



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรม
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษา
อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก
(Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior
of Foreign Tourists towards Modern Thai Fusion Foods: Case
Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese,
Thai-Japanese and Thai- Western Foods)

โดย

ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ และคณะ

มกราคม 2558

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรม
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษา
อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก
(Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior
of Foreign Tourists towards Modern Thai Fusion Foods: Case
Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese,
Thai-Japanese and Thai- Western Foods)

คณะผู้วิจัย

ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์
รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา
ดร. วรินทร์รา ศิริสุทธิกุล

สังกัด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.- สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2556 และขอขอบคุณสำนักงานที่ได้จัดสรรงบประมาณให้และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำ แก้ไข ปรับปรุง เรื่องต่างๆ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณที่ปรึกษาโครงการวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล นันทรักษ์ อาจารย์ประจำหลักสูตร เทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรรัตน์ ภิญโญอนันตพงษ์ คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล คุณพิชพันธุ์ สาริยันต์ และคุณวณัญญา กะบิลสิงห์ ที่ให้คำแนะนำ แก้ไข ปรับปรุง เรื่องต่างๆ

ขอขอบคุณ ดร.วีรวัฒน์ คำชาย (รองนายกเทศมนตรีเมืองพัทยา จ.ชลบุรี) คุณนพพร วุฒิกุล (นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน) คุณไพลิน กองพันธ์ (รองนายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน) และคุณมนตรี ชูภู (รองนายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน) ที่ได้อำนวยความสะดวกในการทำวิจัย

ขอขอบคุณ ผู้มีส่วนได้เสียส่วนเสีย ผู้จัดการห้องอาหาร/เชฟ (อาหารไทย ตะวันตก ญี่ปุ่น จีน เวียดนามและฮาลาล)/ผู้ประกอบการห้องอาหาร/ภาครัฐและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ให้การต้อนรับและให้สัมภาษณ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่

และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้การยินยอมอนุญาตให้ดำเนินการวิจัย รวมทั้งให้ใช้สถานที่ อุปกรณ์ และสาธารณูปโภคในการดำเนินการวิจัย ตลอดจนบุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะศึกษาการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ ทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2558

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ชื่อโครงการวิจัย การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก (Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists towards Modern Thai Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai-Western Foods)

ชื่อคณะผู้วิจัย ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์
รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา
ดร. วรินทร์า ศิริสุทธิกุล

งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับงบประมาณอุดหนุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2556
ระยะเวลาการทำวิจัย 1 ปี 6 เดือน ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2556 ถึง 31 มกราคม 2558

ที่ปรึกษา รศ. ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์
ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นฤมล นันทรักษ์
Ed.D.Industrial Education Management
อาจารย์ประจำหลักสูตร เทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ
โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ความเป็นมาและความสำคัญ

อาหารถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการทดลองอาหารที่แปลกใหม่ของท้องถิ่น แต่ก็อาจจะไม่คุ้นเคยกับอาหารของท้องถิ่นนั้นๆ เช่นรสชาติ ทำให้ไม่สามารถรับประทานอาหารท้องถิ่นบางประเภทได้ นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังมีความ

คาดหวังเป็นอย่างมาว่าอาหารนั้นจะอร่อย ถูกปาก ถูกหลักอนามัย สะอาด มีเมนูที่น่าสนใจ มีบริการต้อนรับที่ดี

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องสามารถนำเสนอเมนูที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หลากหลายได้ โดยจากแผนงานวิจัย ในโครงการย่อยที่ 2 คือ การพัฒนาสร้างสรรค์เมนูและคู่มือการปรุงอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู

ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 25 เมนูนี้ว่า มีเมนูใดบ้างที่มีความต้องการเพียงพอที่มีมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างยอดขาย และสามารถทำกำไรได้ หรือมีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม ตลอดจนสามารถบริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้

นอกจากนั้น คณะผู้วิจัยยังสนใจที่จะวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ด้วยการศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยว รวมถึงความคิดเห็นต่อตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และอัตลักษณ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ ในทัศนะของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ชนิดที่มีการพัฒนาขึ้นมา อีกทั้งต้องการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านสังคมและประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติความคิดเห็นส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ความกลัวต่ออาหารแปลกใหม่ การแสวงหาความหลากหลาย เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าและรสชาติ ความมีชื่อเสียงของอาหาร และความเข้มข้นของรสชาติอาหาร ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผู้ประกอบการสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) กล่าวคือ สามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และกลยุทธ์การตลาดสำหรับอาหารไทยประยุกต์ทั้ง 5 ประเภทที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดี จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Willing to pay high price) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการอาหารขายได้ในราคาสูงขึ้น ในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่มากขึ้นและกำไรที่มากขึ้นด้วย การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม จะสามารถกระตุ้นการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายต่างๆได้ ซึ่งจะทำให้เกิดพฤติกรรมมารับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารของกลุ่มเป้าหมายขึ้น เช่นมีการซื้อซ้ำ หรือมีการแนะนำบอกต่อ

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหาร

อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู ด้วยการทำตัวอย่างอาหารไทยประยุกต์ใหม่ทั้ง 25 เมนูขึ้นมาให้นักท่องเที่ยวชิม และให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่ออาหารเหล่านั้น โดยหลังจากชิมอาหารแล้วใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล นอกจากนี้ ยังใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเมนู รวมถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด และการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะด้านสังคมและประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทอาหารทั้ง 5 ประเภท
2. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทอาหารทั้ง 5 ประเภท
3. เพื่อศึกษาตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู อัตลักษณ์ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท
4. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแต่ละเมนูที่ส่งผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท
5. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาทดลองชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย - ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย - จีน ไทย - ญี่ปุ่น และไทย - ตะวันตกใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน โดยให้ชิมอาหารประเภทละ 50 คน รวมเป็น 250 คน ต่อเขตพื้นที่ รวม 3 เขตพื้นที่ เท่ากับ 750 คน

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้ประกอบการ/เชฟ ใน

ภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภทๆ ละ 2 คน ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน
จะได้พื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลในด้านการเลือก
เมนูอาหารท้องถิ่นในการท่องเที่ยวทุกครั้ง เป็นอันดับ 1

เมนูที่มีทัศนคติและอุปสงค์โดยรวมเป็นอันดับ 1 สำหรับ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล คือ
แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ สำหรับประเภทอาหารไทย-เวียดนาม คือ หมี่กะทิหมูย่าง สำหรับประเภท
อาหารไทย-จีนคือ ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร สำหรับประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น คือ ยากิโทริกระเทียม
พริกไทย สำหรับประเภทอาหารไทย-ตะวันตกคือ หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว

เมนูที่มีอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยรวมเป็นอันดับ 1 สำหรับ ประเภท
อาหารไทย-ฮาลาล คือ แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ สำหรับประเภทอาหารไทย-เวียดนาม คือ หมี่กะทิ
หมูย่าง สำหรับประเภทอาหารไทย-จีนคือ ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร สำหรับประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น
คือ ยากิโทริกระเทียมพริกไทย สำหรับประเภทอาหารไทย-ตะวันตกคือ แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่
กับข้าวหอมมะลิ

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาลเป็นอันดับ 1

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา แตกต่างกัน
มีอุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ไม่
แตกต่างกัน ยกเว้นอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีนแตกต่างกัน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำใน
อนาคต และด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีนแตกต่างกันในด้านถ้าจะเลือก
เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ไม่
แตกต่างกัน ยกเว้นอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนามแตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคต สำหรับเมนูอาหารไทย-จีนและไทยญี่ปุ่น มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ จะเลือกเมนูนี้และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต สำหรับเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม และไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ และทัศนคติต่อเมนูอาหารในภาพรวมมีผลต่ออุปสงค์เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ในทุกด้าน คือด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ข้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต แต่ผลของตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู อัตลักษณ์ และทัศนคติต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่จะมีความแตกต่างกันบางส่วนในแต่ละประเภทอาหาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การทดสอบตลาดเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่จะใช้วิธีให้ลูกค้าทดลองชิมดูว่ารสชาติเป็นอย่างไร โดยทำออกมาเป็นเมนูแถม สำหรับในส่วนของโรงแรมก่อนที่จะมีเมนูใหม่ออกมาโดยเชฟจะนำเสนอเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ให้เจ้าของกิจการชิมก่อนแล้วหลังจากนั้นก็จะเป็นหัวหน้าแผนกชิม และให้พนักงานเสิร์ฟชิม หลังจากนั้นก็จะเชิญลูกค้าในโรงแรมชิมแล้วให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม แต่สำหรับธุรกิจขนาดเล็กจะไม่ขึ้นตอนดังกล่าวไม่มีการออกแบบสอบถาม

การสร้างตราเกี่ยวกับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ก็เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน หรือเป็นการเพิ่มยอดขายเนื่องจากลูกค้าจะมีการจดจำชื่อร้าน/ตราที่พวกเขาพอใจ ประทับใจ และก็จะมีการบอกต่อเพื่อนๆหรือญาติถึงร้านตราที่เขาแนะนำ นอกจากนี้การตั้งชื่อร้าน/ตราจะเป็นการกระตุ้นความต้องการความแปลกใหม่ของลูกค้าได้ แต่หากเป็นร้านค้าข้าวแกงทั่วไป ลูกค้าไม่ค่อยยอมรับเมนูใหม่ๆ ชอบเมนูดั้งเดิม

การตั้งชื่อเมนูใหม่ให้ลูกค้าเกิดความสนใจ แต่ถ้าหากตั้งชื่อแปลกใหม่มากเกินไป ลูกค้าจะไม่ค่อยสนใจ จึงควรตั้งชื่อแบบธรรมดา แต่จะมีการอธิบายรายละเอียดส่วนประกอบในอาหารในชื่อเมนูอาหาร

คุณสมบัติเฉพาะของพ่อครัวที่จะทำให้อาหารอร่อยจะต้องมีทักษะในการปรุงอาหารคือ ตา หู จมูก ลิ้น ต้องแยกออกว่าอะไรมีความอร่อย ต้องรู้ว่าควรเพิ่มเครื่องปรุงอะไรเข้าไป หรือควรลดอะไรถึงจะอร่อย คนที่ปรุงอาหารเก่งจะมีความรู้สึกเป็นของตัวเอง ไวต่อรสชาติ ปัจจุบันร้านอาหารส่วนใหญ่จะนิยมใช้คนอร์ปรุงรส ซึ่งไม่มีผลดี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ในการบริหาร

1. ใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target market) โดยคาดว่าจะมีลูกค้า ดังนี้ (1) อาหารไทย-ฮาลาล ได้แก่ ลูกค้าคนไทยอิสลามในพื้นที่ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในบริเวณ

ใกล้เคียงของแต่ละร้าน (2) อาหารไทย-เวียดนาม ได้แก่ ลูกค้าคนไทยในพื้นที่ นักท่องเที่ยวเวียดนามที่มากับกรุ๊ปทัวร์ กลุ่มที่ซื้ออาหารไทย-เวียดนามบรรจุกล่องเพื่อเป็นของฝาก หรือซื้อไปบริโภคเอง เช่น แหนมเนืองยี่ห้อยี่ห้อดัง รวมทั้งลูกค้าที่เป็นร้านอาหารไทย-เวียดนามบางร้านก็จะซื้ออาหารไทย-เวียดนามยี่ห้อยี่ห้อดังเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารไทย-เวียดนามในร้านของตนด้วย (3) อาหารไทย-จีน ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยเชื้อสายจีน กลุ่มชาวจีนที่มาพำนักอยู่ในโรงแรมแล้วบริโภคอาหารไทย-จีนในห้องอาหารของโรงแรม และร้านอาหารจีนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงโรงแรมนั้นๆ (4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยซึ่งนิยมบริโภคอาหารไทย-ญี่ปุ่นในศูนย์การค้า กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่มาพำนักอยู่ในโรงแรม/ เกสต์เฮาส์ / อพาร์ทเมนต์ ซึ่งพำนักระยะยาวแล้วบริโภคอาหารญี่ปุ่นในห้องอาหารญี่ปุ่นของโรงแรม ในศูนย์การค้าและในร้านอาหารญี่ปุ่นในบริเวณใกล้เคียง (5) อาหารไทย-ตะวันตก ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยซึ่งนิยมบริโภคอาหารไทย-ตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกันที่พำนักในโรงแรมที่มากับกรุ๊ปทัวร์ หรือเป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่มาพำนักเองและพำนักระยะยาวในกรุงเทพฯ พัทยา และหัวหิน นอกจากจะรับประทานอาหารในห้องอาหารเช้าของโรงแรมแล้วยังรับประทานอาหารไทย-ตะวันตกในมื้อกลางวันและมื้อเย็นบริโภคในห้องอาหารของโรงแรม และภัตตาคารที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงด้วย

2. ใช้หลักการตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) โดยแบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์ เชื้อชาติ อายุ สถานภาพ แล้วปรับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้กลยุทธ์เฉพาะเจาะจงตามคำสั่งของลูกค้า เฉพาะราย/เฉพาะกลุ่ม (Customized marketing) แล้วใช้กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดให้ลูกค้ารับรู้และกระตุ้นเกิดความต้องการในเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ได้

3. ตัดสินใจเลือกพัฒนาเมนูโดยอาศัยค่าอุปสงค์จากเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทตามลำดับดังนี้ (1) ไทย-ฮาลาล (2) ไทย-ญี่ปุ่น (3) ไทย-เวียดนาม (4) ไทย-จีน (5) ไทย-ตะวันตก นอกจากนี้ยังช่วยตัดสินใจเลือกพัฒนาเมนูที่มีอุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทย 5 ประเภท ประเภทละ 5 เมนู รวมทั้งสิ้น 25 เมนู โดยจะพัฒนา 3 อันดับแรกก่อนแล้วจึงตัดสินใจพัฒนาอีก 2 อันดับต่อไปดังนี้

3.1 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ฮาลาล สามอันดับแรก ได้แก่ (1) แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ (2) แกงมันไก่ตะลิงปลิง (3) โรตีสีขาวหวานเนื้อมะพร้าวอ่อน สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ (5) ข้าวกล้องหมกไก่

3.2 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-เวียดนาม สามอันดับแรก ได้แก่ (1) หมี่กะทิหมูย่าง (2) เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู (3) เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม (5) ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ

3.3 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-จีน สามอันดับแรก ได้แก่ (1) ปีกไก่ผัดและน้ำแดง (2) ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร (3) ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊วมา สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง (5) ซีโครงหมูนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง

3.4 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น สามอันดับแรก ได้แก่ (1) ยากิโทริกระเทียมพริกไทย (2) ไก่ห่อใบเตย (3) ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุพริกไทยดำ (5) ราเม็งสุโขทัย

3.5 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ตะวันตก สามอันดับแรก ได้แก่ (1) หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว (2) สเปกเก็ตตี้กระเพรา (3) สลัดน้ำส้มตำ สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) แซลมอนสมุนไพร (5) ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด

4. ควรมีการสำรวจทัศนคติและสังเกตพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จำแนกตามลักษณะเชื้อชาติ อายุ สถานภาพ โดยเน้นกลยุทธ์การตลาดโดยเฉพาะการสื่อสารการตลาดโดยมุ่งที่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเมนูที่มีความหลากหลาย โดยใช้ข่าวสารความมีชื่อเสียง และมีระดับของอาหารไทย สร้างให้เกิดการยอมรับ ซึ่งส่งผลต่อการแนะนำบอกต่อ อีกทั้งจะต้องมีการปรับปรุงเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยมุ่งที่รสชาติดี มีคุณภาพ และมีความเข้มข้นของอาหาร อีกทั้งต้องใส่ใจด้านความสะอาด และความคุ้มค่าเงินของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ด้วย

5. ควรกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู อัตลักษณ์สำหรับแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้

5.1 เมนูไทย-ฮาลาล ต้องเน้นความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ โดยใช้สมุนไพรไทย ผักผลไม้ไทยเพื่อลดความเลี่ยน ความมัน การตกแต่งและรูปลักษณ์ อีกทั้งยังต้องเน้นสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนูด้วย

5.2 เมนูไทย-เวียดนาม ต้องเน้นคุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น

5.3 เมนูไทย-จีน ต้องเน้น รสชาติและวัตถุดิบที่หลากหลายให้เลือกความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ

5.4 เมนูไทย-ญี่ปุ่น ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ ความชอบต่อเมนู รสชาติของเมนู ความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

5.5 เมนูไทย-ตะวันตก ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงอาหาร

6. เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อแต่ละเมนูให้เกิดความชอบโดยเน้นรสชาติที่ดีของแต่ละเมนู การสร้างสรรค์เมนูให้หลากหลาย เน้นความสะอาดของร้านและความคุ้มค่าเงินของแต่ละเมนู

7. การหาความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยการทดสอบตลาดคู่ขนานกับการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสร้างสรรค์เมนู และกลยุทธ์การตลาดเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการจะต้องคิดริเริ่มว่าจะต้องมีการสร้างสรรค์เมนูใหม่โดยกระตุ้นให้พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟ และพนักงานฝ่ายต่างๆ ร่วมกันคิดและแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เชฟจะเป็นผู้นำเสนอให้เจ้าของกิจการ หัวหน้าแผนก และพนักงานเสริฟชิมก่อน แล้วจึงให้ลูกค้าชิม (2) ขั้นตอนการนำเสนอเมนูใหม่นั้นอาจมีการทดสอบการยอมรับของลูกค้า (3) การทดสอบตลาดอาจจะทำร่วมกับการส่งเสริมการขาย โดยการแถมเมนูใหม่ให้ลูกค้าชิมฟรี หรือขายในราคาพิเศษในช่วงแนะนำ (4) ธุรกิจขนาดเล็กจะมีการทดสอบการยอมรับของลูกค้าอย่างไม่เป็นทางการโดยสอบถามคำติชมและข้อเสนอแนะจากลูกค้าโดยตรงทันที แล้วจะรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปแก้ไขปรับปรุงเมนูใหม่จนกว่าลูกค้าจะยอมรับต่อไป

8. เพื่อให้เกิดพฤติกรรมภายหลังการซื้อที่ดีต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ผู้ประกอบการควรทำดังนี้ (1) โรงแรมขนาดใหญ่ จะต้องมีการปรับปรุงเมนูใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยปรับเปลี่ยนเมนูในแต่ละวันหรือแต่ละสัปดาห์ก็ได้ (2) เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ จะต้องเน้นรสชาติดีมีคุณภาพ แต่ต้องปรับรสชาติให้เผ็ดน้อยลง เค็มน้อยลง หวานน้อยลง เปรี้ยวน้อยลง หรือความมันลดลงโดยปรับตามคำสั่งซื้อเฉพาะเจาะจงของลูกค้า (3) เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ต้องเน้นความคุ้มค่าเงินด้วย

9. จะต้องมุ่งเน้นลักษณะเด่นของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ดังนี้ (1) ตั้งชื่อเมนูให้น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับลักษณะสำคัญในเมนูนั้น เช่น ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อส้มตำ โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว (2) ตกแต่งรูปลักษณ์เมนูให้โดดเด่นเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะทดลองบริโภคได้ (3) คุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (4) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนูอาหารไทยร่วมกับอาหารของแต่ละชาติ

10. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ดังนี้ (1) ดึงวัตถุดิบ (เครื่องปรุง น้ำจิ้ม น้ำซอส เครื่องเทศ สมุนไพร ผัก และผลไม้ไทย) ที่ใช้ในการปรุงอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากประเทศอื่น (2) เน้นความถูกต้องตามหลักศาสนา เช่น อาหารฮาลาล ต้องปรุงและใช้วัสดุตามหลักของอาหารฮาลาลอย่างครบถ้วน

หัวข้อวิจัย	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก
ผู้ดำเนินการวิจัย	ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุตตา ดร. วรินทร์า ศิริสุทธิกุล
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี พ.ศ.	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก (2) เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (3) เพื่อศึกษาดำเนินการผลิต/เมนู อัตลักษณ์ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (4) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแต่ละเมนูที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ และ (5) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจของอาหารไทยประยุกต์ โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาทดลองชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ จากผู้ประกอบการ/เชฟ ในภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและอุปสงค์ที่ดีต่ออาหารไทย-ฮาลาล มากที่สุด โดยเมนูที่มีทัศนคติและอุปสงค์โดยรวมมากที่สุดสำหรับ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล คือ แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ สำหรับประเภทอาหารไทย-เวียดนาม คือ หมี่กะทิหมูย่าง สำหรับประเภทอาหารไทย-จีน คือ ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร สำหรับประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น คือ ยากิโทริกระเทียมพริกไทย สำหรับประเภทอาหารไทย-ตะวันตก คือ หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว

เมนูที่มีอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมสูงสุดสำหรับประเภทอาหารไทย-ฮาลาล คือ แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ สำหรับประเภทอาหารไทย-เวียดนาม คือ หมี่กะทิหมูย่าง สำหรับประเภทอาหารไทย-จีน คือ ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร สำหรับประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น คือ ยากิโทริกระเทียมพริกไทย สำหรับประเภทอาหารไทย-ตะวันตก คือ แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลิ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีนแตกต่างกัน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต และด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีนแตกต่างกันในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต และนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันมีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนามแตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต สำหรับเมนูอาหารไทย-จีน และไทย-ญี่ปุ่น และมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตสำหรับเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม และไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ และทัศนคติต่อเมนูอาหารในภาพรวมมีผลต่ออุปสงค์เมนูอาหารไทยประยุกต์ในทุกด้าน แต่จะมีความแตกต่างกันบางส่วนในแต่ละประเภทอาหาร

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าการทดสอบการยอมรับของลูกค้าในเมนูใหม่จะใช้วิธีให้ลูกค้าได้ลองชิมโดยทำออกมาเป็นเมนูแถม สำหรับธุรกิจขนาดเล็กไม่มีการออกแบบสอบถาม แต่หากเป็นร้านค้าข้าวแกงทั่วไป ลูกค้าไม่ค่อยยอมรับเมนูใหม่ๆ ชอบเมนูดั้งเดิม

การตั้งชื่อเมนูใหม่หากตั้งชื่อแปลกใหม่มาก ลูกค้าจะไม่ค่อยสนใจ จะใช้วิธีตั้งชื่อแบบธรรมดาแต่จะอธิบายรายละเอียดส่วนประกอบในอาหารลงไปเมนู

Research Title	Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists towards Modern Thai Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods
Researcher	Dr. Paiboon Archarungroj Assoc.Prof.Supada Sirikudta Dr. Varintra Sirisuthikul
Organization	Department of Business Administration Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University
Year	2015

Abstract

The purpose of this research is (1) to study the effects of personal characteristics of foreign tourists on the demands of modern Thai fusion foods, including Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai-Western; (2) to study the effects of personal attitudes and behaviors on the demands of modern Thai fusion foods; (3) to study the effects of production positions and identity on the demands of modern Thai fusion foods; (4) to study the effects of attitudes towards each of the Thai-fusion menus identity on the demands of modern Thai fusion foods; and (5) to analyze the information gathered to study the market feasibility of the Thai-fusion foods businesses. The research was done using combination of both qualitative and quantitative methods. Quantitative analysis was done using questionnaire as the tool for collecting research data from foreign tourists by food sampling of modern Thai-fusion foods in 3 areas, namely Bangkok, Pattaya and Hua Hin, Qualitative analysis was done using in-depth interviews and/or focus-group methods with restaurant owners and chefs.

From the research it was found that, in general foreign tourist has the best attitudes and demands on Thai-Halal foods. Menu that has highest demands for Thai-Halal food is Curry Chicken with deep-fried noodle; for Thai-vietnamese food is Coconut-milk noodle with grilled pork; for Thai-Chinese food is Steamed Grouper Fish

in herbal Soy Sauce; for Thai-Japanese food is Yakitori in Thai-style galic and peper; for Thai-Western food is Grilled Pork with Thai-Style Spicy Sauce

Menus that has best identity image and product position for Thai-Halal food is Curry Chicken with deep-fried noodle; for Thai-Vietnamese food is Coconut-milk noodle with grilled pork; for Thai-Chinese food is Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce; for Thai-Japanese food is Yakitori in Thai-style galic and peper; and for Thai-Western food is Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice

From the hypothesis testing, it was found that tourists with different personal characteristics have no difference in demand for modern Thai-fusion foods, except tourists with different age have different demands for Thai-Chinese food in terms of tendency for future repeated consumption and current tendency to choose the menu; tourists with different travel pattern have different demands for Thai-Chinese food in terms of current tendency and future tendency to choose the menu; and tourists with different nationality have different demands for Thai-Vietnamese food in all terms at 0.05 statistical significant levels.

Attitudes and personal behaviors were correlated with demands in terms of future repeated consumption for Thai-Chinese and Thai-Japanese menus; and were correlated with demands in terms of future tendency to choose the menu for Thai-Halal, Thai-Vietnamese and Thai-Chinese menus.

Products positions and identity toward modern Thai-fusion foods and attitudes toward food menus in general were correlated with demands for modern Thai-fusion foods in all aspects, but the aspect details were different for each and every menus.

From the qualitative analysis, it was found that free food samples were usually offered to customers to test for new menu acceptance, but for small business there will be no questionnaires. For small food stalls, customers in fact usually dislike new menus and often stick to the old menus.

In naming the new menus, if the names are too difficult to understand, customers usually would show no interest in the menus. Instead, it is customary to give the new menu an easy name, and put the explanations of the ingredient details into the menus.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	(3)
บทคัดย่อภาษาไทย	(11)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(13)
สารบัญ	(15)
สารบัญตาราง	(17)
สารบัญภาพ	(28)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ	12
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ	20
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
3.1 ขั้นตอนการวิจัย	26
3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	35
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	35
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	214
 บทที่ 5 บทสรุป.....	 232
5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	232
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	259
5.3 อภิปรายผล.....	281
5.4 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	294
5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และการประยุกต์ใช้ในการบริหาร.....	295
5.6 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	298
 บรรณานุกรม.....	 299
 ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม	
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	
ประวัติที่ปรึกษา	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในแต่ละเขตพื้นที่.....	28
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ/เชฟ ในภัตตาคาร/ร้านอาหาร	29
3.3 ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล.....	30
3.4 ระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่.....	30
3.5 ระดับคะแนนและการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ยอัตลักษณ์/ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู.....	31
3.6 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	32
4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ใน 3 เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน.....	36
4.2 ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	43
4.3 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู.....	47
4.4 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู.....	51
4.5 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู.....	55
4.6 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู	59
4.7 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู.....	63
4.8 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู.....	67
4.9 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู.....	69
4.10 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู.....	72
4.11 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู.....	74
4.12 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู.....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ทักษะการคิด การตัดสินใจ ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท.....	80
4.14 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามเพศ.....	83
4.15 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามอายุ.....	85
4.16 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามสถานภาพ.....	88
4.17 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามระดับการศึกษา และเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	90
4.18 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพ.....	91
4.19 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	93
4.20 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามศาสนา.....	95
4.21 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามลักษณะการเดินทาง.....	97
4.22 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อด้านอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามเชื้อชาติ.....	100
4.23 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตที่มีค่าสูงสุด.....	102
4.24 วิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุด.....	104
4.25 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด.....	106
4.26 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ที่มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	109
4.27 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ที่มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	115
4.29 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	118
4.30 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	121
4.31 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	124
4.32 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน.....	127
4.33 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน.....	130
4.34 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน.....	133
4.35 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	136
4.36 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.37 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	142
4.38 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	145
4.39 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	148
4.40 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	151
4.41 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้ม การบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-ฮาลาล.....	155
4.42 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	158
4.43 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้าน โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	161
4.44 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภค เมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-เวียดนาม.....	164
4.45 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	167

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.46 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-เวียดนาม.....	170
4.47 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภค เมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน.....	173
4.48 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนู อาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-จีน.....	176
4.49 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-จีน.....	179
4.50 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการ บริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	182
4.51 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	185
4.52 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาส ที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	188
4.53 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้ม การบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	191
4.54 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภท อาหารไทย-ตะวันตก.....	194
4.55 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาส ที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	197

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

4.56	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ฮาลาล.....	199
4.57	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-เวียดนาม.....	200
4.58	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-จีน.....	200
4.59	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ญี่ปุ่น.....	201
4.60	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ตะวันตก.....	201
4.61	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ฮาลาล.....	202
4.62	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-เวียดนาม.....	202
4.63	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-จีน.....	203
4.64	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ญี่ปุ่น.....	203
4.65	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ตะวันตก.....	204
4.66	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่อ อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหาร ไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	205
4.67	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	205
4.68	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	206
4.69	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	207
4.70	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	208
4.71	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	208

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.81 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เชฟ ผู้บริหาร ภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	223
4.82 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	224
4.83 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	224
4.84 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	225
4.85 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	225
4.86 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	226
4.87 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาส ที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	226
4.88 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน.....	227
4.89 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน.....	227
4.90 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน.....	228

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.91 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้ม การบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	228
4.92 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	229
4.93 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่ จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	229
4.94 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้ม การบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	230
4.95 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	231
4.96 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	231
5.1 ระดับอุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่.....	259
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1.....	260
5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2.....	260
5.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3.....	261
5.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4.....	261
5.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5.....	262
5.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6.....	262
5.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.7.....	263
5.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.8.....	263
5.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.9.....	264
5.11 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1.....	264

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2.....	265
5.13 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3.....	265
5.14 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.1.....	266
5.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.2.....	266
5.16 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.3.....	267
5.17 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.1.....	267
5.18 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.2.....	268
5.19 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.3.....	268
5.20 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.1.....	269
5.21 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.2.....	269
5.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.3.....	270
5.23 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.1.....	270
5.24 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.2.....	271
5.25 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.3.....	271
5.26 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.1.....	272
5.27 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.2.....	272
5.28 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.3.....	273
5.29 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.1.....	273
5.30 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.2.....	274
5.31 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.3.....	274
5.32 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.1.....	275
5.33 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.2.....	275
5.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.3.....	276
5.35 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.1.....	276
5.36 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.2.....	277
5.37 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.3.....	277
5.38 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.1.....	278
5.39 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.2.....	278
5.40 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.3.....	279

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.41 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.1.....	279
5.42 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.2.....	280
5.43 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.3.....	280

