	ชาย	42	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ครัวหัวหิน 94)	“ศึกษาข้อมูลจากร้านต่าง ๆ เพื่อ นำมาปรับปรุงอาหาร รสชาติ ให้ดีขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าและ เพิ่มยอดขาย ตกแต่งร้านให้ สวยงาม มีเอกลักษณ์”
	5	หญิง	32	ธุรกิจส่วนตัว (นักท่องเที่ยว)	“ร้านควรให้ความสำคัญกับรสชาติ อาหาร เมนู ราคา วัตถุดิบที่ใช้ ทำอาหาร ควรให้มีความคุ้มค่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ จัดระบบการ บริการและพนักงานให้เพียงพอ เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องรออาหารนาน และรู้สึกเบื่อหน่าย”
	6	หญิง	29	พนักงานบริษัท (นักท่องเที่ยว)	“สิ่งที่สำคัญ คือ ราคา คุณภาพ อาหาร ความสะอาด การตกแต่งร้าน ร้านอาหารควรพัฒนาให้ดีขึ้น เรื่อย ๆ อยู่เสมอ และควรมี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหัวหิน เข้ามาดูแล ตรวจสอบคุณภาพ บริการอย่างสม่ำเสมอ”
3. ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับร้าน อาหารไทยใน หัวหิน	1	ชาย	45	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดกลาง (ร้านอาหาร หัวหิน)	“ไม่มีข้อเสนอแนะอะไร อยากให้ ทุกร้านรักษามาตรฐานบริการของ ตนเองไว้ ยึดมั่นในความสะอาด ถูก หลักอนามัย ราคาสมเหตุสมผล และ ให้บริการที่ดี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาใช้บริการ”

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
	2	ชาย	37	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดกลาง (ร้านสถานี อิสาน)	“แต่ละร้านควรมีการเพิ่มช่อง ทางการขาย เช่น เดลิเวอรี่ จะช่วย ดึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่สะดวกออกไป กินนอกบ้านหรือที่ทำงานได้มาก ขึ้น รวมถึงช่วยรักษายอดได้ และ ควรมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า อยู่เสมอ ตลอดจนควรช่วยเหลือ ซึ่งกันและกันในระหว่างร้านค้า ในหัวหิน”
	3	หญิง	35	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ร้านหินเหล็ก ไฟเรสเตอร์ รองท์)	“ร้านอาหารจะไปรอดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ การวางระบบจัดการ ร้านอาหารที่ช่วยอำนวยความสะดวก ในการทำงาน ระบบที่ดี ต้องสามารถครอบคลุมการทำงาน ทุกแผนกภายในร้าน เป็นแนวทาง ให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอน หากผิดพลาดตรงไหนจะได้ ย้อนกลับไปแก้ไขได้ตรงจุด โดยที่ ไม่ต้องกังวลว่าหากพนักงาน ลาออกกะทันหันแล้วจะสร้าง ความเสียหายจนถึงขั้นเปิดร้าน ไม่ได้ เช่น การกำหนดสูตรอาหาร มาตรฐานที่ไม่ต้องยึดติดกับ พ่อครัวเพียงคนเดียว เมื่อรับคน ใหม่เข้ามาสามารถทำงานแทนได้ ทันที มั่นใจได้ว่ารสชาติอาหาร ไม่ต่างไปจากเดิม การสร้างระบบ การทำงานให้ชัดเจน ก็เพื่อควบคุม ปัญหาให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด”

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
	4	ชาย	42	เจ้าของ ร้านอาหาร ขนาดเล็ก (ครัวหัวหิน 94)	“ปัญหาต้นทุนพุ่ง การจัดการวัตถุดิบไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เหลือทิ้งหรือมีไม่เพียงพอ รวมไปถึงช่องทางที่เงินอาจรั่วไหล เป็นเรื่องที่จัดการได้ค่อนข้างยากและวุ่นวายสำหรับผู้ประกอบการมือใหม่ และเป็นกีดกัให้ผู้ประกอบการที่เปิดร้านอาหารมาหลายปีไม่สามารถขยายกิจการได้ การเชื่อมโยงทุกระบบโดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เป็นการเก็บข้อมูลการขายทั้งหมดที่สามารถเรียกดูย้อนหลังได้ มีระบบบัญชีที่แสดงยอดขายรายวัน ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์ได้ว่าควรจะจัดการบริหารร้านอย่างไรในการลดต้นทุนหรือเพิ่มยอดขายให้ขึ้นไปตามเป้าหมาย”
	5	หญิง	32	ธุรกิจส่วนตัว (นักท่องเที่ยว)	“ผู้ประกอบการต้องมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจของตนเอง และติดตามความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของพนักงาน และร้านค้าควรมีตราสินค้า และชื่อของร้านที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ลูกค้าระลึกถึงและจดจำได้ง่าย รวมทั้งตั้งชื่อที่สามารถจดจำได้ง่าย และทำป้ายชื่อที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย ติดไว้ที่ขนมทุกชนิดที่ขายในร้าน เพื่อความสะดวกของลูกค้า”

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คำถาม	คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ	ความคิดเห็น
	6	หญิง	29	พนักงานบริษัท (นักท่องเที่ยว)	“สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการ และให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า นำเสนอรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เช่น มีการส่งสินค้าถึงบ้านหรือสำนักงาน เป็นต้น จัดโปรโมชั่นพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย และดึงดูดลูกค้า เช่น ซื้อ 1 แถม 1 , ให้ส่วนลด 25-30 % , หรือมีเค้กวันเกิดขายในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ และยอมรับฟังคำติชมของลูกค้า เพราะคำติชมของลูกค้าคือแนวทางการแก้ไขที่ดีแลมีค่า เพราะจะทำให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง และทำให้ลูกค้าประทับใจ จนกลายมาเป็นลูกค้าประจำ”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับ สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีความคิดเห็นว่า สภาพปัญหาที่พบคือ ไม่สามารถกำหนดราคาร้านอาหารริมชายหาดได้ โดยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการด้านการควบคุมราคาอาหารที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีการกำหนดมาตรฐานราคาร่วมกับผู้ประกอบการร้านค้า และขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะคือ ร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขอนามัย พัฒนารูปลักษณ์อาหารให้มีความหลากหลายและแสดงถึงความเป็นคนไทย ควรปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ของหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเคร่งครัด และควรรักษามาตรฐานด้านราคา รสชาติ คุณภาพอาหาร และการบริการ

หน่วยงานภาคเอกชนมีความคิดเห็นว่า สภาพปัญหาที่พบคือ คู่แข่งทางการค้า ต้นทุนการผลิตสูง การลาออกของพ่อครัวบอย ๆ รสชาติอาหารไม่คงที่ และการให้บริการล่าช้า โดยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขคือ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการบริการ เพิ่มช่องทางการจำหน่าย มีมาตรการรักษาพนักงานที่มีฝีมือไว้ รักษามาตรฐานการบริการ ราคา รสชาติ อาหารให้คงที่

มีการศึกษาข้อมูลใหม่ ๆ ตลอดเวลา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องและเข้มงวด และได้ให้ข้อเสนอแนะคือ ร้านอาหารควรมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า อย่างต่อเนื่อง มีระบบการบริหารจัดการพนักงานที่ดี ปรับปรุงระบบข้อมูลของร้านโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการ สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการ และให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ

จากการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในหัวหิน ซึ่งมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด โดยมีร้านอาหารที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมดังนี้

- 1) ร้านอาหารไทยขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารหัวหิน(โกทิ) จำนวน 60 คน ร้าน Moon Terrace จำนวน 60 คน และร้านสถานีอีสาน จำนวน 80 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน
- 2) ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก มีจำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านหินเหล็กไฟเรสเทอรัองท์ จำนวน 60 คน ร้าน Maesriruen Authentic Thai Cuisine จำนวน 80 คน และครัวหัวหิน 94 จำนวน 60 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	219	54.8
หญิง	181	45.3
รวม	400	100.0
2. อายุ		
20 – 30 ปี	52	13.0
31-40 ปี	104	26.0
41-50 ปี	131	32.8
51-60 ปี	91	22.8
60 ปีขึ้นไป	22	5.5
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	31.0
ปริญญาตรี	159	39.8
ปริญญาโท	117	29.3
รวม	400	100.0
4. สัญชาติ		
ทวีปอเมริกา	25	6.25
ทวีปเอเชีย	86	21.50
ทวีปยุโรป	284	71.0
ทวีปโอเชียเนีย	5	1.25
รวม	400	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน	172	43.0
30,001 – 45,000 บาท/เดือน	121	30.3
45,001-60,000 บาท	89	22.3
60,000 บาทขึ้นไป	18	4.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
6. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	32	8.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	92	23.0
พนักงานเอกชน	100	25.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	172	43.0
เกษตรกร	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวนักช้อปปิ้งต่างชาติเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

สำหรับอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 จากนั้นเป็นช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ในส่วนของระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และปริญญาโท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวนักช้อปปิ้งส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ ชาวเอเชีย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ชาวอเมริกา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และชาวโอเชียเนีย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 30,001-45,000 บาท/เดือน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รายได้ 45,001 -60,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และ
เกษตรกร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหาร ไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก

จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้
บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดย
แบ่งเป็นประเด็นด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการ
บริการ ด้านบรรยากาศของร้าน ด้านความสะอาดและสุขอนามัย และในภาพรวม ดังตารางที่ 4.4 –
4.14

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านอาหาร

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านอาหาร	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.68	.884	มาก	1. ความสด ใหม่ ของ วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร	3.62	.975	มาก
3.49	.967	มาก	2. รสชาติอาหารและ เครื่องดื่มนุ่ม	3.47	1.017	มาก
3.00	1.114	ปานกลาง	3. รูปปลั๊กอินของอาหารและ เครื่องดื่มนำมารับประทาน	3.15	1.118	ปานกลาง
3.27	1.068	ปานกลาง	4. ความแปลกใหม่ของ เมนูอาหารและเครื่องดื่มนุ่ม	3.34	1.091	ปานกลาง
3.34	.641	ปานกลาง	ภาพรวม	3.35	.678	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี
ต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่
ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านอาหาร ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยว
ต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 และ 3.35 เมื่อพิจารณารายข้อ

คำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสดใหม่ของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.49 ความแปลกใหม่ของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.27 และรูปลักษณ์ของอาหารและเครื่องดื่มที่น่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสดใหม่ของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาคือ รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.47 ความแปลกใหม่ของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.34 และรูปลักษณ์ของอาหารและเครื่องดื่มที่น่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านราคา

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านราคา	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.25	1.005	ปานกลาง	1. ความเหมาะสมในด้านปริมาณอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเทียบกับราคา	3.21	1.072	ปานกลาง
3.49	.919	มาก	2. ความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา	3.54	.940	มาก
3.33	.973	ปานกลาง	3. ความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา	3.46	1.002	มาก
3.38	1.080	ปานกลาง	4. ความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่ม	3.41	1.090	มาก
3.38	.751	ปานกลาง	ภาพรวม	3.47	.819	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจร้านอาหาร

ขนาดกลาง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ร้านอาหารขนาดเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ ความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.38 ความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.33 และความเหมาะสมในด้านปริมาณอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมาคือ ความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.46 ความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.41 และความเหมาะสมในด้านปริมาณอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเทียบกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านสถานที่

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
2.90	1.228	ปานกลาง	1. ความสะดวกในการเดินทาง	2.99	1.244	ปานกลาง
3.21	1.049	ปานกลาง	2. ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.21	1.131	ปานกลาง
3.23	1.114	ปานกลาง	3. ความเพียงพอของโต๊ะที่รองรับลูกค้า	3.25	1.159	ปานกลาง
3.19	.882	ปานกลาง	4. ความสะอาดสวยงามของโต๊ะอาหาร	3.31	.947	ปานกลาง
3.36	1.013	ปานกลาง	5. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.33	1.090	ปานกลาง
3.18	.791	ปานกลาง	ภาพรวม	3.22	.810	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านสถานที่ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 และ 3.22 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมาคือ ความเพียงพอของโต๊ะที่รองรับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.23 ความเพียงพอของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.21 ความสะอาดสวยงามของโต๊ะอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.19 และความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ ความสะอาดสวยงามของโต๊ะอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.31 ความเพียงพอของโต๊ะที่รองรับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.25 ความเพียงพอของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.21 และความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านโปรโมชัน

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านโปรโมชัน	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.26	1.098	ปานกลาง	1. ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	3.33	1.126	ปานกลาง
3.24	1.048	ปานกลาง	2. การออกเมนูอาหารพิเศษสำหรับเทศกาลต่าง ๆ	3.25	1.096	ปานกลาง
3.22	1.074	ปานกลาง	3. กิจกรรมโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, line และ Instargram	3.25	1.185	ปานกลาง
3.20	.827	ปานกลาง	4. ความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์	3.27	.912	ปานกลาง
3.23	.781	ปานกลาง	ภาพรวม	3.27	.875	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านโปรโมชันร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 และ 3.27 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความดีในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาคือ การออกเมนูอาหารพิเศษสำหรับเทศกาลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.24 กิจกรรมโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Instagram มีค่าเฉลี่ย 3.22 และความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความดีในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ ความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.27 การออกเมนูอาหารพิเศษสำหรับเทศกาลต่าง ๆ และกิจกรรมโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, line และ Instagram มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านพนักงาน

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านพนักงาน	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.20	1.055	ปานกลาง	1. ความยิ้มแย้มของพนักงาน	3.19	1.091	ปานกลาง
3.26	.913	ปานกลาง	2. การแต่งกายของพนักงาน	3.28	1.003	ปานกลาง
3.31	.983	ปานกลาง	3. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	3.33	1.013	ปานกลาง
3.59	.852	มาก	4. ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน	3.53	.961	มาก
3.34	.706	ปานกลาง	ภาพรวม	3.33	.782	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านพนักงานร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 และ 3.33 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.31 การแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.26 และความยิ้มแย้มของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.33 การแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.28 และความยิ้มแย้มของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านขั้นตอนการบริการ

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านขั้นตอนการบริการ	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.33	0.967	ปานกลาง	1. ความรวดเร็วในการรับ เมนูอาหาร	3.35	1.050	ปานกลาง
3.44	1.001	มาก	2. ความรวดเร็วในการ เสิร์ฟอาหาร	3.45	1.026	มาก
3.43	.894	มาก	3. ความถูกต้องของอาหาร ที่ได้รับ	3.39	.945	ปานกลาง
3.34	.899	ปานกลาง	4. ความรวดเร็วในการ ชำระเงิน	3.36	.941	ปานกลาง
3.38	.748	ปานกลาง	ภาพรวม	3.39	.813	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านขั้นตอนการบริการ ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และ 3.39 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ ความถูกต้องของอาหาร

ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.43 ความรวดเร็วในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.34 และความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาคือ ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ความรวดเร็วในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.36 และความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านบรรยากาศของร้าน

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านบรรยากาศของร้าน	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.49	.919	มาก	1. สไตส์การตกแต่งร้านทันสมัย และแปลกตา	3.54	.940	มาก
3.33	.973	ปานกลาง	2. มีมุมให้ลูกค้านั่งทานแบบสบาย ๆ	3.46	1.002	มาก
3.33	1.080	ปานกลาง	3. มีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟี่สำหรับลูกค้า	3.41	1.090	มาก
2.90	1.228	ปานกลาง	4. มีมุมส่วนตัวในการนั่งรับประทานอาหาร	2.99	1.244	ปานกลาง
3.26	.667	ปานกลาง	ภาพรวม	3.35	.740	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านบรรยากาศของร้าน ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 และ 3.35 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สไตส์การตกแต่งร้านทันสมัย และแปลกตา มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ มีมุมให้ลูกค้านั่งทานแบบสบาย ๆ และมีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟี่สำหรับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.33 และมีมุมส่วนตัวในการนั่งรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สไตส์การตกแต่งร้านทันสมัย และแปลกตา มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมาคือ มีมุมให้ลูกค้านั่งทานแบบสบาย ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟี่สำหรับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.41 และมีมุมส่วนตัวในการนั่งรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ด้านความสะอาด และสุขอนามัย

ร้านอาหารขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ด้านความสะอาด และ สุขอนามัย	ร้านอาหารขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.21	1.049	ปานกลาง	1. ความสะอาดของภาชนะ ใส่อาหารและเครื่องดื่ม	3.21	1.131	ปานกลาง
3.33	.973	ปานกลาง	2. ความปลอดภัย และ สุขอนามัย	3.46	1.002	มาก
3.27	.795	ปานกลาง	ภาพรวม	3.33	.829	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ด้านความสะอาด และสุขอนามัย ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 และ 3.33 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความปลอดภัย และสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.21

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ข้อคำถามที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความปลอดภัย และสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.21