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดโครงการย่อยที่ 3 (เชิงปริมาณ) การศึกษาความเป็นไปได้ ทางการตลาดอุปสงค์ ทศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุคต์ใหม่ 5 ประเภท กรณีศึกษา อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย.....	4
1.2 แสดงกรอบแนวคิดโครงการย่อยที่ 3 (เชิงคุณภาพ) การศึกษาความเป็นไปได้ทาง การตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อ อาหารไทยประยุคต์ใหม่: กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก.....	5
2.1 แสดงการจัดประเภทอาหารโดยจำแนกตามความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์.....	18
2.2 แสดงวงจรการสะท้อนกลับ (ความเชื่อของเราจะส่งผลต่อข้อมูลที่เราจะ เลือกในครั้งต่อไป).....	22
2.3 แสดงบทบาทในการท่องเที่ยวด้านการประกอบการธุรกิจอาหาร.....	23
5.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ฮาลาล.....	232
5.2 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-เวียดนาม.....	234
5.3 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-จีน.....	236
5.4 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ญี่ปุ่น.....	238
5.5 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ตะวันตก.....	240
5.6 แรงจูงใจหลัก ความชอบในการบริโภคเมนูใหม่.....	242
5.8 แรงจูงใจหลัก ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่.....	243
5.9 แรงจูงใจหลัก ด้านความห่วงใยในสุขภาพ.....	244
5.10 คุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน.....	245
5.11 การเรียนรู้ ประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยในอดีต.....	246
5.12 แรงจูงใจตั้ง ด้านผลประโยชน์จากคุณสมบัติของอาหาร.....	247
5.13 แรงจูงใจตั้ง ด้านความคุ้มค่าที่รับรู้.....	247
5.14 แรงจูงใจตั้ง ด้านการรู้จักตรา.....	248
5.15 คุณค่าตรา ด้านภาพลักษณ์ตรา.....	249
5.16 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่ออาหารไทยประยุคต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	250
5.17 ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุคต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล.....	251

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
5.18 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู.....	251
5.19 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม.....	252
5.20 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู.....	253
5.21 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน.....	253
5.22 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู.....	254
5.23 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น.....	255
5.24 แสดง อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู.....	255
5.25 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก.....	256
5.26 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภท อาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู.....	257
5.27 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท.....	258

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นอกเหนือจากความต้องการในการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆแล้ว อาหารถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งในการบริโภคอาหารนั้น นักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการทดลองอาหารที่แปลกใหม่ของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีความไม่คุ้นเคยกับอาหารของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น รสชาติที่ไม่คุ้นเคย ความเผ็ดที่แตกต่างจากอาหารของประเทศตนเอง ทำให้ไม่สามารถทานอาหารท้องถิ่นบางประเภทได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังเป็นอย่างมากว่าอาหารนั้นจะอร่อย ถูกปาก ถูกหลักอนามัย สะอาด มีเมนูที่น่าสนใจ มีบริการต้อนรับที่พิเศษ

ดังนั้น อาหารไทยประยุกต์ใหม่ที่ถูกปากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในขณะเดียวกันยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของอาหารไทยจึงเป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยประยุกต์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะต้องสามารถนำเสนอเมนูที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลากหลายชาติ ที่มีความต้องการ และรสชาติที่แตกต่างกัน โดยจากแผนงานวิจัย ในโครงการย่อยที่ 2 การพัฒนาสร้างสรรค์เมนูและคู่มือการปรุงอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทนั้น ได้มีการพัฒนาอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู

ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 25 เมนูนี้ว่า มีเมนูใดบ้างที่มีความต้องการเพียงพอที่มีมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างยอดขาย และสามารถทำรายได้ หรือมีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม ตลอดจนสามารถบริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้

นอกจากนั้น คณะผู้วิจัยยังสนใจที่จะวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ด้วยการศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ รวมถึงความเห็นต่อตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และอัตลักษณ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ในมุมมองของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ชนิดที่มีการพัฒนาขึ้นมา อีกทั้งต้องการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านสังคมและประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติความคิดเห็นส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านต่างๆ เช่น ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ความกลัวต่ออาหารแปลกใหม่ การแสวงหาความหลากหลาย

เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าและรสชาติ ความมีชื่อเสียงของอาหารและความเข้มข้นของอาหาร ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การที่ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) กล่าวคือ สามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และกลยุทธ์การตลาดสำหรับอาหารไทยประยุกต์ทั้ง 5 ประเภทที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดี จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Willing to pay high price) ซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ขายได้ในราคาที่สูงขึ้นในแต่ละเมนู ขายได้ในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่มากขึ้นและกำไรที่มากขึ้นด้วย และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม โดยสามารถจัดสิ่งกระตุ้นที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลด้านวัฒนธรรมและศาสนา สิ่งแวดล้อมในแหล่งการประกอบการ จะทำให้พฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารของกลุ่มเป้าหมายขึ้น เช่น มีการซื้อซ้ำ หรือมีการแนะนำบอกต่อ

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู ด้วยการทำตัวอย่างอาหารไทยประยุกต์ใหม่ทั้ง 25 เมนูขึ้นมาให้นักท่องเที่ยวชิม และให้ความเห็นที่มีต่ออาหารเหล่านั้น โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลหลังจากนักท่องเที่ยวได้ทำการชิมอาหารเรียบร้อยแล้ว นอกจากนั้น ยังใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเมนู รวมถึงพฤติกรรมในการเลือกทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด และการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะด้านสังคมและประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทอาหารทั้ง 5 ประเภท

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทอาหารทั้ง 5 ประเภท

1.2.3 เพื่อศึกษาดำเนินผลิตภัณฑ์/เมนู อัตลักษณ์ที่ส่งผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

1.2.4 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแต่ละเมนูที่ส่งผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

1.2.5 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ

คำถามการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ประกอบด้วย (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตกเป็นอย่างไร

2. อิทธิพลด้านวัฒนธรรมและศาสนา ลักษณะบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับการบริโภคอาหาร ผลกระทบจากการเปิดรับและประสบการณ์ในอดีต ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างไร

3. อาหารในแหล่งประกอบการ (คุณสมบัติที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัส องค์ประกอบของอาหาร เช่น เครื่องปรุง รูปแบบการเตรียมและประกอบอาหาร ประเภทของอาหารและการครัว ความพร้อมของอาหารที่ให้บริการ) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างไร

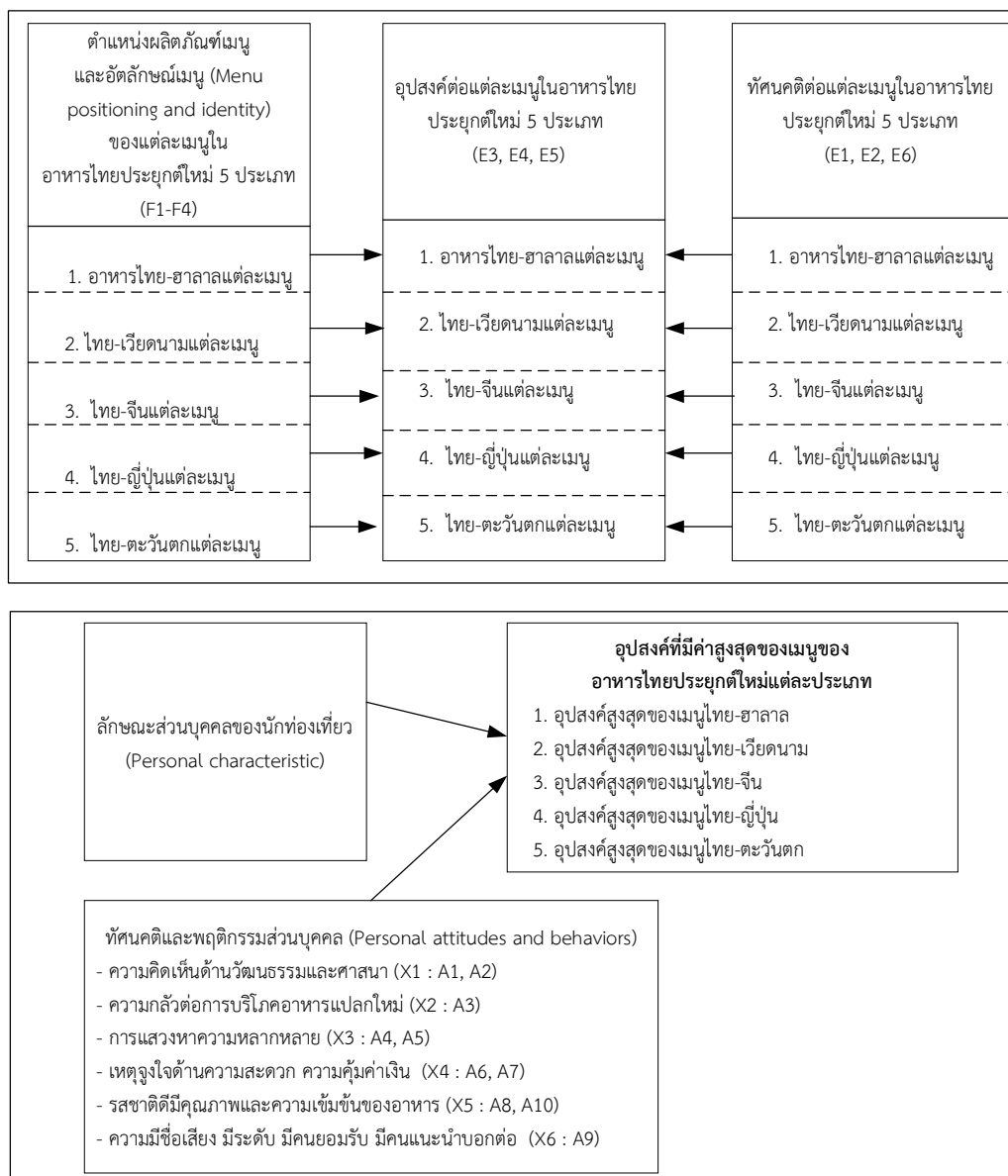
4. สิ่งแวดล้อมในแหล่งประกอบการ (ภาพลักษณ์/อัตลักษณ์แหล่งประกอบการ อาหาร การสื่อสารการตลาด อิทธิพลของบริบท การรับบริการ ภูมิทัศน์บริการ ช่วงฤดูกาล) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างไร

5. ความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทยประยุกต์เป็นอย่างไร

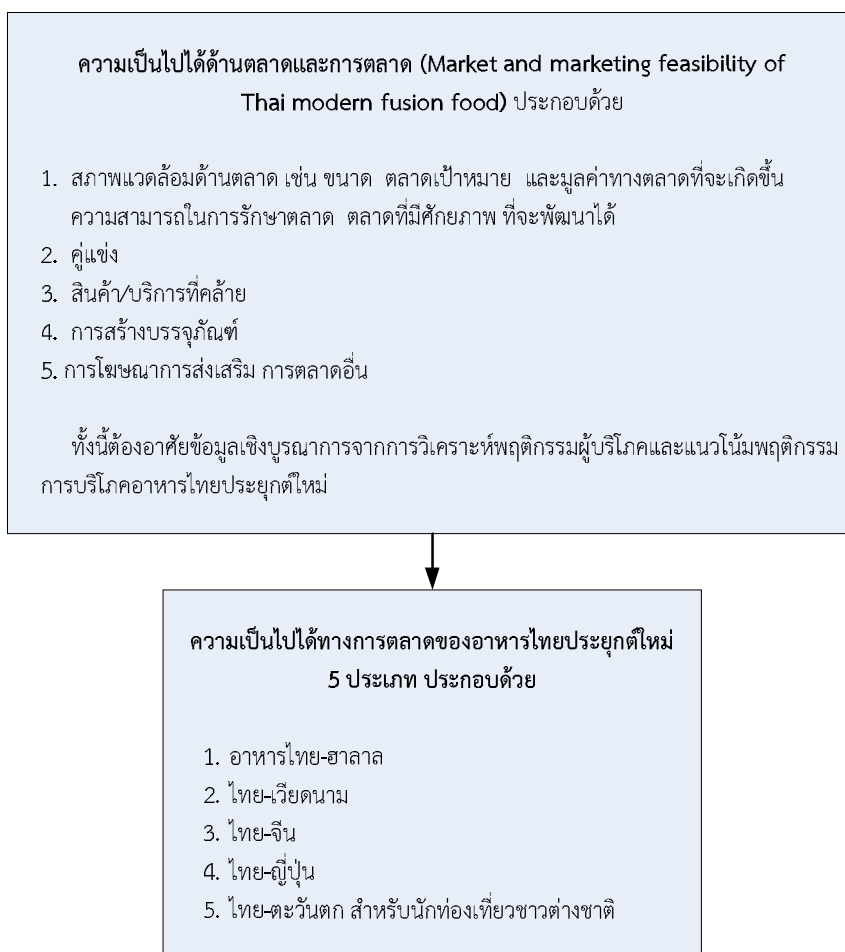
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย งานวิจัยนี้จะดำเนินการศึกษาตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณจากการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวภายหลังการชิมตัวอย่างอาหารไทยประยุกต์ใหม่ตามที่

ระบุในภาพที่ 1.1 และด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟของภัตตาคาร/ร้านอาหาร ตามภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดโครงการย่อยที่ 3 (เชิงปริมาณ) การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดอุปสงค์ ทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย



ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดโครงการย่อยที่ 3 (เชิงคุณภาพ) การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

1.4.2 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของ อาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

1.4.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

1.4.4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.5.1 **พื้นที่เป้าหมาย** การดำเนินโครงการวิจัยมีพื้นที่เป้าหมายคือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน เพื่อใช้เป็นแหล่งให้นักท่องเที่ยวชิมเมนูอาหาร

1.5.2 ขอบเขตการดำเนินงานและรายละเอียดการดำเนินงาน

(1) **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การดำเนินโครงการวิจัยมีขอบเขตในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก) รวมทั้งการวิเคราะห์อุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่

(2) **ขอบเขตการดำเนินงาน** เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

(2.1) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่ได้ชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่

(2.2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟของภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท

(3) **รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม** การดำเนินโครงการวิจัยมีกิจกรรมการดำเนินงานดังนี้

(3.1) สำรวจธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารทั้ง 5 ประเภทในพื้นที่วิจัย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

(3.2) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่ได้ชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แล้ว ในกรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

(3.3) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และหรือกลุ่มเฉพาะ (Focus group) เพื่อรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มธุรกิจต่างๆ ในธุรกิจของอาหารไทยเชิงประยุกต์และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

(3.4) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกและ/หรือการประชุมกลุ่มเฉพาะและบูรณาการข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจอาหารไทยประยุกต์ทั้ง 5 ประเภท

(4) ขอบเขตด้านระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2556 ถึง 31 กรกฎาคม 2557

1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Marketing feasibility study) หมายถึง การทดสอบตลาด โดยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชิมเมนูแต่ละเมนูอาหารเพื่อการทดสอบอุปสงค์/การยอมรับ/แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ (1) อาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู (2) ไทย-เวียดนาม 5 เมนู (3) ไทย-จีน 5 เมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู และ (5) ไทย-ตะวันตก 5 เมนู

1.6.2 การทดสอบตลาด (Market testing) หมายถึง การให้นักท่องเที่ยวทดลองชิมแต่ละเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู

1.6.3 เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (Thai modern fusion food) หมายถึง อาหารที่พัฒนาขึ้นมาจากการผสมผสานกันระหว่างอาหารไทยกับอาหารต่างประเทศ 5 ประเภท ประกอบด้วยอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ซึ่งจะต้องใช้ในการทดสอบการยอมรับ และพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทดลองชิม ดังนี้

(1) อาหารไทย-ฮาลาล หมายถึง อาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างอาหารไทยกับอาหารฮาลาล 5 เมนู ดังนี้ (1) ข้าวกล้องหมกไก่ (Halal yellow chicken with brown-rice) (2) แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง (Thai-style Massaman Curry Chicken) (3) สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ (Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad) (4) โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อทอด (Thai Green curry with Roti pan cake) (5) แกงกะหรี่ไก่กะหรี่กรอบ (Curry Chicken with deep-fried noodle)

(2) อาหารไทย-เวียดนาม หมายถึง อาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างอาหารไทยกับอาหารเวียดนาม 5 เมนู ดังนี้ (1) ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ (Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup) (2) เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม (Vietnamese style Thai fried rice noodle) (3) ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม (Vietnamese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup) (4) เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู (Salmon wrapped in Thai Chaplu herbal leaf) (5) หมี่กะทิหมูย่าง (Coconut-milk noodle with grilled pork)

(3) อาหารไทย-จีน หมายถึง อาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างอาหารไทยกับอาหารจีน 5 เมนู ดังนี้ (1) ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว (Fried crab in Thai-style spicy curry) (2) ซีอิ๊ว

หมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง (Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli) (3) ปลาเก๋นึ่ง ซีอิ้วสมุนไพร (Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce) (4) บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง (Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup) (5) ปีกไก่ขอสและน้ำแดง (Chicken wing in red sauce)

(4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น หมายถึง อาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างอาหารไทยกับอาหารญี่ปุ่น 5 เมนู ดังนี้ (1) ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด (Raw fish served with Thai-style seafood sauce) (2) ราเม็งสุโขทัย (Thai-Sukhothai Style Japanese Ramen) (3) ไก่ห่อใบเตย (Chicken in Thai Pandan leaf) (4) ยากิโทริกระเทียมพริกไทย (Yakitori in Thai-style galic and peper) (5) บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุพริกไทยดำ (Japanese Yakisoba noodle in Thai-style peppe)

(5) อาหารไทย-ตะวันตก หมายถึง อาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างอาหารไทยกับอาหารตะวันตก 5 เมนู ดังนี้ (1) หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว (Grilled Pork with Thai-Style Spicy Sauce) (2) สปาเก็ตตี้กระเพรา (Thai-Style Spaghetti with basil leaf) (3) แซลมอนสมุนไพร ทาซอส รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ (Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice) (4) สลัดน้ำส้มตำ (Thai-Style Som-Tum sauce Salad) (5) ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด (Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup)

1.6.4 อุปสงค์ (Demand) หมายถึง แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต การเลือกเมนู และโอกาสที่จะเลือกเมนูในอนาคตของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนี้

(1) อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก) ประเภทละ 5 เมนู รวม 25 เมนู

(2) อุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท (อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก)

1.6.5 ทศนคติ (Atitude) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ความคิดเห็นต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้

(1) ทศนคติต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก)

(2) ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal attitudes and behaviors) ประกอบด้วย ความคิดเห็น/ความรู้สึกในด้าน วัฒนธรรมและศาสนา ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ การแสวงหาความหลากหลาย เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน รสชาติดีมีคุณภาพ ความเข้มข้นของอาหาร ความมีชื่อเสียง ความมีระดับ การมีคนยอมรับ และการมีคนแนะนำบอกต่อ

1.6.6 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละเมนู (Menu positioning) และอัตลักษณ์ของแต่ละเมนู (Menu identity) หมายถึง ลักษณะความแตกต่างของแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ที่มีคุณค่าด้านจิตใจของลูกค้า ได้แก่ ความโดดเด่น ความมีเอกลักษณ์ การตกแต่ง รูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเมนูของอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก รวม 25 เมนู

1.6.7 ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristic) หมายถึง ลักษณะด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และสัญชาติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู

1.6.8 อุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของ อาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท หมายถึง เมนูที่มีค่าอุปสงค์สูงสุดของแต่ละประเภทอาหาร 5 ประเภท ประกอบด้วยเมนูไทย-ฮาลาล เมนูไทย-เวียดนาม เมนูไทย-จีน เมนูไทย-ญี่ปุ่น และเมนูไทย-ตะวันตก

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ผลลัพธ์จากงานวิจัยที่สามารถนำไปพัฒนาแผนการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่

1.7.2 จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ประกอบด้วย (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตก และทราบว่าเมนูใดบ้างที่มีตลาดเพียงพอที่มีมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างยอดขายและสามารถทำได้ มีขีดความสามารถในการปรุงอาหารและสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม ตลอดจนสามารถบริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้

1.7.3 สามารถทราบถึงแนวทางการปรับปรุงอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ในด้านการปรุงอาหารและองค์ประกอบของอาหารต่างๆ เช่น เครื่องปรุง รูปแบบการเตรียมและประกอบอาหาร ประเภทของอาหารและการครัว ความพร้อมของอาหารที่ให้บริการในตลาด ราคา คุณค่า และคุณภาพ เพื่อพัฒนาปรับปรุงให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

1.7.4 ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) กล่าวคือ สามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และกลยุทธ์การตลาดสำหรับอาหารไทยประยุกต์ 5 ประเภท ประกอบด้วย (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตกที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดีขึ้น โดยแต่ละ

กลุ่มมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Willing to pay high price) ซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้นในแต่ละเมนู ขายได้ในปริมาณที่มากขึ้น มีรายได้มากขึ้นและส่งผลต่อกำไรมากขึ้นด้วย

1.7.5 ใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดโดยสามารถจัดสิ่งกระตุ้นขึ้นต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Target market) ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลด้านวัฒนธรรมและศาสนา สิ่งแวดล้อมในแหล่งการประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารที่ดีขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

1. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีดังนี้

1.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ (Menu positioning and identity) ของแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (F1-F4) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

1.2 อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (E3, E4, E5) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

1.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (E1, E2, E6) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

1.4 อุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท (1) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ฮาลาล (2) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-เวียดนาม (3) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-จีน (4) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ญี่ปุ่น (5) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ตะวันตก

1.5 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal attitudes and behaviors)

- (1) ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมและศาสนา
- (2) ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่
- (3) การแสวงหาความหลากหลาย
- (4) เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน รสชาติดีมีคุณภาพ
- (5) ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ และความเข้มข้นของเมนูอาหาร (A9)

1.6 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (Personal characteristic) : ลักษณะด้านสังคม-ประชากรศาสตร์ (Socio-demographic factors)

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังนี้

2.1 ประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร/พ่อครัว ของแต่ละร้าน

2.2 ประเด็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหาร

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2.1.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ (Menu positioning and identity)

ของแต่ละเมนูใน อาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (F1-F4) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละเมนู (Menu positioning) หมายถึง ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การแตกต่างและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น คุณค่า (Value) ทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเมนูของอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก รวม 25 เมนู ซึ่งคุณค่า (Value) เป็นแนวคิดการตลาดที่สำคัญซึ่งนำไปสู่การตอบสนองความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อ (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2010, p. 6) ในงานวิจัยเรื่องนี้ใช้คำถาม Likert scale เป็นมาตราวัด 7 ระดับ จากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/เห็นด้วยอย่างยิ่ง ด้อยกว่ามาก/เหนือกว่ามาก ดังนี้ (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ กล่าวคือความต้องการของผู้บริโภคในด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Consumers' need for uniqueness) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อ (Consumers' purchasing intentions) (Latter, Phau & Marchegiani, 2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น เนื่องจากลักษณะทางกายภาพ (Tangible product) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Kotler & Keller, 2006, p. 344) (3) เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (4) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์

(1) ภาพลักษณ์/อัตลักษณ์ของการประกอบการอาหาร (Gastronomic image/identity) เช่น ภาพลักษณ์ของการประกอบการอาหารในแหล่งประกอบการ (Perceived gastronomic image of the destination) ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปรับประทานอาหารในร้าน

(1.1) คุณค่าตรา (Brand equity) เป็นคุณค่าที่เพิ่มขึ้นมาในผลิตภัณฑ์และบริการ (Kotler & Keller, 2009, p. 783)

(1.2) อัตลักษณ์ตรา (Brand identity) เป็นการสร้างลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะของตรา ประกอบด้วย อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และตำแหน่งตรา ซึ่งความโดดเด่นเฉพาะของตราจะวัดได้จากการรู้จักตรา (Brand awareness) ของผู้บริโภค (Keller, 2008, p. 60)

(2) การสื่อสารการตลาด (Marketing communication) เป็นการแจ้งข่าวสาร (Inform) จูงใจ (Persuade) และเตือนความทรงจำ (Remind) แก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ

ทั้งทางตรงและทางอ้อม (Kotler & Keller, 2009, p. 787) สื่อที่สำคัญมากในเรื่องอาหาร ก็คือ สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือนำเที่ยว (Guidebook) รายการโทรทัศน์ ฯลฯ ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงถือมีอิทธิพลอย่างมากในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปรับประทานอาหารในร้าน

(3) อิทธิพลของบริบท (Contextual influences) ส่วนใหญ่เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร และอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม เช่น เวลาที่ใกล้เคียงกับเวลารับประทานอาหารกลางวัน (11.00 น.-13.00 น.) หรืออาหารเย็น (17.00 น.-21.00 น.) สถานที่ที่มีลักษณะทางกายภาพและทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น ติดชายหาดทะเล เป็นต้น ส่วนบุคคลที่ติดต่อกับปฏิสัมพันธ์ด้วยเป็นพนักงาน เจ้าของกิจการที่ให้การต้อนรับด้วยดี เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เข้ามารับประทานอาหารในร้าน

(4) การรับบริการ (Service encounter) ในประเด็นนี้เกิดขึ้นขณะที่นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการ ซึ่งเป็นการรับรู้ต่อคุณภาพของแหล่งประกอบธุรกิจอาหารที่จะต้องมีการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ผลต่างก็คือความพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่งประกอบธุรกิจอาหารแห่งนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าไปบริโภคอาหารในร้าน

(5) ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริโภคและให้บริการ เช่น การจัดสถานที่ มีน้ำตกจำลอง มีธารน้ำไหล มีสวนสนุกสำหรับเด็กเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มการเข้าไปใช้บริการในสถานประกอบการธุรกิจแห่งนั้น

(6) ช่วงฤดูกาล (Seasonality) ประกอบด้วย ฤดูกาล อุณหภูมิของแหล่งประกอบการ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างฤดูร้อน ฤดูฝน หรือฤดูหนาวของประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อเป็นบรรยากาศของธุรกิจที่ไม่ดีแอร์จะมีผลกระทบต่อความพอใจหรือไม่พอใจต่อการบริโภคอาหาร แม้ว่าจะเป็นเมนูอาหารอย่างเดียวกันก็ตาม

จากประเด็นข้อ 1-6 เป็นตัวแปรต้น ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตามในที่นี้คือ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหาร ดังสมมติฐานที่ 4 สิ่งแวดล้อมในแหล่งการประกอบการ (ภาพลักษณ์/อัตลักษณ์แหล่งการประกอบการอาหาร การสื่อสารการตลาด อิทธิพลของบริบท การรับบริการ ภูมิทัศน์บริการ ช่วงฤดูกาล) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหาร แตกต่างกัน

2.1.2 อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (E3, E4, E5) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง แนวโน้ม พฤติกรรมการบริโภคเมนู การเลือกเมนู และโอกาสที่จะเลือกเมนูในอนาคตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อแต่ละเมนูของอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ในงานวิจัยเรื่องนี้ใช้คำถาม Likert scale เป็นมาตราวัด 7 ระดับ จากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่ำกว่ามาก/เหนือกว่ามาก ต่ำมาก/สูงมาก ดังนี้ (1) ความชอบของท่านต่อเมนูนี้ (2) ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่ท่านเคยรับประทาน (3) แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำในอนาคต (4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือกเมนูนี้ (5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต (6) ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้

2.1.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท (E1, E2, E6) (1) อาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนู (2) ไทย-เวียดนามแต่ละเมนู (3) ไทย-จีนแต่ละเมนู (4) ไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนู (5) ไทย-ตะวันตกแต่ละเมนู

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบ ความคิดเห็นต่อรสชาติของแต่ละเมนู เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่นและความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่ออาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู ไทย-เวียดนาม 5 เมนู ไทย-จีน 5 เมนู ไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู และไทย-ตะวันตก 5 เมนู

2.1.4 อุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท หมายถึง ค่าสูงสุดซึ่งเกิดจากแนวโน้มการบริโภค การเลือกเมนู และโอกาสที่จะเลือกเมนูในอนาคตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ฮาลาล อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-เวียดนาม อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-จีน อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ญี่ปุ่น และอุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ตะวันตก ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท (1) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ฮาลาล (2) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-เวียดนาม (3) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-จีน (4) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ญี่ปุ่น (5) อุปสงค์สูงสุดของเมนูไทย-ตะวันตก

2.1.5 ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal attitudes and behaviors) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นลักษณะด้านวัฒนธรรมและศาสนา (A1, A2) ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ (A3) การแสวงหาความหลากหลาย (A4, A5) เหตุจูงใจด้านความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจด้านเหตุผลโดยนึกถึงอรรถประโยชน์ หรือความพอใจสูงสุด หรือความสะดวก หรือความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปสูงสุด (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 110) นอกจากนี้ความคุ้มค่าเงิน (Monetary value) ซึ่งเป็นความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านการเงิน เป็นความคุ้มค่าที่เปรียบเทียบระหว่างคุณภาพที่ได้รับกับราคาที่ลูกค้าจ่ายเงินไป ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมหรือแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อ (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2013, p. 454) รสชาติดีมีคุณภาพ (A8, A10) ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ และความเข้มข้นของเมนูอาหาร (A9) ดังสมมติฐานที่ 2

ทัศนคติ และพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของ อาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

อาหารในแหล่งการประกอบการ (Food in the destination)

(1) คุณสมบัติที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัส (Sensory attributes) และการประเมินความรู้สึก (Sensory appraisal) เป็นศาสตร์ทางด้านวิทยาศาสตร์ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการวิเคราะห์ ติความกับลักษณะของอาหารที่รับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส (Institute of Food Technology, USA, 1981; University of Teesside. (2004) นักท่องเที่ยวที่เลือกรับประทานอาหาร เพราะการรับรู้ในคุณสมบัติอาหารได้แก่ รสชาติดี (Flavor) มีกลิ่น (Aroma) วัตถุดิบที่ใช้สด สะอาด อร่อยถูกใจ (Texture) และมีลักษณะชวนให้รับประทาน (Appearance) ได้แก่ สี กลิ่น รสชาติ สัมผัส เหล่านี้ส่งผลต่อการมีรสชาติดีและนำไปสู่พฤติกรรม/แนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคอาหารด้วย (Institute of Food Technology, USA, 1981; University of Teesside. (2004)

(2) องค์ประกอบของอาหาร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จูงใจรับประทานอาหาร ได้แก่ เครื่องปรุงที่มีรสชาติดี (Condiments) มีส่วนผสมที่มีคุณค่า (Ingredients) มีเครื่องเทศซึ่งมีคุณค่าของสมุนไพรไทย (Spice) เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร

(3) รูปแบบการเตรียมและประกอบอาหาร (Methods of preparation and cooking) ประกอบด้วย การย่าง นึ่ง อบ ทอด ตุ่น ต้ม ยำ ผัด น้ำพริก เหล่านี้ถ้ามีให้เลือกหลากหลายจะสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยวเนื่องวิธีการแต่ละอย่างย่อมส่งผลต่อรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร

(4) ประเภทของอาหารและการครัว (Food/cuisine type) เช่น อาหารประจำชาติ (National) อาหารประจำเขต (Regional) การครัวท้องถิ่น (Local cuisine) ประเพณี (Traditions) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก ดังนั้นอาหารทั้ง 5 ประเภทนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร

(5) ความพร้อมของอาหารที่ให้บริการในตลาด (Food availability) เป็นความสะดวกและสามารถจัดหาได้และเสิร์ฟทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร

2.1.6 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (Personal characteristic) : ลักษณะด้านสังคม-ประชากรศาสตร์ (Socio-demographic factors)

(1) **ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (Personal characteristic)** หมายถึง ลักษณะด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ประเภทละ 5 เมนู ดังนี้

(1.1) **เพศ (Gender)** ผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Shiffman & Kanuk, 2007, p. 50) เพศชายและเพศหญิงจะมีการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน

(1.2) **อายุ** ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีความชอบ รสนิยม ความต้องการและขีดความสามารถแตกต่างกันโดยความต้องการของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย (Kotler & Keller, 2009, p. 256) ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้สูงอายุจะชอบบริโภคอาหารประเภท ปลา ผัก เป็นต้น

(1.3) **สถานภาพ** เป็นสถานภาพทางการสมรส ซึ่งส่งผลต่อการดำรงชีวิตในลักษณะการมีครอบครัวหรือไม่มีครอบครัว ในงานวิจัยเรื่องนี้แยกเป็น 3 กลุ่มประกอบด้วย โสด สมรส/อยู่ด้วยกัน หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนี้ จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 75)

(1.4) **ระดับการศึกษา** เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและราคาสูงกว่าผู้มีการศึกษาน้อย (ปณิศา ลัญญานนท์, 2548, หน้า 114) ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาน้อย

(1.5) **อาชีพ** อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน และอาชีพยังเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดรายได้ซึ่งมีผลกระทบต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภค ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจจะมีรายได้สูงจึงสามารถบริโภคอาหารที่มีราคาสูงได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ อาทิเช่น สามารถบริโภคอาหารทะเลได้มากกว่า

(1.6) **รายได้ครัวเรือนต่อเดือน** ตามทฤษฎีอุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีรายได้มากขึ้นจะใช้จ่ายมากขึ้นเพราะมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น (Pindyck & Rubinfeld, 2005, pp. 110-113) ดังนั้น ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ต่างกัน อาทิเช่น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มจะบริโภคอาหารที่มีมูลค่าสูงมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

(1.7) ศาสนา เป็นหลักธรรม คำสอน แนวความเชื่อ และแนวการปฏิบัติต่างๆ ตามคติของแต่ละศาสนา เพื่อให้ผู้ปฏิบัติตามเกิดความเจริญในชีวิต และให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในแต่ละประเทศ ศาสนาที่สำคัญประกอบด้วย (1) ศาสนาพุทธ (2) ศาสนาคริสต์ (3) ศาสนาอิสลาม (4) ศาสนาฮินดู เป็นต้น

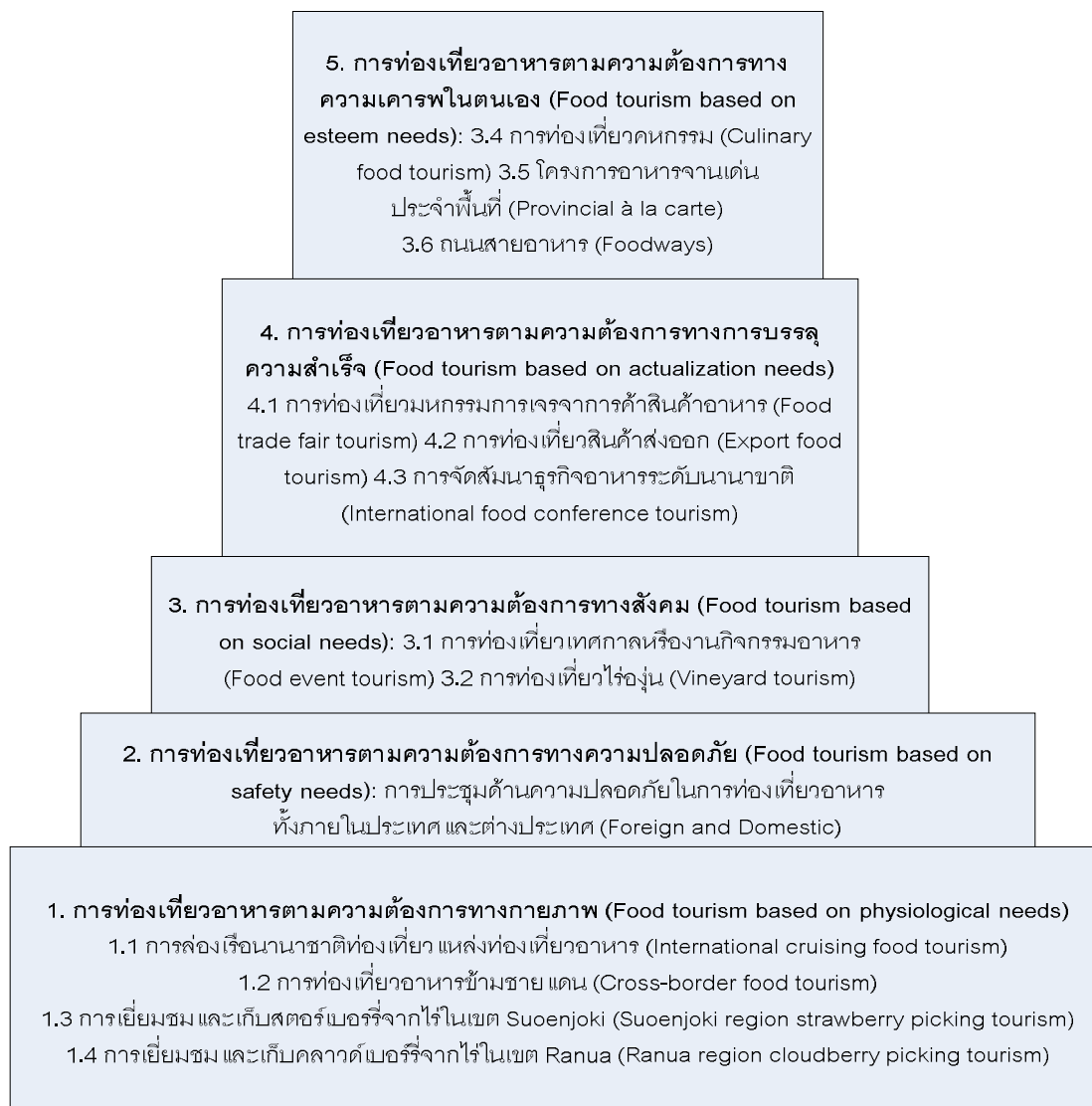
(1.8) ลักษณะการเดินทาง เป็นการเดินทางที่ผู้บริโภค/นักท่องเที่ยวเลือกใช้ เพราะการเดินทางสามารถเลือกรูปแบบในการเดินทาง กำหนดเวลาการเดินทางและสถานที่ที่จะเดินทางไปได้ตามความพอใจ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยความรวดเร็วสะดวกสบาย

(1.9) สัญชาติ เป็นประเทศที่บุคคลคนนั้นเกิด โดยไม่นับเชื้อชาติจากลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อของลูกค้า (Kotler & Keller, 2009, p. 254) ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้คือ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า จึงสามารถกำหนดได้ตั้งสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของ อาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

(2) ลักษณะบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับการบริโภคอาหาร (Food-related personality) ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ (Neo-phobia food) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความหลากหลาย (Variety-seeking tendency) ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรม/แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคด้วย (Trijp & Steenkamp, 1992)

(2.1) ผลกระทบจากการเปิดรับและประสบการณ์ในอดีต (Exposure effect and past experience) เป็นประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยว ซึ่งเคยรับรู้อาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และอาหาร ซึ่งปัจจัยนี้ถือว่าเป็นตัวแปรต้นที่จะส่งผลต่อตัวแปรตาม

(2.2) ปัจจัยจูงใจ (Motivational factors) เป็นลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาถ้าจะยึดตามทฤษฎีมาสโลว์ 5 ขั้นตอน (ดูภาพที่ 2.1 ประกอบ)



ภาพที่ 2.1 แสดงการจัดประเภทอาหารโดยจำแนกตามความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's hierarchy and food tourism in Finland)
ที่มา : Tikkanen (2007, pp. 721-734)

(1) การท่องเที่ยวอาหารตามความต้องการทางกายภาพ (Food tourism based on physiological needs) ได้แก่ ความต้องการด้านรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ เป็นต้น ในกรณีนี้ความต้องการอาจจะเกิดขึ้นในสถานการณ์การท่องเที่ยวต่อไปนี้

(1.1) การล่องเรื่อนานาชาติท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาหาร (International cruising food tourism)

(1.2) การท่องเที่ยวอาหารข้ามชายแดน (Cross-border food tourism)

(1.3) การเยี่ยมชมและเก็บสตอร์เบอร์รี่จากไร่ในเขต Suoenjoki (Suoenjoki region strawberry picking tourism)

(1.4) การเยี่ยมชม และเก็บคลาวด์เบอร์รี่จากไร่ในเขต Ranua (Ranua region cloudberry picking tourism)

(2) การท่องเที่ยวอาหารตามความต้องการทางความปลอดภัย (Food tourism based on safety needs) เป็นความต้องการอาหารโดยเน้นความปลอดภัยจากการรับประทาน ดังนั้นการประชุมด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวอาหาร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (Foreign and domestic)

(3) การท่องเที่ยวอาหารตามความต้องการทางสังคม (Food tourism based on social needs) เป็นความต้องการในการรับประทานอาหารโดยเน้นการยอมรับจากสังคม อาจเกิดขึ้นในสถานการณ์ดังนี้การท่องเที่ยวเทศกาลหรืองานกิจกรรมอาหาร (Food event tourism) และการท่องเที่ยวไร่องุ่น (Vineyard tourism)

(4) การท่องเที่ยวอาหารตามความต้องการการยกย่อง (Food tourism based on esteem needs) เป็นลักษณะการบริโภคอาหารในร้านหรู ในโรงแรม ภัตตาคารชั้นนำ โรงแรม 5 ดาว เป็นต้น ประกอบด้วย

(4.1) การท่องเที่ยวหกรรม/การประกอบการธุรกิจอาหาร (Culinary food tourism)

(4.2) โครงการอาหารจานเด่นประจำพื้นที่ (Provincial à la carte)

(4.3) ถนนสายอาหาร (Food ways) หรือในถนนคนเดิน (Walking street)

(5) การท่องเที่ยวอาหารเพื่อตอบสนองความส่วนตัวซึ่งเป็นตัวความต้องการหรือความต้องการความสำเร็จระดับสูง (Food tourism based on actualization needs) ตามทฤษฎีนี้ ถือว่าเป็นความต้องการขั้นสูงสุด ตัวอย่างของ การท่องเที่ยวในเรื่องนี้ ประกอบด้วย

(5.1) การท่องเที่ยวหกรรมการเจรจาการค้าสินค้าอาหาร (Food trade fair tourism)

(5.2) การท่องเที่ยวสินค้าส่งออก (Export food tourism)

(5.3) การจัดสัมมนาธุรกิจอาหารระดับนานาชาติ (International food conference tourism)

2.1.7 ปัจจัยจิตวิทยา (Physiological factors) เป็นลักษณะความต้องการภายในที่เกิดขึ้นที่เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ประกอบด้วย ความหิว ความกระหาย ความอิ่มเอม (Satiety)

2.2 บรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.2.1 ประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟ ของแต่ละร้าน – เก็บข้อมูลร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมผู้ประกอบการและถ่ายภาพประกอบ

(1) ลักษณะของลูกค้าในร้าน: การจัดกลุ่มลูกค้า ในประเด็นนี้อาจจะแจกตามกลุ่มเพศ เชื้อชาติ อายุ กลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยตัวเอง กลุ่มนักท่องเที่ยวมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ เป็นต้น

(2) เหตุจูงใจที่ลูกค้ามารับประทานอาหารที่ร้านนี้ ในประเด็นนี้อาจจะยึดตามความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ดังกล่าวข้างต้น หรืออาจจะแยกเป็นสิ่งจูงใจโดยใช้หลักด้านเหตุผล (ราคา คุณภาพ ความประหยัด) หรือสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ (ความรู้สึกส่วนตัว ดุลยพินิจส่วนตัว การยอมรับการความภาคภูมิใจ) หรือยึดถือเกณฑ์การจูงใจภายใน (ความต้องการในจิตใจ ความต้องการอำนาจ ความต้องการความรักและยกย่อง) และการจูงใจจากภายนอก (เป้าหมายของบุคคล) ความเติบโต ความประทับใจ หรือสิ่งล่อใจ (Schiffman & Kanuk, 2007, p. 88)

(3) ลักษณะเมนูอาหารและเมนูอาหารยอดนิยม ในประเด็นนี้จะเกี่ยวข้องกับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้ (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตก ในที่นี้จะต้องสัมภาษณ์ว่าในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวคาดว่าจะเป็เมนูยอดนิยม 5 อันดับของนักท่องเที่ยว

(4) การออกแบบ/การสร้างสรรค์เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก) 5 เมนู ในประเด็นนี้จะเกี่ยวข้องกับอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้ (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตก ซึ่งเป็นการสอบถามผู้ประกอบการ พ่อครัว แม่ครัว ผู้จัดการทั่วไป ว่าจะมีการออกแบบ (สร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ในแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 5 เมนู โดยมีคุณสมบัติแบบไหน อย่างไร)

(5) วิธีการประกอบอาหาร (Cooking method) ประกอบด้วย การย่าง นึ่ง อบ ทอด ตุ่น ต้ม ยำ ผัด น้ำพริก เมนูอาหารไทยประยุกต์แบบไหนจึงจะเหมาะสมเป็นสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ดี

(6) วัตถุดิบ (Ingredients) และเครื่องปรุงที่ใช้ เป็นการสัมภาษณ์ถึงวัตถุดิบที่ใช้ เช่น ผัก ผลไม้ สมุนไพร ฯลฯ ใช้เครื่องปรุงยี่ห้อใดบ้าง ตลอดจนสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการได้มาของวัตถุดิบดังกล่าวนี้ว่าทำอย่างไรจะมีความสดใหม่ มีความพร้อมที่จะปรุงให้กับลูกค้าได้ทันถ่วงที อีกทั้งมีคุณภาพด้านรสชาติที่ดีด้วย

(7) **พนักงานและการบริการต้อนรับ** ประกอบด้วย การมีจิตวิญญาณการให้บริการ (Service mind) การให้บริการต้อนรับที่ดี การทักทายปราศรัยลูกค้า เป็นต้น

(8) **ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของร้าน** การจัดสถานที่ เช่น โต๊ะเก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง จาน ชาม ช้อน ไม้ดอก ไม้ประดับ เมนูอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารการตลาดภายในร้าน หน้าร้าน ฝาผนัง เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ

2.2.2 ประเด็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหาร เก็บข้อมูลร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(1) ลักษณะของลูกค้า (จากการสังเกตและบันทึกภาพ) เป็นลักษณะด้าน เพศ บุคลิกภาพ การแต่งกาย ฯลฯ