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยภาพรวม จำแนกตามประเภทร้าน

ร้านอาหารไทยขนาดกลาง			ความพึงพอใจ ในภาพรวม	ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก		
Mean	S.D.	แปลผล		Mean	S.D.	แปลผล
3.34	.641	ปานกลาง	1. ด้านอาหาร	3.35	.678	ปานกลาง
3.38	.751	ปานกลาง	2. ด้านราคา	3.47	.819	มาก
3.18	.791	ปานกลาง	3. ด้านสถานที่	3.22	.810	ปานกลาง
3.23	.781	ปานกลาง	4. ด้านโปรโมชั่น	3.27	.875	ปานกลาง
3.34	.706	ปานกลาง	5. ด้านพนักงาน	3.33	.782	ปานกลาง
3.38	.748	ปานกลาง	6. ด้านขั้นตอนการบริการ	3.39	.813	ปานกลาง
3.26	.667	ปานกลาง	7. ด้านบรรยากาศของร้าน	3.35	.740	ปานกลาง
3.27	.795	ปานกลาง	8. ด้านความสะอาด และ สุขอนามัย	3.33	.829	ปานกลาง
3.30	.589	ปานกลาง	ภาพรวม	3.34	.610	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามขนาดของร้านอาหาร ได้แก่ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พบว่า ในภาพรวม ร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.34 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ร้านอาหารขนาดกลาง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านราคา และด้านขั้นตอนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาคือ ด้านอาหาร และด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.34 ด้านความสะอาด และสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.27 ด้านบรรยากาศของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.26 ด้านโปรโมชั่น มีค่าเฉลี่ย 3.23 และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ด้านอาหาร และด้านบรรยากาศร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.35 ด้านพนักงาน และด้านความสะอาด และสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านโปรโมชั่น มีค่าเฉลี่ย 3.27 และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในภาพรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทย	Mean	S.D.	แปลผล
1. ด้านอาหาร	3.34	.658	ปานกลาง
2. ด้านราคา	3.42	.785	มาก
3. ด้านสถานที่	3.19	.799	ปานกลาง
4. ด้านโปรโมชั่น	3.24	.828	ปานกลาง
5. ด้านพนักงาน	3.33	.744	ปานกลาง
6. ด้านขั้นตอนการบริการ	3.38	.780	ปานกลาง
7. ด้านบรรยากาศของร้าน	3.30	.704	ปานกลาง
8. ด้านความสะอาด และสุขอนามัย	3.30	.811	ปานกลาง
ภาพรวม	3.31	.598	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านขั้นตอนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.34 ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านบรรยากาศของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.30 ด้านความสะอาด และสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.30 ด้าน โปรโมชัน มีค่าเฉลี่ย 3.24 และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงสมมติฐานการวิจัย โดยจะแบ่งเป็นประเด็นด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาด และสุขอนามัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านอาหาร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านอาหาร				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.27	.65	-1.43	.15	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.40	.61			
				F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.41	.58	1.2	.29	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.43	.69			
	41-50 ปี	3.32	.63			
	51-60 ปี	3.28	.56			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.00	.80			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.29	.65	.44	.64	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.38	.61			
	ปริญญาโท	3.30	.66			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.34	.62	1.27	.28	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.42	.69			
	ทวีปยุโรป	3.29	.62			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.93	.50			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.28	.65	.65	.58	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.41	.68			
	45,001-60,000 บาท	3.32	.59			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.48	.48			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.48	.55	.35	.78	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.30	.68			
	พนักงานเอกชน	3.34	.62			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.32	.64			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .15, .29, .64, .28, .58 และ .78 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านราคา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านราคา				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.37	.749	-.06	.95	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.38	.756			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.38	.76	.94	.44	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.53	.67			
	41-50 ปี	3.36	.77			
	51-60 ปี	3.30	.79			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.12	.70			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.27	.70	1.35	.26	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.48	.77			
	ปริญญาโท	3.36	.76			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.54	.54	.57	.63	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.48	.65			
	ทวีปยุโรป	3.34	.78			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.22	1.07			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.39	.83	.46	.70	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.37	.77			
	45,001-60,000 บาท	3.31	.59			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.62	.35			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านราคา				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.70	.63	2.22	.08	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.23	.82			
	พนักงานเอกชน	3.50	.74			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.32	.71			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .95, .44, .26, .63, .70 และ .08 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านราคา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านสถานที่				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.20	.81	.45	.65	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.14	.76			
อายุ	20-30 ปี	2.97	.79	1.11	.35	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.35	.87			
	41-50 ปี	3.16	.71			
	51-60 ปี	3.10	.78			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.23	.82			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านสถานที่				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.23	.71	.26	.76	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.13	.82			
	ปริญญาโท	3.17	.83			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.47	.69	1.27	.28	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.32	.78			
	ทวีปยุโรป	3.11	.79			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.26	1.10			
รายได้ ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	2.98	.83	3.84	.01 *	แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.30	.72			
	45,001-60,000 บาท	3.34	.71			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.55	.77			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.02	.85	1.03	.37	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.33	.73			
	พนักงานเอกชน	3.18	.78			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	3.11	.81			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .65, .35, .76, .28 และ .37 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์คือ รายได้ มีค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งมีความน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้าน โปรโมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ Post Hoc Tests ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

อาชีพ	Mean	น้อยกว่า	30,001-	45,001-	60,001 บาท
		30,000 บาท	45,000 บาท	60,000 บาท	ขึ้นไป
		2.98	3.30	3.34	3.55
น้อยกว่า 30,000 บาท	2.98	-	.32	.36	.57
30,001-45,000 บาท	3.30	-	-	.04	.25
45,001-60,000 บาท	3.34	-	-	-	.21
60,001 บาทขึ้นไป	3.55	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ Post Hoc Tests ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านโปรโมชัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านโปรโมชัน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.21	.79	-.18	.85	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.23	.76			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	2.96	.79	.88	.47	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.29	.88			
	41-50 ปี	3.25	.69			
	51-60 ปี	3.24	.74			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.31	.88			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.28	.71	.26	.76	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.19	.86			
	ปริญญาโท	3.21	.72			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.43	.64	1.49	.21	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.35	.73			
	ทวีปยุโรป	3.16	.79			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.83	1.0			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.08	.89	2.18	.09	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.38	.64			
	45,001-60,000 บาท	3.27	.65			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.47	.61			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.00	.93	2.19	.09	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.42	.73			
	พนักงานเอกชน	3.30	.77			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.12	.75			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .85, .47, .76, .21, .09 และ .09 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านโปรโมชั่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านพนักงาน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านพนักงาน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.30	.71	-.75	.45	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.37	.70			
อายุ	20-30 ปี	3.25	.64	.25	.90	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.41	.72			
	41-50 ปี	3.31	.64			
	51-60 ปี	3.34	.77			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.31	.82			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.29	.72	.12	.88	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.35	.74			
	ปริญญาโท	3.35	.64			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.45	.73	1.61	.18	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.52	.72			
	ทวีปยุโรป	3.27	.68			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.58	1.12			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.18	.75	2.70	.04*	แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.48	.64			
	45,001-60,000 บาท	3.45	.63			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.41	.64			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง				
		ด้านพนักงาน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.23	.74	.62	.60	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.37	.67			
	พนักงานเอกชน	3.43	.72			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.28	.70			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .45, .90, .88, .18 และ .60 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านพนักงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์คือ รายได้ มีค่า Sig. เท่ากับ .04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ Post Hoc Tests ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

อาชีพ	Mean	น้อยกว่า 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
		3.18	3.48	3.45	3.41
น้อยกว่า 30,000 บาท	3.18	-	.29	.26	.23
30,001-45,000 บาท	3.48	-	-	.02	.65
45,001-60,000 บาท	3.45	-	-	-	.03
60,001 บาทขึ้นไป	3.41	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ Post Hoc Tests ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านขั้นตอนการบริการ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านขั้นตอนการบริการ				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.31	.77	-1.47	.14	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.46	.70			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.25	.69	.62	.64	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.45	.80			
	41-50 ปี	3.41	.68			
	51-60 ปี	3.30	.76			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.54	.93			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านขั้นตอนการบริการ				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.42	.75	.12	.87	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.36	.83			
	ปริญญาโท	3.37	.62			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.40	.49	.83	.47	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.47	.78			
	ทวีปยุโรป	3.34	.74			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.91	1.01			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.36	.83	.72	.54	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.50	.61			
	45,001-60,000 บาท	3.28	.70			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.30	.77			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.21	.97	.49	.68	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.42	.77			
	พนักงานเอกชน	3.45	.66			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.35	.73			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .14, .64, .87, .47, .54 และ .68 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านขั้นตอนบริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านบรรยากาศของร้าน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านบรรยากาศของร้าน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.26	.67	.10	.91	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.25	.66			
อายุ	20-30 ปี	3.26	.56	1.19	.31	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.42	.59			
	41-50 ปี	3.21	.70			
	51-60 ปี	3.19	.69			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.06	.77			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	.62	.65	.51	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.31	.64			
	ปริญญาโท	3.25	.73			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.50	.35	1.00	.39	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.36	.57			
	ทวีปยุโรป	3.21	.70			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.16	.87			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.19	.70	.96	.40	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.27	.72			
	45,001-60,000 บาท	3.31	.55			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.55	.27			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.40	.41	.85	.46	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.20	.74			
	พนักงานเอกชน	3.35	.64			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.21	.67			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .91, .31, .51, .39, .40 และ .46 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านบรรยากาศของร้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านความสะอาด และสุขอนามัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านความสะอาด และสุขอนามัย				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.28	.79	.32	.74	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.25	.79			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.14	.63	.61	.65	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.40	.78			
	41-50 ปี	3.26	.79			
	51-60 ปี	3.22	.85			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.18	.98			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.23	.78	.09	.91	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.28	.81			
	ปริญญาโท	3.28	.78			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.54	.82	1.02	.38	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.35	.82			
	ทวีปยุโรป	3.21	.78			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.66	.76			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.18	.83	.66	.57	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.32	.80			
	45,001-60,000 บาท	3.35	.74			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.38	.65			