(2) เหตุจูงใจที่ท่านมารับประทานอาหารที่ร้านนี้ (มีประเด็นที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น)

(3) ระบุสาเหตุที่ชอบเมนูอาหารในร้านนี้ ให้นักท่องเที่ยวระบุเมนูอาหารโดยรวมในร้าน ว่ามีลักษณะอย่างไร มีลักษณะที่ชอบ หรือที่ไม่ชอบก็ได้

(4) ระบุเมนูอาหารยอดนิยมที่ท่านชอบ 5 อันดับ และสาเหตุที่ท่านชอบในแต่ละเมนู ในที่นี้จะให้นักท่องเที่ยวระบุเมนูที่โปรด

(5) การสร้างสรรค์เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ๆ ที่ท่านต้องการ 5 เมนู ให้นักท่องเที่ยวคิดเกี่ยวกับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ๆ 5 ประเภท ได้แก่ (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) ไทย-เวียดนาม (3) ไทย-จีน (4) ไทย-ญี่ปุ่น และ (5) ไทย-ตะวันตก ทั้งนี้ให้คิดริเริ่มเองตามความเหมาะสม โดยบูรณาการระหว่างอาหารแต่ละชาติกับอาหารไทย

(6) รสชาติ ให้นักท่องเที่ยวระบุความชอบในรสชาติอาหาร เช่น เผ็ด หวาน เค็มเปรี้ยว ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท รวมทั้งระบุความสวยงาม ความสะอาด คุณค่า (Value) โภชนาการ

(7) ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องปรุง ส่วนผสม เครื่องเทศของอาหาร

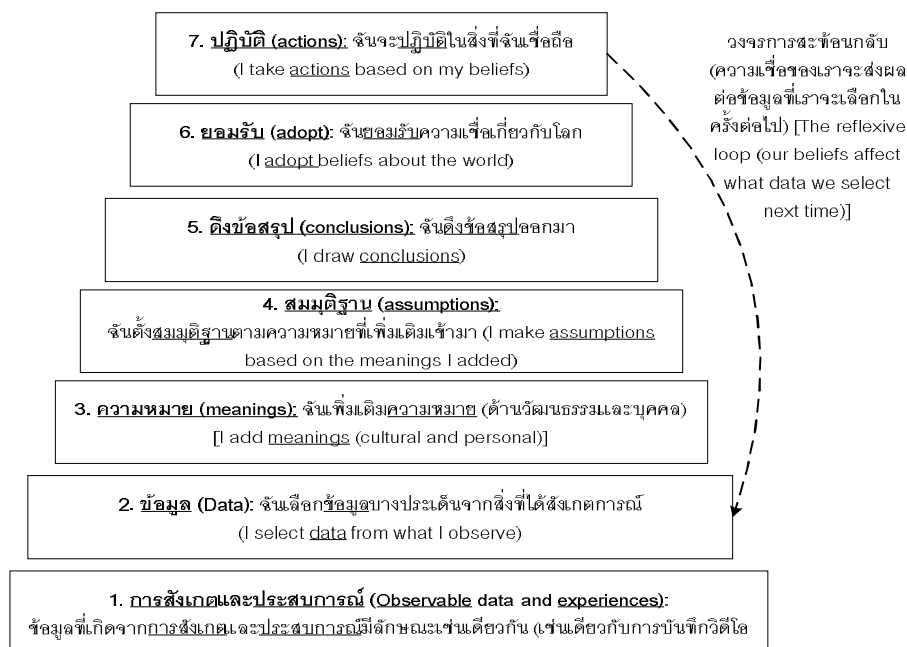
(8) พนักงานและการบริการต้อนรับ

(9) ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของร้าน

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Michael Keane (2012) เรื่อง การสร้างคุณค่าท้องถิ่นให้เกิดผลกระทบต่อคุณค่าระดับโลก (Capturing Local Value Creating Global Impact) กล่าวคือ (1) เริ่มต้นจากการสังเกต (Observable data and experiences) เพื่อให้ได้ข้อมูลออกมาและการเกิดประสบการณ์ตรง โดยอาศัยการบันทึกวิดีโอหรือถ่ายภาพเข้าช่วย (2) ข้อมูล (Data) ที่เกิดจากการสังเกตจะดึงบางประเด็นที่

สำคัญและมีประโยชน์ออกมา (3) การตีความหมาย (Meanings) จากข้อมูลที่ได้มาเป็นความหมายในด้านวัฒนธรรมและบุคคล (4) การกำหนดสมมติฐาน (Assumptions) จากข้อมูลที่จะได้มาจะรวบรวมออกมาเป็นปัจจัยเหตุ (ตัวแปรต้น) และปัจจัยผล (ตัวแปรตาม) แล้วสรุปออกมาเป็นสมมติฐาน ตัวอย่างสมมติฐาน ที่ว่า อาหารในแหล่งประกอบการ (คุณสมบัติที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัส องค์ประกอบของอาหาร เช่น เครื่องปรุง รูปแบบการเตรียมและประกอบอาหาร ประเภทของอาหารและการครัว ความพร้อมของอาหารที่ให้บริการในตลาด ราคา คุณค่า และคุณภาพ) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารแตกต่างกัน (5) ดึงข้อสรุป (Conclusions) จากสิ่งที่เก็บรวบรวมจากการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพร่วมกับการสังเกต การถ่ายภาพจะดึงเป็นข้อสรุปออกมา (6) การยอมรับ (Adopt) แนวคิดจากสิ่งต่างๆ ที่ได้พิสูจน์ออกมาถือว่ายอมรับแนวคิดนั้นได้ (7) ปฏิบัติ (Actions) เป็นการนำไปปฏิบัติตามแนวคิดที่ได้มา เพื่อให้เกิดแนวโน้มพฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมการรับประทานอาหาร และพฤติกรรมภายหลังการรับประทานอาหารแตกต่างกันจะต้องพัฒนาอาหารในแหล่งประกอบการ (คุณสมบัติที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัส องค์ประกอบของอาหาร เช่น เครื่องปรุง รูปแบบการเตรียมและประกอบอาหาร ประเภทของอาหารและการครัว ความพร้อมของอาหารที่ให้บริการในตลาด ราคา คุณค่า และคุณภาพ) (ดูภาพที่ 2.2 ประกอบ)



ภาพที่ 2.2 แสดงวงจรการสะท้อนกลับ (ความเชื่อของเราจะส่งผลต่อข้อมูลที่เราจะเลือกในครั้งต่อไป) [The reflexive loop (our beliefs affect what data we select next time)] ที่มา : Michael Keane, (2012)

Michela C. Mason และ Adriano Paggiaro (2012) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจบทบาทของงานเฉลิมฉลองในการท่องเที่ยวด้านการประกอบการธุรกิจอาหาร กรณีศึกษาการจัดกิจกรรมอาหารและไวน์ (Investigating the role of festivalascape in culinary tourism: the case of food and wine event) พบว่า (ดูภาพที่ 2.3 ประกอบ)



ภาพที่ 2.3 แสดงบทบาทในการท่องเที่ยวด้านการประกอบการธุรกิจอาหาร [ที่มา: Michela C. Mason และ Adriano Paggiaro (2012)]

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus): การจัดสิ่งแวดล้อม/สภาพแวดล้อมในการจัดงาน (Environment/ Festivalscape) ซึ่งสิ่งกระตุ้นจะสามารถดึงดูดใจได้ต้องยึดหลักดังนี้

- 1.1 ความสนุกสนาน (Fun)
- 1.2 อาหาร (Food)
- 1.3 ความสะดวกสบาย (Comfort)

2. กลไกการทำงาน (Organism): ตัวแปรกลาง (Mediator factors) ในประเด็นนี้เป็นความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวซึ่งได้รับอิทธิพลจาก

2.1 การเกิดประสบการณ์ (Experience) เป็นการสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- (1) ประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การให้ทดลองชิม
- (2) ประสบการณ์จากการเข้าไปร่วมในงานกิจกรรม (Event)

3. การตอบสนอง (Response): กลไกการทำงาน/ความรู้สึกนึกคิด (Organism) [ตัวแปรกลาง (Mediator factors)] ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

3.1 ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดขึ้นหลังจากการเกิดประสบการณ์ในผลิตภัณฑ์และกิจกรรมในงานด้วย ประกอบด้วย

(1) ความพึงพอใจจากการประเมิน (Evaluative satisfaction) เกิดจากการประเมินผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมในงาน

(2) ความพึงพอใจทางอารมณ์ (Emotional satisfaction) เกิดขึ้นจากความประทับใจในอาหาร สดวก และมีความสุข

3.2 ความตั้งใจในการแสดงออกพฤติกรรม (Behavioral intention) เป็นผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากที่เกิดความพึงพอใจแล้วก็จะเกิดแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตซ้ำอีก

ขมิษฐา ประธานศิริ (2548) ได้ทำวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การส่งออกอาหารฮาลาลจากประเทศไทยสู่ตลาดโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษากลยุทธ์การส่งออกอาหารฮาลาลจากประเทศไทยสู่ตลาดโลก และเปรียบเทียบกลยุทธ์การส่งออกอาหารฮาลาลจากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกอาหารฮาลาลที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของ ประสบการณ์ด้านการส่งออก ระดับทุนจดทะเบียน และประเภทของกิจการจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกอาหารฮาลาลจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการส่งออก 16 ปีขึ้นไป และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับทุนจดทะเบียน -30 ล้านบาท และเป็นบริษัทจำกัด ส่วนใหญ่มีพนักงานในสถานประกอบการน้อยกว่า 100 คนและผู้ประธุรกิจส่งออกส่วนใหญ่มีรายได้(ต่อเดือน) 500,001บาทขึ้นไป โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดที่ผลักดันให้เข้าสู่ตลาดระดับโลดทุกด้านในระดับมาก คือ ต้นทุน รองลงมาคือด้านตลาด และให้ความสำคัญด้านการแข่งขันน้อยที่สุด ส่วนผู้ประกอบการส่งออกที่มีประสบการณ์ 11-15 และต่ำกว่า 6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกที่มีประสบการณ์ 16 ปีขึ้นไป

วารินทร์ ปั่นทอง (2543) ได้ทำวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคอาหารและวิธีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหารของชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ผู้รู้ในท้องถิ่น เสนอผลการวิจัย แบบพรรณนาวิเคราะห์ พบว่า ชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดอุบลราชธานี ตั้งแต่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจุบันโอนสัญชาติเป็นชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเทศบาลเมืองอุบลราชธานี อยู่กันเป็นกลุ่มบริเวณถนนนิคมสายกลางนี้มีอาชีพปลูกผัก ข้างซ่อมรถยนต์ เคาะพนสี ข้างเหล็ก มีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารซึ่งรับวัฒนธรรมการบริโภคมาจากประเทศจีนและฝรั่งเศสที่เข้ามาปกครอง และผสมกลมกลืนวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า แหล่งที่มาของ

อาหารที่บริโภคประจำวันประเภทเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อหมู ไก่ ปลา ผักที่นิยมปลูก คือ ผักคะน้า ผักกาดเขียว ผักกาดขาว ถั่วฝักยาว กระเพรา ต้นหอม ผักชี ส่วนผักที่เก็บจากธรรมชาติ เช่น ผักตบชวา ผักกะแยง ผลไม้ซื้อจากท้องตลาด น้ำและเครื่องดื่ม การถนอมอาหารที่นิยมได้แก่ ผักดอง

อัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล (2546) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภค วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับส่วนประสมทางการตลาด และรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค

พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้านอาหารญี่ปุ่นที่นิยมไปบริโภคมากที่สุด คือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น โออิชิ สาเหตุที่สำคัญในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ อยากทดลองบริโภค บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ อาหารประเภทย่าง ความถี่ในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น 1 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ไปบริโภคในช่วงเวลาเย็นเวลาประมาณ 16.30-20.00 น. ส่วนการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภคเวลาที่ใช้ในการบริโภค ไม่แตกต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นเรื่องค่าใช้จ่ายในการบริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภค และเวลาที่ใช้ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเรื่องค่าใช้จ่ายในการบริโภค ส่วนด้านราคา และด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภค เวลาที่ใช้ในการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค โดยที่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำรงชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเรื่องเวลาที่ใช้ในการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค แต่ด้านความสนใจ/ความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นในเรื่องความถี่ในการบริโภค เวลาที่ใช้ในการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก (Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai-Western Foods) คณะผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

คณะผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยหัวข้อ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

3.1.1 ประชุมวางแผนการดำเนินงาน

3.1.2 สำรวจภัตตาคาร/ร้านอาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตกที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปรับประทานอาหาร

3.1.3 พัฒนาแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ/หรือการประชุมกลุ่มเฉพาะแบบมีโครงสร้างสำหรับผู้ประกอบการ/เชฟของร้านอาหาร

3.1.4 เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสัมภาษณ์เชิงลึก/กลุ่มเฉพาะกับผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟของร้านอาหารทั้ง 5 ประเภท

3.1.5 สรุปผลข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยว และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และประมวลผลข้อมูล

3.1.6 บูรณาการผลการวิจัยจากโครงการวิจัยย่อยที่ 2.1 และ 2.2 เข้าด้วยกัน เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจอาหารไทยประยุกต์

3.1.7 สรุปรายงานผลการดำเนินงาน โครงการวิจัยต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิมพ์เผยแพร่

3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

(1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน ซึ่งได้คำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 27) โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

$Z_{1-\alpha/2}$ = ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z_{1-\alpha/2}$ มีค่า = 1.96

E = ค่าสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

ดังนั้น e มีค่าเท่ากับ 0.05

P = ค่าสัดส่วนประชากร กำหนดให้มีค่า 0.5 (ทำให้ pq มีค่าสูงสุด)

Q = $1 - p$

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 \approx 385$$

จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และได้เพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 365 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่าง 750 คน

(3) วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ดังนี้

(3.1) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยกำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน โดยให้ชิมอาหารประเภทละ 50 คน รวมเป็น 250 คน ต่อเขตพื้นที่ รวม 3 เขตพื้นที่ เท่ากับ 750 คน

(3.2) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน โดยซักถามก่อนแจกแบบสอบถามให้ตอบภายหลังจากการชิมอาหารแต่ละประเภทแล้ว ตามจำนวนดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในแต่ละเขตพื้นที่

เขตพื้นที่	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท					รวม (คน)
	อาหารไทย - ฮาลาล	ไทย- เวียดนาม	ไทย-จีน	ไทย-ญี่ปุ่น	ไทย - ตะวันตก	
1. กรุงเทพฯ	50	50	50	50	50	250
2. พัทยา	50	50	50	50	50	250
3. หัวหิน	50	50	50	50	50	250
รวม	150	150	150	150	150	750

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภทๆ ละ 2 คน ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน จะได้พื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน

(3) วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงเก็บ

ข้อมูลจากผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟของภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามารับประทานอาหาร ใน 3 เขตพื้นที่ ตามจำนวนดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ/เชฟ ในภัตตาคาร/ร้านอาหาร

เขตพื้นที่	ผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟ ในภัตตาคาร/ร้านอาหาร					รวม (คน)
	อาหาร ฮาลาล	เวียดนาม	จีน	ญี่ปุ่น	ตะวันตก	
1. กรุงเทพฯ	2	2	2	2	2	10
2. พัทยา	2	2	2	2	2	10
3. หัวหิน	2	2	2	2	2	10
รวม	6	6	6	6	6	30

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

(1) **ลักษณะของเครื่องมือ** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทๆ ละ 5 เมนู ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (ภาคผนวก ก) ซึ่งได้แปลออกมาเป็น 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน ซึ่งได้พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการทดสอบตลาด กล่าวคือ ให้นักท่องเที่ยวชิมเมนูอาหารซึ่งจัดเตรียมมาทั้ง 5 ประเภทๆ ละ 5 เมนู ใน 3 เขตพื้นที่คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน แล้วตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล (Personal data) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง เชื้อชาติ มีจำนวน 9 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดมี 2 ตัวเลือกและหลายตัวเลือกให้ตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal attitudes and behaviors) มีจำนวนรวม 10 ข้อ (A1-A10) ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic differential scale และ Likert scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ทักษะทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล

ระดับคะแนน	ระดับทัศนคติ/ ระดับพฤติกรรมส่วนบุคคล	ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ/ พฤติกรรมส่วนบุคคล
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/น้อยกว่า	1.00-1.85	ไม่ดีอย่างมาก/ ไม่ดีอย่างมาก
2	ไม่เห็นด้วย/ค่อนข้างน้อยกว่า	1.86-2.71	ไม่ดี/ไม่ดี
3	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย/น้อยกว่าเล็กน้อย	2.72-3.57	ค่อนข้างไม่ดี/ค่อนข้างไม่ดี
4	เฉยๆ/ปานกลาง	3.58-4.43	ปานกลาง/ปานกลาง
5	เห็นด้วยเล็กน้อย/มากกว่าเล็กน้อย	4.44-5.29	ค่อนข้างดี/ค่อนข้างดี
6	เห็นด้วย/ค่อนข้างมากกว่า	5.30-6.15	ดี/ดี
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง/มากกว่า	6.16-7.00	ดีมาก/ดีมาก

ส่วนที่ 3 ทักษะทัศนคติ (E1, E2, E6) อุปสงค์ (E3, E4, E5) ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ (Demand and attitudes of tourists toward Thai-Fusion food menu) มีจำนวนรวม 8 ข้อ ประกอบด้วย

(1) อาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทๆ ละ 5 เมนู มีจำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic differential scale/Likert scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่

ระดับคะแนน	ระดับทัศนคติ/ระดับอุปสงค์	ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ/ระดับอุปสงค์
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/น้อยที่สุด	1.00-1.85	ไม่ดีอย่างมาก/น้อยที่สุด
2	ไม่เห็นด้วย/น้อย	1.86-2.71	ไม่ดี/น้อย
3	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย/ค่อนข้างน้อย	2.72-3.57	ค่อนข้างไม่ดี/ค่อนข้างน้อย
4	เฉยๆ/ปานกลาง	3.58-4.43	ปานกลาง/ปานกลาง
5	เห็นด้วยเล็กน้อย/ค่อนข้างมาก	4.44-5.29	ค่อนข้างดี/ค่อนข้างมาก
6	เห็นด้วย/มาก	5.30-6.15	ดี/มาก
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง/มากที่สุด	6.16-7.00	ดีมาก/มากที่สุด

(2) คำถามให้ระบุข้อดี และสิ่งที่ควรปรับปรุงของเมนู (E7, E8) จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 4 อัตลักษณ์/ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู (F1, F2, F3, F4) (Menu positioning and identity) อาหารไทยประยุกต์ 5 ประเภทๆ ละ 5 เมนู มีจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic differential scale/Likert scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ย ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ระดับคะแนนและการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ยอัตลักษณ์/ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู

ระดับคะแนน	ระดับการประเมินอัตลักษณ์/ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู	ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับการประเมินอัตลักษณ์/ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ด้อยกว่ามาก	1.00-1.85	ไม่ดีอย่างมาก/ไม่ดีอย่างมาก
2	ไม่เห็นด้วย/ด้อยกว่า	1.86-2.71	ไม่ดี/ไม่ดี
3	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย/ค่อนข้างด้อยกว่า	2.72-3.57	ค่อนข้างไม่ดี/ค่อนข้างไม่ดี
4	ปานกลาง/ไม่แน่ใจ	3.58-4.43	ปานกลาง/ปานกลาง
5	เห็นด้วยเล็กน้อย/ค่อนข้างเหนือกว่า	4.44-5.29	ค่อนข้างดี/ค่อนข้างดี
6	เห็นด้วย/เหนือกว่า	5.30-6.15	ดี/ดี
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง/เหนือกว่ามาก	6.16-7.00	ดีมาก/ดีมาก

(2) การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพแบบสอบถาม ประกอบด้วย การหาความเที่ยงตรงและการหาความเชื่อมั่น ดังนี้

(2.1) การวัดความเที่ยงตรง (Validity) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ได้แก่ ความสอดคล้อง ครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

(2.2) การวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดลอง สอบกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้ว คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient method) จากการศึกษาของ Sekaran (1992, p. 287) กล่าวว่า ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่า มีค่าความเชื่อมั่นได้มาก ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าน้อย 0.60 ขึ้น ไป และ Nunnally (1978) ระบุว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าน้อย 0.70 ขึ้นไป จึงจะสามารถ นำไปใช้ในการวิจัยได้ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ α คือ ค่าความเชื่อมั่น

n คือ จำนวนข้อ

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ในการหาค่าความเชื่อมั่นตามสูตรนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละส่วน ตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ส่วนที่ 1 อุปสงค์ ทักษะคติ ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์	0.9372
ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู	0.8514

3.3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) กับ กลุ่มผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภทๆ ละ 2 คน ใน 3 เขต พื้นที่ คือกรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน จะได้พื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวที่มาชิมเมนูอาหาร 5 ประเภทๆ ละ 50 คน

ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน จะได้เขตพื้นที่แห่งละ 250 คน รวม 3 แห่ง เป็นจำนวน 750 คน

3.4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ใช้การร่วมสนทนาแบบมีส่วนร่วม (Focus group) “การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ” และ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟ ใน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ใน 5 ประเภท 3 เขตพื้นที่ๆ ละ 10 คน รวม 30 คน

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพจะนำไปใช้กำหนด แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

เมื่อคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้ว จะนำข้อมูลทั้งหมด มาคัดเลือก จัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และเชื้อชาติ ส่วนที่ 2 ทักษะคติ และพฤติกรรมส่วนบุคคล ส่วนที่ 3 อุปสงค์ ทักษะคติของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์ และส่วนที่ 4 อัตลักษณ์/ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู

(2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

(2.1) สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) เพื่อหาตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการพิสูจน์ว่าตัวแปรอิสระใดมีผลต่อตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระใดที่ไม่มีผลต่อตัวแปรตาม

(2.2) สถิติการวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

(2.3) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน

3.5.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อรวบรวมแนวความคิดและความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารไทยประยุกต์ใน 3 เขตพื้นที่ (กรุงเทพมหานคร พัทยา หัวหิน) จากกลุ่มผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟ ในภัตตาคาร/ร้านอาหาร/ภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก/การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ โดยมีประเด็นในแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ (1) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตรา การบริหารต้นทุน ผลประโยชน์มากขึ้น มูลค่าก็เพิ่มขึ้นมีเหตุจูงใจอะไรบ้างที่จะเลือกทดลองเมนูใหม่ๆ (2) มีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) อะไรบ้าง เช่น การโฆษณาหน้าร้าน โพสต์เตอร์หน้าร้าน ข้างฝา การใช้พนักงานต้อนรับ รวมทั้งการใช้สื่ออื่นๆ ในการประชาสัมพันธ์กับผู้บริโภคอย่างไรบ้าง (3) เครื่องมือสื่อสารการตลาด (IMC) ใดที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด เพราะเหตุใดเกี่ยวกับอาหาร 5 ประเภท ได้แก่ ฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตก เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกครบตามจำนวนที่กำหนดแล้วจะนำข้อมูลทั้งหมดมาบันทึกรายละเอียด และสรุปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก (Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods)” คณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและ/หรือสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะกับผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟของภัตตาคาร/ร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยวต่างชาติ

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

จากการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน พื้นที่ละ 250 คน รวมจำนวน 750 คน สามารถวิเคราะห์ผลได้ตามลำดับดังนี้

(1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทใน 3 เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ										
- ชาย	87	58.00	94	62.67	99	66.00	93	62.00	92	61.33
- หญิง	63	42.00	56	37.33	51	34.00	57	38.00	58	38.67
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00
2. อายุ										
- ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี	45	30.00	54	36.00	47	31.33	43	28.67	57	38.00
- 26 - 35 ปี	52	34.67	39	26.00	52	34.67	45	30.00	48	32.00
- 36 - 45 ปี	20	13.33	18	12.00	17	11.33	25	16.67	14	9.33
- 46 - 55 ปี	15	10.00	14	9.33	14	9.33	19	12.65	15	10.00
- 55 - 64 ปี	13	8.67	16	10.67	9	6.00	15	10.00	11	7.33
- 64 ปีขึ้นไป	5	3.33	9	6.00	11	7.34	3	2.00	5	3.34
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพ										
- โสด	94	62.67	103	68.67	94	62.67	80	53.33	98	65.33
- สมรส/ อยู่ด้วยกัน	48	32.00	42	28.00	48	32.00	63	42.00	46	30.67
- หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	8	5.33	5	3.33	8	5.33	7	4.67	6	4.00
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00
4. ระดับการศึกษา										
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	30.67	28	18.67	35	23.33	51	34.00	42	28.00
- ปริญญาตรี	60	40.00	62	41.33	62	41.33	54	36.00	64	42.67
- สูงกว่าปริญญาตรี	44	29.33	60	40.00	53	35.34	45	30.00	44	29.33
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ										
-ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ	52	34.67	49	32.67	42	28.00	61	40.67	52	34.67
-ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส	19	12.67	20	13.33	16	10.67	18	12.00	13	8.67
-พนักงานบริษัท	10	6.67	10	6.67	10	6.67	6	4.00	12	8.00
-ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	4	2.67	3	2.00	1	.66	4	2.67	4	2.67
-เกษตรกร	1	.66	1	.66	3	2.00	4	2.67	1	.67
-ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	5.33	40	26.67	7	4.66	5	3.33	6	4.00
- แม่บ้าน	-	-	-	-	2	1.33	3	2.00	1	.66
-นักศึกษา/นักเรียน	27	18.00	8	5.33	34	22.67	28	18.66	32	21.33
- ผู้ประกอบการ	11	7.33	9	6.00	16	10.67	9	6.00	13	8.67
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)	18	12.00	10	6.67	19	12.67	12	8.00	16	10.66
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน										
- ต่ำกว่า 6,750 บาท	13	8.67	12	8.00	8	5.33	3	2.00	20	13.33
- 6,750-13,499 บาท	7	4.66	8	5.33	17	11.33	7	4.67	13	8.67
- 13,500-26,999 บาท	13	8.67	15	10.00	16	10.67	9	6.00	16	10.67
- 27,000-40,499 บาท	18	12.00	22	14.67	18	12.00	26	17.33	19	12.67
- 40,500- 53,999 บาท	20	13.33	23	15.33	17	11.33	20	13.33	27	18.00
- 54,000-67,499 บาท	14	9.33	26	17.33	23	15.33	18	12.00	7	4.66
- 67,500-80,999 บาท	13	8.67	9	6.00	11	7.34	16	10.67	9	6.00
- 81,000- 94,499 บาท	20	13.33	10	6.67	4	2.67	12	8.00	7	4.66
- 94,500-107,999 บาท	16	10.67	10	6.67	9	6.00	7	4.67	16	10.67
- 108,000 บาท ขึ้นไป	16	10.67	15	10.00	27	18.00	32	21.33	16	10.67
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ศาสนา										
- พุทธ	13	8.67	19	12.67	7	4.67	15	10.00	15	10.00
- คริสต์	81	54.00	71	47.33	58	38.67	70	46.67	72	48.00
- อิสลาม	8	5.33	4	2.67	6	4.00	7	4.67	4	2.67
- ฮินดู	-	-	5	3.33	4	2.66	4	2.66	-	-
- อื่นๆ	48	32.00	51	34.00	75	50.00	54	36.00	59	39.33
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00
8. ลักษณะการเดินทาง										
- ท่องเที่ยวโดยลำพัง	55	36.67	43	28.67	66	44.00	48	32.00	53	35.33
- มากับครอบครัว/เพื่อน	76	50.67	91	60.67	65	43.33	82	54.67	68	45.34
- มากับกลุ่มทัวร์	3	2.00	4	2.66	5	3.33	4	2.67	3	2.00
- ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	-	-	1	.67	1	.67	1	.66	1	.67
- นักท่องเที่ยวแบกเป้	13	8.66	7	4.67	13	8.67	12	8.00	23	15.33
- อื่นๆ	3	2.00	4	2.66	-	-	3	2.00	2	1.33
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ไทย-ฮาลาล		ไทย-เวียดนาม		ไทย-จีน		ไทย-ญี่ปุ่น		ไทย-ตะวันตก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. เชื้อชาติ										
- ตะวันตก	100	82.00	85	74.00	101	61.33	110	84.00	112	82.00
- เอเชีย (ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม)	18	10.00	33	20.00	24	26.67	12	15.33	16	10.00
- มุสลิม (อินโดนีเซีย มาเลเซีย)	3	3.33	10	2.66	4	6.67	5	-	22	3.33
- อื่นๆ	29	4.67	22	3.34	21	5.33	23	.67	-	4.67
รวม	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ฮาลาลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (58.00%) อายุ 26-35 ปี (34.67%) สถานภาพโสด (62.67%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (40.00%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (34.67%) อัตราเงินเดือน 40,500-53,999 บาท และ 81,000-94,499 บาทเท่ากัน (13.33%) นับถือศาสนาคริสต์ (54.00%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (50.67%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (66.67%)

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-เวียดนามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (62.67%) อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี (36.00%) สถานภาพโสด (68.67%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (41.33%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (32.67%) อัตราเงินเดือน 54,000-67,499 บาท (17.33%) นับถือศาสนาคริสต์ (47.33%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (60.77%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (56.67%)

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-จีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (66.00%) อายุ 26-35 ปี (34.67%) สถานภาพโสด (62.67%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (41.33%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (28.00%) อัตราเงินเดือนมากกว่า 108,000 บาท (18.00%) นับถือศาสนาอื่นๆ (50.00%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (44.00%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (67.33%)

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (62.00%) อายุ 26-35 ปี (30.00%) สถานภาพโสด (53.33%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (36.00%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (40.67%) อัตราเงินเดือนมากกว่า 108,000 บาท (21.33%) นับถือศาสนาคริสต์ (46.67%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัว/เพื่อน (54.67%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (73.33%)

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ตะวันตกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (61.33%) อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี (38.00%) สถานภาพโสด (65.33%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (42.67%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (34.67%) มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 40,500-53,999 บาท (18.00%) นับถือศาสนาคริสต์ (48.00%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัว/เพื่อน (45.34%) มีเชื้อชาติตะวันตก (74.67%)

(2) ทักษะและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ดีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