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านความสะอาด และสุขอนามัย				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.28	.75	.51	.67	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.27	.84			
	พนักงานเอกชน	3.38	.86			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.20	.74			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .74, .65, .91, .38, .57 และ .67 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ด้านความสะอาด และสุขอนามัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในภาพรวม				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.28	.60	-43	.66	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.31	.56			
อายุ	20-30 ปี	3.20	.52	.76	.54	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.41	.61			
	41-50 ปี	3.29	.57			
	51-60 ปี	3.24	.58			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.22	.73			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในภาพรวม				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.27	.57	.06	.93	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.31	.60			
	ปริญญาโท	3.29	.59			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.46	.48	1.36	.25	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.41	.59			
	ทวีปยุโรป	3.24	.58			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.57	.77			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.20	.63	1.40	.24	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.38	.55			
	45,001-60,000 บาท	3.33	.55			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.47	.43			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.29	.57	.53	.65	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.32	.61			
	พนักงานเอกชน	3.36	.56			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.24	.59			

*ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .66, .54, .93, .25, .24 และ .65 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านอาหาร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านอาหาร				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.38	.71	.75	.45	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.31	.62			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.41	.59	1.29	.27	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.29	.72			
	41-50 ปี	3.34	.65			
	51-60 ปี	3.49	.61			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.01	.94			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.50	.71	2.22	.11	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.26	.70			
	ปริญญาโท	3.32	.57			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.44	.47	.14	.93	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.32	.66			
	ทวีปยุโรป	3.35	.70			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.50	.42			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.34	.69	.40	.74	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.37	.71			
	45,001-60,000 บาท	3.29	.62			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.55	.51			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.18	.73	1.04	.38	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.25	.77			
	พนักงานเอกชน	3.48	.71			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.35	.58			
	เกษตรกร	3.60	.56			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .45, .27, .11, .93, .74 และ .38 ซึ่งมิต่ำมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านราคา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านราคา				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.45	.86	-.18	.85	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.47	.76			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.60	.71	.75	.55	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.48	.88			
	41-50 ปี	3.42	.83			
	51-60 ปี	3.51	.70			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.12	1.04			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.56	.79	1.36	.25	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.35	.85			
	ปริญญาโท	3.51	.78			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.64	.77	.73	.53	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.44	.88			
	ทวีปยุโรป	3.44	.80			
	ทวีปโอเชียเนีย	4.16	.70			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.39	.87	.66	.57	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.58	.79			
	45,001-60,000 บาท	3.45	.81			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.37	.53			

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านราคา				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.31	.99	.62	.64	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.38	.74			
	พนักงานเอกชน	3.57	.82			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.49	.82			
	เกษตรกร	3.16	.88			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .85, .55, .25, .53, .57 และ .64 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านราคา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านสถานที่				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.22	.795	.20	.84	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.20	.83			
		Mean	S.D.	F	Sig.	
อายุ	20-30 ปี	3.25	.87	1.08	.36	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.15	.82			
	41-50 ปี	3.23	.78			
	51-60 ปี	3.36	.77			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	2.81	.82			
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.20	.76	.39	.67	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.17	.88			
	ปริญญาโท	3.29	.75			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.17	.84	.29	.83	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.21	.73			
	ทวีปยุโรป	3.22	.82			
	ทวีปโอเชียเนีย	2.70	1.55			
รายได้ต่อ เดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.23	.75	.59	.61	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.24	.86			
	45,001-60,000 บาท	3.09	.84			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.44	.62			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	2.96	.79	.86	.48	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.30	.87			
	พนักงานเอกชน	3.27	.76			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.16	.80			
	เกษตรกร	3.60	.71			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .84, .36, .67, .83, .61 และ .48 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านโปรโมชั่น

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านโปรโมชั่น				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.35	.88	1.49	.13	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.16	.85			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.21	.94	.15	.96	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.21	.84			
	41-50 ปี	3.29	.85			
	51-60 ปี	3.31	.89			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.36	1.03			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.26	.85	.00	.99	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.27	.91			
	ปริญญาโท	3.26	.85			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.37	1.08	.44	.72	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.29	.85			
	ทวีปยุโรป	3.25	.85			
	ทวีปโอเชียเนีย	2.62	1.59			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.28	.83	.51	.67	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.30	.89			
	45,001-60,000 บาท	3.14	.94			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.47	.75			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านโปรโมชัน				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	2.95	.96	1.50	.20	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงาน	3.28	.78			
	รัฐวิสาหกิจ					
	พนักงานเอกชน	3.29	.90			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.26	.88			
	เกษตรกร	4.12	.66			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และรายได้ มีค่า Sig. เท่ากับ .13, .96, .99, .72, .67 และ .20 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ และรายได้ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้าน โปรโมชัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านพนักงาน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านพนักงาน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.33	.79	.13	.89	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.32	.76			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านพนักงาน				ผลทดสอบ
		Mean	S.D.	F	Sig.	
อายุ	20-30 ปี	3.14	.72	.47	.75	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.35	.87			
	41-50 ปี	3.36	.73			
	51-60 ปี	3.34	.77			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.45	.80			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.30	.84	.10	.90	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.36	.75			
	ปริญญาโท	3.31	.75			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.42	.89	.22	.88	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.35	.88			
	ทวีปยุโรป	3.31	.74			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.00	.70			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.31	.72	.41	.74	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.39	.79			
	45,001-60,000 บาท	3.24	.83			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.47	.93			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	2.92	.79	1.65	.16	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.39	.75			
	พนักงานเอกชน	3.30	.70			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.37	.80			
	เกษตรกร	3.81	1.12			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .89, .75, .90, .88, .74 และ .16 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านพนักงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านขั้นตอนการบริการ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ด้านขั้นตอนการบริการ				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.45	.79	1.29	.19	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.30	.83			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.33	.75	1.51	.20	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.21	.93			
	41-50 ปี	3.48	.75			
	51-60 ปี	3.39	.79			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.77	.55			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.31	.85	.53	.58	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.45	.80			
	ปริญญาโท	3.36	.77			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.35	1.09	.13	.93	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.39	.94			
	ทวีปยุโรป	3.38	.74			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.75	.00			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.31	.86	.36	.78	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.45	.71			
	45,001-60,000 บาท	3.42	.83			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.33	.96			

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านขั้นตอนการบริการ				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.04	.88	1.09	.36	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.40	.80			
	พนักงานเอกชน	3.42	.70			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.39	.84			
	เกษตรกร	3.87	1.19			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .19, .20, .58, .93, .78 และ .36 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านขั้นตอนบริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านบรรยากาศของร้าน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านบรรยากาศของร้าน				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.35	.77	.09	.92	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.34	.70			
อายุ	20-30 ปี	3.50	.59	1.32	.26	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.28	.81			
	41-50 ปี	3.33	.73			
	51-60 ปี	3.45	.65			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	2.97	.96			

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านบรรยากาศของร้าน				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.38	.73	.67	.51	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.27	.79			
	ปริญญาโท	3.40	.67			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.48	.60	.38	.76	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.31	.78			
	ทวีปยุโรป	3.34	.74			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.75	.00			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.33	.80	.49	.68	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.42	.74			
	45,001-60,000 บาท	3.25	.64			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.36	.61			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.12	.85	.65	.62	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.28	.74			
	พนักงานเอกชน	3.43	.75			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.37	.70			
	เกษตรกร	3.25	.95			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .92, .26, .51, .76, .68 และ .62 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านบรรยากาศของร้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านความสะอาด และสุขอนามัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านความสะอาด และสุขอนามัย				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.32	.87	-.12	.89	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.34	.77			
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-30 ปี	3.42	.72	1.22	.30	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.38	.89			
	41-50 ปี	3.31	.84			
	51-60 ปี	3.36	.79			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	2.81	.71			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	.83	1.51	.22	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.21	.82			
	ปริญญาโท	3.35	.82			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.35	.96	.08	.97	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.28	.86			
	ทวีปยุโรป	3.34	.81			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.25	.35			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.25	.83	.86	.46	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.44	.82			
	45,001-60,000 บาท	3.26	.86			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.50	.50			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.03	.86	.92	.45	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.35	.88			
	พนักงานเอกชน	3.46	.86			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.29	.76			
	เกษตรกร	3.50	.70			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.32 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .89, .30, .22, .97, .46 และ .45 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ด้านความสะอาด และสุขอนามัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก				
		ในภาพรวม				
		Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.36	.65	.60	.54	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.30	.55			
อายุ	20-30 ปี	3.36	.54	.40	.80	ไม่แตกต่าง
	31-40 ปี	3.29	.67			
	41-50 ปี	3.34	.58			
	51-60 ปี	3.40	.59			
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	3.16	.67			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.37	.63	.31	.72	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.29	.63			
	ปริญญาโท	3.35	.54			
สัญชาติ	ทวีปอเมริกา	3.40	.69	.06	.97	ไม่แตกต่าง
	ทวีปเอเชีย	3.32	.64			
	ทวีปยุโรป	3.33	.59			
	ทวีปโอเชียเนีย	3.34	.49			
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 30,000 บาท	3.31	.63	.55	.64	ไม่แตกต่าง
	30,001-45,000 บาท	3.40	.59			
	45,001-60,000 บาท	3.27	.59			
	60,001 บาทขึ้นไป	3.43	.62			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ในภาพรวม				
		Mean	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.06	.70	1.14	.33	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.33	.63			
	พนักงานเอกชน	3.40	.62			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.34	.56			
	เกษตรกร	3.61	.63			

*ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.33 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .54, .80, .72, .97, .64 และ .33 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน คือ ร้านอาหารไทยขนาดกลาง ร้อยละ 50 (200 ชุด) และร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 50 (200 ชุด) และนำมาคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของข้อมูล จำนวน 400 ชุด ดังนี้

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามประเภทร้านอาหารไทย

ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย	ประเภทร้านอาหาร	Mean	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
ด้านอาหาร	ขนาดกลาง	3.33	.640	-288	.773	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.35	.677			
ด้านราคา	ขนาดกลาง	3.38	.750	-1.103	.271	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.46	.819			
ด้านสถานที่	ขนาดกลาง	3.17	.790	-500	.618	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.21	.809			
ด้านโปรโมชั่น	ขนาดกลาง	3.22	.780	-498	.619	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.26	.874			
ด้านพนักงาน	ขนาดกลาง	3.33	.706	.050	.960	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.33	.781			
ด้านขั้นตอนการบริการ	ขนาดกลาง	3.38	.748	-.032	.974	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.38	.813			
ด้านบรรยากาศของร้าน	ขนาดกลาง	3.26	.667	-1.242	.215	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.34	.740			
ด้านความสะอาดและสุขอนามัย	ขนาดกลาง	3.27	.795	-.769	.442	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.33	.828			
ในภาพรวม	ขนาดกลาง	3.29	.588	-.700	.484	ไม่แตกต่าง
	ขนาดเล็ก	3.33	.609			

หมายเหตุ. **ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.34 ประเภทร้านอาหารไทย ได้แก่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก มีค่า Sig. เท่ากับ .773, .271, .618, .619, .960, .974, .215, .442 และ .484 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ ประเภทร้านอาหารไทย ได้แก่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.35 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่าง กัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาด กลาง ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่าง กัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาด เล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3	ประเภทร้านอาหารไทย ได้แก่ ร้านอาหารขนาดกลาง และ ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก แตกต่างกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมีความพึงพอใจแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

4.5 ส่วนที่ 5 สรุปข้อเสนอแนะปลายเปิด

ในส่วนนี้เป็นการสรุปผลจากข้อเสนอแนะปลายเปิดเกี่ยวกับร้านอาหารไทย โดยผู้วิจัย ได้วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อความที่ผู้ตอบเขียน อธิบายมาแล้วนำประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมากำหนดค่าความถี่ให้กับ ข้อความหรือรายการนั้น

ตารางที่ 4.36 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของข้อเสนอแนะปลายเปิด (n=47)

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. ความไม่เหมาะสมของคุณภาพอาหาร เช่น เสิร์ฟอาหารที่ไม่ปรุงสุกใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารมีคุณภาพไม่เหมาะสม	15	31.91
2. การตกแต่งอาหารดูน่ารับประทานแต่รสชาติอาหารไม่อร่อย	10	21.28
3. การบริการของพนักงานไม่เป็นมิตร เช่น พูดยาไม่ดีกับลูกค้า	7	14.89
4. บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่สวยงาม นั่งพักผ่อนสบาย ๆ	7	14.89
5. ได้รับประสบการณ์ที่ไม่คุ้มค่า เช่น อาหารไม่ตรงตามคำสั่งและไม่ได้รับคำขอโทษจากพนักงานร้านอาหารไม่สดใหม่	5	10.64
6. พนักงานคิดราคาอาหารไม่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือ	3	6.38

จากตารางที่ 4.36 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมปลายเปิดของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับร้านอาหารไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 47 คน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ข้อเสนอแนะร้านอาหารไทยในหัวหินมากที่สุดคือ ความไม่เหมาะสมของคุณภาพอาหาร เช่น เสิร์ฟอาหารที่ไม่ปรุงสุกใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารมีคุณภาพไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 31.91 รองลงมาคือ การตกแต่งอาหารดูน่ารับประทานแต่รสชาติอาหารไม่อร่อย คิดเป็นร้อยละ 21.28 การบริการของพนักงานไม่เป็นมิตร เช่น พูดยาไม่ดีกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 14.89 บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่สวยงาม นั่งพักผ่อนสบาย ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.89 ได้รับประสบการณ์ที่ไม่คุ้มค่า เช่น อาหารไม่ตรงตามคำสั่งและไม่ได้รับคำขอโทษจากพนักงานร้านอาหารไม่สดใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.64 และพนักงานคิดราคาอาหารไม่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 6.38

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก และ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามลักษณะประชากร โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ นำมาใช้เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการให้บริการของร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์ความคิดเห็น

การวิจัยเชิงปริมาณ นำมาใช้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test (Independent sample) และ F-test (One-way ANOVA) โดยสมมติฐานในการวิจัย คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน และ 3) ประเภทร้านอาหารไทย

ได้แก่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารไทยขนาดเล็ก แตกต่างกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

5.1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีดังต่อไปนี้

1.1 ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐเกี่ยวกับสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก สรุปได้ดังนี้

สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยในหัวหินส่วนใหญ่ที่พบคือ ไม่สามารถกำหนดราคาร้านอาหารริมชายหาดได้ โดยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการด้านการควบคุมราคาอาหารที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีการกำหนดมาตรฐานราคาร่วมกับผู้ประกอบการร้านค้า และขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีหน้าที่กำกับดูแลร้านอาหารควรกำหนดมาตรการร่วมกับร้านอาหารในการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร และร้านอาหารควรการพัฒนาพนักงานของร้านเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ดี เช่น การฝึกอบรมพนักงานในด้านการบริการที่รวดเร็วและมีจิตบริการ เป็นต้น

1.2 ความคิดเห็นของภาคเอกชนเกี่ยวกับสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก สรุปได้ดังนี้

สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยในหัวหินคือ คู่แข่งทางการค้า ต้นทุนการผลิตสูง การลาออกของพ่อครัวบอย ๆ รสชาติอาหารไม่คงที่ และการให้บริการล่าช้า โดยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขคือ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการบริการ เพิ่มช่องทางการจำหน่าย มีมาตรการรักษานักงานที่มีฝีมือไว้ รักษามาตรฐานการบริการ ราคา รสชาติ อาหารให้คงที่ มีการศึกษาข้อมูลใหม่ ๆ ตลอดเวลา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง และเข้มงวด และได้ให้ข้อเสนอแนะคือ ร้านอาหารควรมีโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้า อย่างต่อเนื่อง มีระบบการบริหารจัดการพนักงานที่ดี ปรับปรุงระบบข้อมูลของร้าน โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการ สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการ และให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า

ในมุมมองของนักท่องเที่ยวมองว่าสภาพปัญหาของร้านอาหารไทยคือ ราคาอาหารแพง รสชาติอาหารไม่คงที่ เมนูอาหารไม่โดดเด่น และการให้บริการช้า โดยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขคือ ร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร พัฒนาการบริการให้รวดเร็ว

ขึ้น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของเสนอแนะอื่น ๆ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีมาตรการจูงใจพนักงาน สร้างเอกลักษณ์ของร้านเพื่อให้ลูกค้าจำได้ง่าย สร้างมาตรฐานการบริการที่รวดเร็ว มีช่องทางการบริการที่หลากหลาย และมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในโอกาสต่าง ๆ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก สรุปได้ดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นชาวยุโรป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สรุปได้ดังนี้

2.1 ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจร้านอาหารขนาดเล็กในด้านราคามากกว่าร้านอาหารขนาดกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความสด ใหม่ ของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร และรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก อยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็กมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา และความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าร้านอาหารขนาดกลาง

3. ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านโปรโมชั่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านพนักงาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กอยู่ในระดับมาก

6. ด้านขั้นตอนการบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารขนาดกลางมีความพึงพอใจในด้านความถูกต้องของอาหารที่ได้รับมากกว่าร้านอาหารขนาดเล็ก

7. ด้านบรรยากาศของร้าน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสไตล์การตกแต่งร้าน ทันสมัย และแปลกตา ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็กมีมุมมองให้ลูกค้านั่งทานแบบสบาย ๆ และมีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟี่สำหรับลูกค้ามากกว่าร้านอาหารขนาดกลาง

8. ด้านความสะอาด และสุขอนามัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจร้านอาหารขนาดเล็กในด้านความปลอดภัย และสุขอนามัยมากกว่าร้านอาหารขนาดกลาง

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัย พบว่า

เพศไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายด้านอาหาร ราคา โปรโมชัน พนักงาน และขั้นตอนการบริการ ส่วนเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิงด้านสถานที่ บรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัย

อายุไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา สถานที่ โปรโมชัน พนักงาน บรรยากาศของร้าน และความสะอาดและสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการบริการมากกว่า กลุ่มอื่น

ระดับการศึกษาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา พนักงาน บรรยากาศของร้าน และความสะอาดและสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านสถานที่ โปรโมชัน และขั้นตอนการบริการ มากกว่ากลุ่มอื่น และปริญญาโทมีความพึงพอใจด้านพนักงาน และความสะอาดและสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น

สัญชาติไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า ชาวเอเชียมีความพึงพอใจด้านอาหาร พนักงาน ขั้นตอน การ

บริการ มากกว่ากลุ่มอื่น และชาวอเมริกามีความพึงพอใจด้านราคา สถานที่ บรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น

รายได้ในภาพรวมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ และพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า รายได้ 60,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา สถานที่ โปรโมชัน บรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น และรายได้ 30,001-45,000 บาท มีความพึงพอใจด้านพนักงาน และขั้นตอนการบริการมากกว่ากลุ่มอื่น

อาชีพไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า พนักงานเอกชนมีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา พนักงานขั้นตอนการบริการ บรรยากาศของร้าน และความสะอาดและสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น และอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านสถานที่ โปรโมชัน และพนักงาน มากกว่ากลุ่มอื่น

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่า

เพศไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคา และด้านความสะอาดและสุขอนามัย มากกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายมีความพึงพอใจด้านอาหาร สถานที่ โปรโมชัน พนักงานขั้นตอนการบริการ และบรรยากาศของร้าน มากกว่าเพศหญิง

อายุไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า 51-60 ปี มีความพึงพอใจด้านอาหาร และสถานที่ มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา บรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้าน โปรโมชัน และพนักงาน มากกว่ากลุ่มอื่น และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการบริการ มากกว่ากลุ่มอื่น

ระดับการศึกษาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษาพบว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา ขั้นตอนการบริการ และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้าน โปรโมชัน และพนักงาน มากกว่ากลุ่มอื่น และปริญญาโท มีความพึงพอใจด้านสถานที่ และบรรยากาศของร้าน มากกว่ากลุ่มอื่น

สัญชาติไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษพบว่า ชาวอเมริกามีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา โปรโมชัน พนักงานบรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนชาวยุโรปมีความพึงพอใจด้านสถานที่ มากกว่ากลุ่มอื่น และชาวเอเชียมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการบริการ มากกว่ากลุ่มอื่น

รายได้ในภาพรวมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย ขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า รายได้ 60,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านอาหาร สถานที่ พนักงาน และความสะอาด และสุขอนามัย มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนรายได้ 30,001-45,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา โปรโมชัน ขั้นตอนการบริการ และบรรยากาศของร้าน มากกว่ากลุ่มอื่น

อาชีพไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการศึกษพบว่า พนักงานเอกชนมีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา โปรโมชัน ขั้นตอนการบริการ บรรยากาศของร้าน และความสะอาด และสุขอนามัยมากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนอาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านสถานที่ และพนักงานมากกว่า กลุ่มอื่น

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทร้านอาหารไทย ได้แก่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจร้านอาหารขนาดเล็กด้านอาหาร ราคา สถานที่ โปรโมชัน บรรยากาศของร้าน ความสะอาด และสุขอนามัยมากกว่าร้านอาหารขนาดกลาง ในขณะที่ด้านพนักงาน และขั้นตอนการบริการมีความพึงพอใจเท่ากัน

4. สรุปข้อเสนอแนะปลายเปิด

จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมปลายเปิดของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับร้านอาหารไทย พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ข้อมูล จำนวน 47 คน โดยนักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความไม่เหมาะสมของคุณภาพอาหาร เช่น เสิร์ฟอาหารที่ไม่ปรุงสดใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารมีคุณภาพไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 31.91 รองลงมาคือ การตกแต่งอาหารดูน่ารับประทานแต่รสชาติอาหารไม่อร่อย คิดเป็นร้อยละ 21.28 การบริการของพนักงานไม่เป็นมิตร เช่น พุดจาไม่ดีกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 14.89 บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่สวยงามนั่งพักผ่อนสบาย ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.89 ได้รับประสบการณ์ที่ไม่คุ้มค่า เช่น อาหารไม่ตรงตาม

คำสั่งและไม่ได้รับคำขอโทษจากพนักงานร้านอาหารไม่สดใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.64 และพนักงานคิดราคาอาหารไม่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 6.38

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับราคาอาหารริมชายหาดที่ไม่สามารถกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการด้านการควบคุมราคาอาหารที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีการกำหนดมาตรฐานราคาร่วมกับผู้ประกอบการร้านค้า และขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะคือ ร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขอนามัย พัฒนารูปลักษณะอาหารให้มีความหลากหลายและแสดงถึงความเป็นคนไทย ควรปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ของหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเคร่งครัด และควรรักษามาตรฐานด้านราคา รสชาติ คุณภาพอาหาร และการบริการ อาจเนื่องมาจากอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวจำนวนมาก จึงทำให้จำนวนร้านอาหารในหัวหินมีเป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายด้านราคาและคุณภาพอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ หรืออาจเป็นเพราะพื้นที่เช่าขายอาหารมีราคาสูงเพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีต้นทุนสูงในการประกอบการขายอาหารจึงอาจทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องกำหนดราคาอาหารสูงขึ้นตามต้นทุนและเพื่อก่อให้เกิดกำไรในการจำหน่ายอาหาร

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในอำเภอหัวหิน พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กในด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42) ส่วนด้านขั้นตอนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ด้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.34) ด้านพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.33) ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาด และสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ด้านโปรโมชั่น (ค่าเฉลี่ย 3.24) และด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเพราะร้านอาหารขนาดเล็กมีต้นทุนในการประกอบธุรกิจต่ำกว่าร้านอาหารขนาดกลาง จึงสามารถกำหนดราคาอาหารได้ถูกกว่า และผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารขนาดกลางมีจุดดีคือ ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ และด้านบรรยากาศของร้าน ส่วนร้านอาหารขนาดเล็กมีจุดดีคือ ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านความสะอาด และสุขอนามัย และส่วนที่ทั้งร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นคือ ด้านสถานที่ และด้านโปรโมชั่น อาจเป็นเพราะ

สถานที่ตั้งของร้านเป็นสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นผู้มาเยือนซึ่งอาจจะไม่ทราบข้อมูลด้านเส้นทางการเดินทางมายังร้านอาหาร หากร้านอาหารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายนักท่องเที่ยวก็อาจจะเลือกมาใช้บริการ นอกจากนี้ร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะยังมีการส่งเสริมการขายที่ไม่น่าสนใจมากนัก เช่น ส่วนลดค่าอาหาร โปรโมชั่นต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมองว่ายังมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับวิชา ทองลัมพ์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ กระบวนการและความสะอาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และยังสอดคล้องกับหทัยรัตน์ ประชาวงษ์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทย กรณีศึกษาจังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลาง ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ จริยา ชื่นตา และประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ (2560) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่ไม่ต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายด้านอาหาร ราคา และพนักงาน อาจเนื่องมาจากเพศหญิงมีความละเอียดอ่อนในเรื่องรสชาติ รูปลักษณ์อาหาร ราคาที่เหมาะสม และความใส่ใจในการให้บริการของพนักงานจึงทำให้มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เหล่านี้มากกว่าเพศชาย ชาวอเมริกามีความพึงพอใจด้านอาหาร ราคา โปรโมชั่น พนักงาน ขั้นตอนการบริการ บรรยากาศของร้าน ความสะอาด และสุขอนามัยมากกว่ากลุ่มอื่น อาจเนื่องมาจากชาวอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ได้ลิ้มลองรสชาติอาหารที่แตกต่าง ได้สัมผัสบรรยากาศใหม่ ๆ ซึ่งอาหารไทยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวทั้งรสชาติ รูปลักษณ์ การตกแต่งร้านอาหาร การต้อนรับของพนักงานด้วยความ

เป็นมิตรจึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับพรรณี สวนเพลง และคณะ, 2559 กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาและยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของอาหารและเครื่องดื่มระหว่างเดินทางมากที่สุด 3 อันดับแรก อาหารไทยในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น จึงทำให้มีรสชาติที่แตกต่างกัน โดยในแต่ละจังหวัดมีอาหารแนะนำของแต่ละท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวกับอาหาร นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจเกือบทุกด้านมากกว่ากลุ่มอื่น อาจเนื่องมาจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงจึงสามารถเลือกร้านอาหาร เมนูอาหารที่แปลกตาซึ่งอาจมีราคาสูงก็สามารถจ่ายได้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าที่อาจจะต้องพิจารณาจากรายได้ของตนเองเป็นลำดับแรก

ประเภทร้านอาหารไทย ได้แก่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจร้านอาหารขนาดเล็กในด้านต่าง ๆ มากกว่าร้านขนาดกลาง อาจเนื่องมาจากร้านอาหารขนาดเล็กมีต้นทุนในการประกอบธุรกิจต่ำกว่าจึงสามารถกำหนดราคาอาหารที่ถูกกว่าร้านขนาดกลาง รวมทั้งบรรยากาศของร้านขนาดเล็กอาจจะอบอุ่นเป็นกันเองรู้สึกได้พักผ่อนกับครอบครัว/คนรัก ไม่แออัดจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าร้านขนาดกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร (2558) ได้ศึกษาประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประเภทของร้านอาหารที่แตกต่างส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหินทั้ง 8 ด้าน พบว่า ร้านอาหารขนาดเล็กมีจุดเด่นด้านอาหาร ราคา สถานที่ โปรโมชัน บรรยากาศของร้าน ความสะอาดและสุขอนามัย ส่วนร้านขนาดกลางมีจุดเด่นด้านพนักงาน และขั้นตอนการบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าร้านอาหารไทยทั้ง 2 ขนาด ยังต้องได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางควรรักษามาตรฐานของรสชาติอาหารไทยที่มีความกลมกล่อมเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย มีเมนูอาหารที่หลากหลายแปลกใหม่

พัฒนาอาหารท้องถิ่นให้มีความโดดเด่น วัตถุดิบที่ใช้ต้องมีคุณภาพ เนื่องจากรสชาติเป็นปัจจัยหลักในการทำให้ผู้บริโภคอยากกลับมาใช้บริการอีก และควรให้ความสำคัญกับการประกอบอาหารสดใหม่

2. ด้านราคา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดมาตรการกำหนดราคาอาหารในเมืองท่องเที่ยวและชี้แจงให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และผู้ประกอบการร้านขนาดกลางควรกำหนดราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานได้บ่อยครั้ง และกลับมาใช้บริการอยู่เรื่อย ๆ เนื่องจากราคามีความสมเหตุสมผล

3. ด้านสถานที่ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคอาหารในอำเภอหัวหิน ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มักขับรถส่วนตัวไป หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหัวหินก็มักจะขับรถส่วนตัวไปเอง เนื่องจากขนส่งสาธารณะในอำเภอหัวหินยังไม่ค่อยได้รับความนิยมนัก จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านที่จอดรถของร้านค้า ซึ่งถ้าร้านอาหารใดมีที่จอดรถไว้คอยบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้นในการไปใช้บริการร้านอาหารนั้น อีกทั้งการตกแต่งบรรยากาศภายในร้านให้มีความรู้สึกได้พักผ่อน สบาย ๆ มีมุมส่วนตัว ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความสุขในการรับประทานอาหาร ผู้ประกอบการร้านขนาดกลางควรคำนึงถึงการตกแต่งร้านที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ร้าน มีเมนูเด่นของร้านที่เป็นเอกลักษณ์ และลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย อีกทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านต้องมีความสะอาด และบุคลากรในร้านก็ต้องแต่งกายสะอาด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสบายตา สบายใจ และความน่าเชื่อถือของร้านด้วย

4. ด้านโปรโมชั่น ผู้ประกอบการร้านขนาดกลางควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น โปรโมชั่นพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าในเทศกาลวาเลนไทน์ วันแม่ วันพ่อ วันเด็ก ปีใหม่ ฮาโลวีน เป็นต้น เพื่อสร้างความประทับใจและเกิดการบอกต่อของนักท่องเที่ยวผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในอนาคตให้เดินทางมาใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหินในโอกาสถัดไป

5. ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการร้านขนาดเล็กควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานที่มีอัธยาศัยดีเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ สามารถแนะนำเกี่ยวกับสินค้า และให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าหรืออาหารเมนูใหม่ ๆ โปรโมชั่นในช่วงนั้น ๆ พร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ อีกทั้งการที่พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้นั้น แม้จะเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่แสดงถึงความใส่ใจต่อลูกค้ารายบุคคลและทำให้ผู้บริโภครู้สึกอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านอีกครั้ง

6. ด้านขั้นตอนการบริการ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันมักใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ และไม่ชอบการรอคอย ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านขนาดเล็กควรรักษาเวลาในการเตรียมและเสิร์ฟอาหารให้

มีความรวดเร็ว และในความรวดเร็วนี้ลูกค้าต้องได้รับเครื่องดื่มและอาหารถูกต้องตรงตามที่สั่ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการบริหารงานด้วยความเป็นมืออาชีพ และใส่ใจลูกค้า

7. ด้านบรรยากาศของร้าน ผู้ประกอบการร้านขนาดกลางควรปรับปรุงภูมิทัศน์ร้านทั้งภายในและภายนอกให้มีความแปลกตา น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีจุดเช็คอิน ถ่ายภาพเพื่อนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อออนไลน์ และควรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความขยัน ใฝ่หาบริการด้วยความเต็มใจ มีความสุภาพอ่อนโยน เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศภายในร้านให้มีความอบอุ่น ปลอดภัย และมีความสุขในการรับประทานอาหาร

8. ด้านความสะอาด และสุขอนามัย สำนักงานสาธารณสุขควรมีการตรวจประเมินความสะอาดและสุขอนามัยของร้านอาหารในหัวหินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยแก่สุขภาพ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ตลอดจนความสำคัญของสุขอนามัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการร้านขนาดกลางควรตระหนักถึงความสะอาดของภาชนะใส่อาหาร สถานที่ประกอบอาหาร พ่อครัวแม่ครัวปรุงอาหาร วัตถุดิบในการทำอาหาร ต้องมุ่งเน้นความสดใหม่ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และควรมีการทำความสะอาดภายในร้านทุกวัน ให้บริการเจลแอลกอฮอล์ อุปกรณ์วัดไข้ และติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์โรคติดต่ออย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติตามมาตรการของสำนักงานสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด

9. ข้อค้นพบที่ได้จากข้อเสนอแนะปลายเปิดพบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความไม่เหมาะสมของคุณภาพอาหาร เช่น เสิร์ฟอาหารที่ไม่ปรุงสดใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารมีคุณภาพไม่เหมาะสม ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็กควรให้ความสำคัญในทุกเมนูอาหารทั้งในด้านวัตถุดิบในการปรุงอาหาร รสชาติ ความสะอาด ปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และการไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในด้านบวกต่อร้านอาหารไทยและเกิดความประทับใจ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจประเมินด้านคุณภาพอาหาร การปรุงอาหาร ความสะอาดของร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างสม่ำเสมอ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติตามกลุ่มสัญชาติ
2. ควรศึกษาการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารไทยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ

3. ศึกษาร้านอาหารประเภทอื่น ๆ เช่น ร้านอาหารเกาหลี ร้านอาหารเวียดนาม เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาในบริบทที่แตกต่างกัน

4. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เพราะการสื่อสารแบบปากต่อปากนั้นเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการส่งผ่านข่าวสารอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เกิดจากการที่ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการและจะนำไปบอกเล่าให้กับบุคคลใกล้ชิดจึงส่งผลให้มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังเป็นกลยุทธ์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมอนามัย. (2561). *คู่มือรับรองความปลอดภัยด้านอาหาร*. นนทบุรี : กระทรวงสาธารณสุข.
- จิริยา ชื่นตา และประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์. (2544). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. เอกสารประกอบการเรียนการสอน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉันทนา อุดสาหลักชัย. (2541). *พุทธปัญญาคู่มือสร้างปัญญา*. กรุงเทพฯ : กองทุนพิทักษ์กรรม. ญาณิศา เพื่อนเพาะ. (2561). ประเภทของร้านอาหาร กับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1), 303-321.
- ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 5(2) , 255-264.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2558). *ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2560). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 61-76.
- นิถาวรณ สุนทรโอวาท (2555). *ปัจจัยการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร และระดับของร้านอาหาร กรณีศึกษา : ร้านอาหารญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ทริปแอดไวเซอร์. (2562). *ข้อมูลร้านอาหาร*. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562, จาก <https://th.tripadvisor.com>.
- พรรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*, 4(2), 38-45.
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิธิยา รัตนานนท์. (2556). *คุณภาพอาหาร*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/3022/>.
- ยูนิลีเวอร์ฟู๊ดโซลูชันส์. (2556). *ความปลอดภัยของอาหาร: ภัยซ่อนเร้นในอาหาร*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.unileverfoodsolutions.co.th/our-services/your-kitchen/know-yourenemies>.
- ยุวดี มีพรปัญญาทวีโชค. (2553). *การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของร้านกาแฟพรีเมียมแฟรนไชส์ของต่างประเทศกับแฟรนไชส์ของไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วนิดา สิงห์จาวลา. (2554). *ร้านอาหารเนื้อย่าง-หมูย่าง "โนบิตะ"*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันชัย คำเจริญ. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของสำนักงานบริการโทรศัพท์ทั้งามวงศัวาน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วิชยา ทองลัมภ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ, ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.kasikornbank.com/TH/SME/Documents/SMELocalRestaurant.pdf>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซี แอลบู๊คส์.
- สมสันต์ กางการ. (2547). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการโตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- สาขัณฑ์ เรื่องกิตติคุณ. (2553). ภาวะการเดินทางกับการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยเบาหวาน: กรณีศึกษาโรงพยาบาลองค์กรักษ์. *วารสารไทยเกษตรศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*, 15(3), 10-24.
- สุจารี โสรดสรง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขุนเลคอฟฟี่อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ.
- สำนักการค้าบริการและการลงทุน. (2560). *สถานการณ์การค้าและการลงทุน*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.boei.go.th/th/index/>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2562*. สืบค้น 10 พฤษภาคม 2562, จาก <https://prachuapkhirikhan.mots.go.th/>
- หทัยรัตน์ ประชาวงศ์ และคณะ. (2559). *พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการใช้บริการร้านอาหารไทย กรณีศึกษาจังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อรอุมา วงสงาม. (2556). *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหารเบื้องต้น*. สืบค้น 10 พฤษภาคม 2562, จาก <http://slideplayer.in.th/slide/2086387/>.
- อัญญา วัจนะสวัสดิ์. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของกองบัตรผู้โดยสารเครื่องบินสาขาสำนักงานใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

- Dalton, F. E. (1987). *Fundamentals of Marketing*. (8th ed). New York : McGraw-Hill.
- Kotler, Philip.(1997). *Marketing Management* (8th ed.). Englewood Cliffs,NJ:
- Millet. (1954). *Management in the Public Service*. The quest for effective performance. New York: McGraw-Hill Book.

- Oyewole, P. (2013). The role of frequency of patronage and service quality of all-you-can-eat buffet restaurant: A perspective of socio-economic and demographic characteristics of African American consumers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 202-213.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to Social Change. Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.*
- Spechler, J. W. (1988). *When America Does It Right: Case Studies in Service Quality, Institute of Industrial Engineer.* Norcross. GA. 23 February 2006.
- Sumaedi, S., & Yarmen, M. (2015). Measuring Perceived Service Quality of Fast Food Restaurant in Islamic Country: A Conceptual Framework. *Procedia Food Science*, 3, 119-131.
- Tenner, A. R., and Detoro, I. J. (1992). *Total Quality Management : There Step to Continuous Improvement.* Massachusetts : Addison-Wesley.
- Tiffin, J. & E.J. McCormick. (1965). *Industrial Psychology.* (5th ed). New York : Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis.* (3rd ed). New York: Harper International.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and exceptions.* New York: The Free Press.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้จะเก็บไว้เป็นความลับ และการนำเสนอข้อมูลจะทำในลักษณะผลรวมทั้งหมด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 – 30 ปี

อายุ 31-40 ปี

อายุ 41 – 50 ปี

อายุ 51 – 60 ปี

อายุ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่น ๆ (ระบุ).....

4. สัญชาติ.....

5. รายได้

น้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน

30,001-45,000 บาท/เดือน

45,001-60,000 บาท/เดือน

60,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 เกษตรกร อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านอาหารไทยขนาดกลางและขนาดเล็กในหัวหิน

คำชี้แจง กรุณาอ่านและพิจารณาข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้คะแนนดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
7	ความสด ใหม่ ของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร					
8	รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม					
9	รูปลักษณะของอาหารและเครื่องดื่มที่น่ารับประทาน					
10	ความแปลกใหม่ของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม					
11	ความเหมาะสมในด้านปริมาณอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเทียบกับราคา					
12	ความเหมาะสมในด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา					
13	ความเหมาะสมในด้านรสชาติอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับราคา					
14	ความชัดเจนของราคาในเมนูอาหารและเครื่องดื่ม					
15	ความสะดวกในการเดินทาง					
16	ความเพียงพอของที่จอดรถ					
17	ความเพียงพอของโต๊ะที่รองรับลูกค้า					
18	ความสะอาดสวยงามของโต๊ะอาหาร					
19	ความสะอาดของห้องน้ำ					
20	ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย					
21	การออกเมนูอาหารพิเศษสำหรับเทศกาลต่างๆ					
22	กิจกรรมโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Instagram					
23	ความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์					

ข้อที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
24	ความยิ้มแย้มของพนักงาน					
25	การแต่งกายของพนักงาน					
26	ความเอาใจใส่ของพนักงาน					
27	ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน					
28	ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร					
29	ความรวดเร็วในการเสิร์ฟอาหาร					
30	ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ					
31	ความรวดเร็วในการชำระเงิน					
32	สไตล์การตกแต่งร้านทันสมัย และแปลกตา					
33	มีมุมให้ลูกค้านั่งทานแบบสบายๆ					
34	มีมุมสำหรับถ่ายภาพเซลฟี่สำหรับลูกค้า					
35	มีมุมส่วนตัวในการนั่งรับประทานอาหาร					
36	ความสะอาดของภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม					
37	ความปลอดภัย และสุขอนามัย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

Questionnaire

Foreign Tourist Satisfaction towards Thai Restaurant Service in Hua Hin Comparison between Medium and Small Restaurants

This research is to study the satisfaction of foreign tourists towards the use of Thai restaurants in Hua Hin compare between small and medium sized restaurants to collect data for this thesis. This questionnaire has 3 parts, as follows:

Part 1 Individual tourist characteristics

Please mark or provide an answer to the space provided.

1. Gender

Male

Female

2. Age

20 – 30 years

31-40 years

41 – 50 years

51 – 60 years

60 years and over

3. Education

Below Bachelor

Bachelor

Master

Doctorate

Other (please specify).....

4. Nationality

5. Income

Below 30,000 bath per month

30,001- 45,000 bath per month

45,001-60,000 bath per month

60,000 bath per month up

6. Occupation

Student

Government / State Enterprises

Private employee

Self employed business

Farmers

Other (please specify).....

Part 2 Foreign Tourist Satisfaction towards Thai Restaurant Service in Hua Hin comparison between Medium and Small Restaurants

Please provide your ratings as per the explanation below:

5 = most satisfied; 4 = very satisfied;

3 = moderately satisfied; 2 = less satisfied;

1 = least satisfied

No.	The satisfaction of foreign tourists	Satisfaction Level				
		5	4	3	2	1
7	Freshness of ingredients used for cooking					
8	Food and drink flavors					
9	The appearance of the food and drink looks appetizing					
10	The novelty of the food and drink menu					
11	Fairness in the amount of food and beverages compared to the price					
12	Fairness in food and beverage quality compared to price					
13	The suitability of food and beverage flavors when compared to the price					
14	Clarity of prices on food menus and Drink					
15	Convenience to travel					
16	Sufficiency of parking					
17	Adequacy of tables to accommodate customers					
18	Cleanliness of dining table					
19	Bathroom cleanliness					
20	Frequency of organizing promotional activities					
21	Special food menus for various festivals					
22	Advertising activities via online media such as Facebook line Instagram					
23	Public relations					
24	Smiling staff					
25	Dress code of the staff					
26	Employee attention					

No.	The satisfaction of foreign tourists	Satisfaction Level				
		5	4	3	2	1
27	Enthusiastic staff service					
28	The speed of receiving food menus					
29	The speed of serving food					
30	The correctness of the food received					
31	The speed of payment					
32	The restaurant decoration style is modern and unusual					
33	There is a corner for customers to sit and eat comfortably					
34	There is a corner to take a photo for customers					
35	There is a private corner to sit and eat					
36	Cleanliness of food and beverage containers					
37	Safety and hygiene					

Part 3 Please provide your suggestions to improve satisfaction on Thai Restaurant Service in Hua Hin comparison between Medium and Small Restaurants

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มสาขาวิชาชีพต่างๆ ในชุมชน
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน เปรียบเทียบระหว่างร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก
3. แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบให้ตอบบรรยายตามความคิดเห็น มี 2 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
ตอนที่ 2 สภาพปัญหา แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับร้านอาหารไทย ในอำเภอหัวหิน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ – สกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ และความเกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารไทยในหัวหิน
.....
4. ระยะเวลาในการพักอาศัยในเขตหัวหินปี.....เดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหา แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับร้านอาหารไทย ในหัวหิน

1. สภาพปัญหาของร้านอาหารไทยในหัวหิน
.....
.....
2. แนวทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน
.....
.....
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารไทยในหัวหิน
.....
.....

ผู้ให้ข้อมูล.....
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
เวลา.....ถึง.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

สุพัตรา คงขำ

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

- พนักงานให้บริการด้านดูแลอาหารและเครื่องดื่ม ชั้น Executive Lounge,แผนกงานต้อนรับส่วนหน้า,โรงแรมอีสตินแกรนด์ สาทร
- Restaurant Supervisor, แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม, โรงแรมโซลิตีแทร์ กรุงเทพ สุขุมวิท (กุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2561)
- Hostess ,แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม, โรงแรมโซลิตีแทร์ กรุงเทพ (ตุลาคม2560 – มกราคม 2561)
- Club Lounge waitress ,แผนกงานต้อนรับส่วนหน้า, โรงแรมโซฟีเทล กรุงเทพ สุขุมวิท (กรกฎาคม 2555– มิถุนายน 2560)
- Member relation officer ,คาสเคดคลับ เอสคอต สาทร กรุงเทพ, (กรกฎาคม 2554 – เมษายน 2555)
- Guest Service Agent ,แผนกงานต้อนรับส่วนหน้า, โรงแรมซีเทล สีลม กรุงเทพ (โรงแรมพูลแมนจี กรุงเทพ) (เมษายน 2553 – มิถุนายน 2554)