ตารางที่ 4.2 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่อहारไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล	ระดับทัศนคติ และพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีต่อहारไทยประยุกต์ใหม่																			
	1. ไทย-ฮาลาล				2. ไทย-เวียดนาม				3. ไทย-จีน				4. ไทย-ญี่ปุ่น				5. ไทย-ตะวันตก			
	X̄	SD	แปล ผล	ลำดับ	X̄	SD	แปล ผล	ลำดับ	X̄	SD	ลำดับ		X̄	SD	แปล ผล	ลำดับ	X̄	SD	แปล ผล	ลำดับ
1. ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น	3.10	1.994	ค่อนข้าง ไม่ดี	10	2.90	1.857	ค่อนข้าง ไม่ดี	9	2.66	1.901	ไม่ดี	10	3.06	1.974	ค่อนข้าง ไม่ดี	9	2.64	1.819	ไม่ดี	10
2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น;	3.19	1.965	ค่อนข้าง ไม่ดี	9	2.83	1.773	ค่อนข้าง ไม่ดี	10	3.00	1.910	ค่อนข้าง ไม่ดี	9	3.01	1.971	ค่อนข้าง ข้างไม่ดี	10	2.78	1.829	ไม่ดี	9
3. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น;	4.17	2.108	ปาน กลาง	7	3.99	2.119	ปาน กลาง	8	3.89	2.059	ปาน กลาง	7	4.19	2.199	ปาน กลาง	6	3.66	2.101	ปาน กลาง	7
4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี	5.58	1.708	ดี	2	5.87	1.449	ดี	2	5.76	1.491	ดี	2	5.66	1.651	ดี	3	5.69	1.539	ดี	2
5. ทุกครั้งที่ท่องเที่ยว จะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ	5.96	1.394	ดี	1	6.10	1.118	ดี	1	5.87	1.355	ดี	1	5.71	1.628	ดี	1	6.20	1.197	ดีมาก	1
6. เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก	4.48	1.645	ค่อนข้างดี	6	4.51	1.558	ค่อนข้างดี1	6	4.22	1.556	ปานกลาง	6	4.16	1.586	ปานกลาง	7	4.23	1.740	ปานกลาง	6
7. เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน;	5.28	1.493	ค่อนข้างดี	4	5.34	1.427	ดี	4	5.10	1.496	ค่อนข้างดี	4	4.91	1.606	ค่อนข้างดี	5	5.24	1.483	ค่อนข้างดี	4
8. เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดีมีคุณภาพ	5.52	1.533	ดี	3	5.76	1.403	ดี	3	5.72	1.394	ดี	3	5.57	1.535	ดี	2	5.63	1.620	ดี	3
9. เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ;	3.90	1.753	ปานกลาง	8	4.21	1.788	ปานกลาง	7	3.86	1.833	ปานกลาง	8	3.81	1.702	ปานกลาง	8	3.55	1.743	ค่อนข้าง ไม่ดี	8
10. เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น	4.93	1.470	ค่อนข้างดี	5	5.01	1.392	ค่อนข้างดี1	5	4.98	1.506	ค่อนข้างดี	5	4.92	1.528	ค่อนข้างดี5	4	5.01	1.452	ค่อนข้างดี	5

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาลอยู่ในระดับดี คือ ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ($\bar{X} = 5.96$) การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 5.58$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ($\bar{X} = 5.52$) รองลงมาคือ มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน ($\bar{X} = 5.28$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ($\bar{X} = 4.93$) เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ($\bar{X} = 4.48$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลางคือ ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 4.17$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ ($\bar{X} = 3.90$) และมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.19$) ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนามอยู่ในระดับดีคือ ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ($\bar{X} = 6.10$) การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 5.87$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ($\bar{X} = 5.76$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ($\bar{X} = 5.34$) รองลงมาคือ มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ($\bar{X} = 5.01$) เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ($\bar{X} = 4.51$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลางคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ ($\bar{X} = 4.21$) ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.99$) และมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 2.90$) กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 2.83$) ตามลำดับ

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีนอยู่ในระดับดีคือ ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ($\bar{X} = 5.87$) การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 5.76$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ($\bar{X} = 5.72$) รองลงมาคือ มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับ

ค่อนข้างดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน ($\bar{X} = 5.10$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ($\bar{X} = 4.98$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลางคือ เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ($\bar{X} = 4.22$) ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.89$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ ($\bar{X} = 3.86$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.00$) และมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับไม่ดีคือ ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 2.66$) ตามลำดับ

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่นอยู่ในระดับดีคือ ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ($\bar{X} = 5.71$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ($\bar{X} = 5.57$) การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 5.66$) รองลงมาคือ มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ($\bar{X} = 4.92$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน ($\bar{X} = 4.91$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลางคือ ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 4.19$) เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ($\bar{X} = 4.16$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ ($\bar{X} = 3.81$) และมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.06$) กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.01$) ตามลำดับ

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตกอยู่ในระดับดีมากคือ ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ($\bar{X} = 6.20$) รองลงมามีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับดี การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 5.69$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ($\bar{X} = 5.63$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน ($\bar{X} = 5.24$) เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ($\bar{X} = 5.01$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลางคือ เจาะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ($\bar{X} = 4.23$) ความกลัวต่อการบริโภค

อาหารแปลกใหม่ เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.66$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ เจาะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ ($\bar{X} = 3.55$) มีทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลต่ออาหารแต่ละประเภทอยู่ในระดับไม่ดี กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรม เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 2.78$) ความเชื่อถือในหลักศาสนา เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X} = 2.64$) ตามลำดับ

(3) ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทๆ ละ 5 เมนู ประกอบด้วย

(3.1) อาหารไทย-ฮาลาล มี 5 เมนู คือ (1) เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ (2) เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง (3) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ (4) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด (5) เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ

(3.2) อาหารไทย-เวียดนาม มี 5 เมนู คือ (1) เมนูไทย-เวียดนาม : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ (2) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม (3) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรรสสไตล์เวียดนาม (4) เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรรสแซลมอน (5) เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมี่ย่าง

(3.3) อาหารไทย-จีน มี 5 เมนู คือ (1) ไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว (2) เมนูไทย-จีน 2 : ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซีอิ๊วสพริกขิง (3) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพรรส (4) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง (5) เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่หมักและน้ำแดง

(3.4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น มี 5 เมนู คือ (1) ไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด (2) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย (3) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ทอดแบบไทย (4) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย (5) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นรสซอสพริกไทยดำ

(3.5) อาหารไทย-ตะวันตก มี 5 เมนู คือ (1) ไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ม (2) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา (3) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนลวกสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ (4) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ (5) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด

(3.1) อาหารไทยฮาลาล 5 เมนู

ตารางที่ 4.3 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู

ทศนคติ อุปสงค์ต่อ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล	ระดับทศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู														
	เมนูไทย-ฮาลาล 1 ข้าวกล้องหมกไก่ Halal yellow chicken with brown-rice			เมนูไทย-ฮาลาล 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง Thai-style Massaman Curry Chicken			เมนูไทย-ฮาลาล 3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad			เมนูไทย-ฮาลาล 4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยัด Thai Green curry with Roti pan cake			เมนูไทย-ฮาลาล 5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ Curry Chicken with deep- fried noodle		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
ทศนคติต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	4.93	1.566	ค่อนข้างดี/3	5.40	1.554	ดี/2	3.98	1.845	ปานกลาง/5	4.81	1.745	ค่อนข้างดี/4	5.40	1.534	ดี/1
2. (E2) ความคิดเห็นต่อรสชาติ ของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่ เคยรับประทาน	4.66	1.524	ค่อนข้างดี/4	5.45	1.421	ดี/2	4.00	1.858	ปานกลาง/5	4.82	1.693	ค่อนข้างดี/3	5.50	1.390	ดี/1
3. (E6) ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูง กว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	3.37	1.745	ค่อนข้าง ไม่ดี/4	4.55	1.852	ค่อนข้างดี/2	3.23	1.983	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	4.09	1.945	ปานกลาง/3	4.75	1.817	ค่อนข้างดี/1
ทศนคติโดยรวม	4.32	1.387	ปานกลาง/4	5.15	1.439	ค่อนข้างดี/2	3.76	1.710	ปานกลาง/5	4.59	1.598	ค่อนข้างดี/3	5.21	1.399	ค่อนข้างดี/1

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ทัศนคติ อุปสงค์ต่อ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล	ระดับทัศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู														
	เมนูไทย-ฮาลาล 1 ข้าวกล้องหมกไก่ Halal yellow chicken with brown-rice			เมนูไทย-ฮาลาล 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง Thai-style Massaman Curry Chicken			เมนูไทย-ฮาลาล 3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad			เมนูไทย-ฮาลาล 4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอ Thai Green curry with Roti pan cake			เมนูไทย-ฮาลาล 5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ Curry Chicken with deep- fried noodle		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำ ในอนาคต	4.41	1.604	ปานกลาง/4	5.11	1.726	ค่อนข้างดี/2	3.60	1.911	ปานกลาง/5	4.60	1.821	ค่อนข้างดี/3	5.14	1.594	ค่อนข้างดี/1
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะ เลือกเมนูนี้	4.22	1.814	ปานกลาง/4	5.16	1.734	ค่อนข้างดี/2	3.61	1.996	ปานกลาง/5	4.67	1.822	ค่อนข้างดี/3	5.25	1.681	ค่อนข้างดี/1
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน อนาคต	4.43	1.772	ปานกลาง/4	5.20	1.751	ค่อนข้างดี/1	3.77	2.061	ปานกลาง/5	4.68	1.904	ค่อนข้างดี/3	5.18	1.702	ค่อนข้างดี/2
อุปสงค์โดยรวม	3.36	1.609	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	5.16	1.657	ค่อนข้างดี/2	3.68	1.902	ปานกลาง/4	4.66	1.760	ค่อนข้างดี/3	5.18	1.580	ค่อนข้างดี/1

จากตารางที่ 4.3 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อพบว่า

ทศนคติต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาล โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.21$) เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.15$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ($\bar{X} = 4.59$) และมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.32$) และเมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.40$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.40$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.93$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ($\bar{X} = 4.81$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.50$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.45$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ($\bar{X} = 4.82$) เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.66$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 4.55$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ($\bar{X} = 4.09$) และมีทศนคติต่ออาหารไทยฮาลาลแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 3.37$) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาล โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.18$) เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.16$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานเนื้อมะเขือ ($\bar{X} = 4.66$) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.68$) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหอมกะทิ ($\bar{X} = 3.36$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับดีมาก คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.14$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.11$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานเนื้อมะเขือ ($\bar{X} = 4.60$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหอมกะทิ ($\bar{X} = 4.41$) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับมาก คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.25$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.16$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานเนื้อมะเขือ ($\bar{X} = 4.67$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหอมกะทิ ($\bar{X} = 4.22$) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.20$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.18$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานเนื้อมะเขือ ($\bar{X} = 4.68$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ฮาลาลแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหอมกะทิ ($\bar{X} = 4.43$) และ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

(3.2) อาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู

ตารางที่ 4.4 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู

ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม	ระดับทศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู														
	เมนูไทย-เวียดนาม 1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม Vietnamese style Thai fried rice noodle			เมนูไทย-เวียดนาม 3 ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์ เวียดนาม Vietnamese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพร ใบชะพลู Salmon wrapped in Thai Chaplu herbal leaf			เมนูไทย-เวียดนาม 5 หมี่กะทิหมูย่าง Coconut-milk noodle with grilled pork		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
ทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	3.97	1.708	ปานกลาง/5	4.24	1.697	ปานกลาง/3	4.06	1.886	ปานกลาง/4	4.48	1.887	ค่อนข้างดี/2	5.57	1.688	ดี/1
2. (E2) ความคิดเห็นต่อรสชาติของ เมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน	4.09	1.723	ปานกลาง/5	4.21	1.659	ปานกลาง/4	4.22	1.846	ปานกลาง/3	4.69	1.848	ค่อนข้างดี/2	5.56	1.635	ดี/1
3. (E6) ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูง กว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	2.65	1.650	ไม่ดี/5	3.14	1.732	ค่อนข้าง ไม่ดี/4	3.49	2.094	ค่อนข้างไม่ดี/3	3.93	2.053	ปานกลาง/2	4.81	1.923	ค่อนข้างดี/1
ทศนคติโดยรวม	3.56	1.484	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.89	1.550	ปานกลาง/4	3.93	1.800	ปานกลาง/3	4.36	1.803	ปานกลาง/2	5.34	1.625	ดี/1

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม	ระดับทัศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู														
	เมนูไทย-เวียดนาม 1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม Vietnamese style Thai fried rice noodle			เมนูไทย-เวียดนาม 3 ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์ เวียดนาม Vietnamese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพร ใบชะพลู Salmon wrapped in Thai Chaplu herbal leaf			เมนูไทย-เวียดนาม 5 หมี่กะทิหมูย่าง Coconut-milk noodle with grilled pork		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
อุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำใน อนาคต	3.51	1.776	ค่อนข้าง น้อย/5	3.96	1.805	ปานกลาง/3	3.77	1.881	ปานกลาง/4	4.13	2.020	ปานกลาง/2	5.22	1.791	ค่อนข้างมาก/1
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะ เลือกเมนูนี้	3.42	1.834	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	4.00	1.854	ปานกลาง/3	3.86	2.007	ปานกลาง/4	4.22	2.019	ปานกลาง/2	5.34	1.775	ดี/1
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน อนาคต	3.50	1.891	ค่อนข้างไม่ดี/5	3.97	1.851	ปานกลาง/3	3.86	2.016	ปานกลาง/4	4.21	2.082	ปานกลาง/2	5.28	1.803	ค่อนข้างดี/1
อุปสงค์โดยรวม	3.49	1.730	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.96	1.741	ปานกลาง/3	3.83	1.904	ปานกลาง/4	4.18	1.981	ปานกลาง/2	5.29	1.727	ค่อนข้างดี/1
ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่โดยรวม	3.52	1.559	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.93	1.604	ปานกลาง/3	3.87	1.815	ปานกลาง/4	4.25	1.871	ปานกลาง/2	5.31	1.645	ค่อนข้างดี/1

จากตารางที่ 4.4 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.34$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.36$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.93$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.89$) และมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.57$) รองลงมาคือ มีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.48$) และมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.24$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.06$) และ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.56$) รองลงมาคือ มีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.69$) และมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.22$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.21$) และ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 4.81$) รองลงมาคือ มีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 3.93$) และมีทศนคติต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดีคือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.49$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไลด์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.14$) และมีทศนคติต่อ

อาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับไม่ดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ($\bar{X} = 2.65$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมี่ย่าง ($\bar{X} = 5.29$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.18$) และเมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.96$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.83$) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมี่ย่าง ($\bar{X} = 5.22$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.13$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.96$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.77$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับมาก คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมี่ย่าง ($\bar{X} = 5.34$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.22$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.00$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.86$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดีน้อย คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมี่ย่าง ($\bar{X} = 5.28$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.21$) เมนูไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.97$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.86$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนามแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

(3.3) อาหารไทย-จีน 5 เมนู

ตารางที่ 4.5 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู

ทศนคติ อุปสงค์ต่อ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน	ระดับทศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู														
	เมนูไทยจีน 1 ปูผัดผงกะหรี่ซี่มา Fried crap in Thai-style spicy curry			เมนูไทยจีน 2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอส พริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli			เมนูไทยจีน 3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce			เมนูไทยจีน 4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup			เมนูไทยจีน 5 ปีกไก่ซอสและน้ำแดง Chicken wing in red sauce		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
ทศนคติต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	4.52	1.773	ค่อนข้างดี/3	3.85	1.602	ปานกลาง/5	4.95	1.498	ค่อนข้างดี/2	4.13	1.844	ปานกลาง/4	4.96	1.736	ค่อนข้างดี/1
2. (E2) ความคิดเห็นต่อ รสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน	4.54	1.620	ค่อนข้างดี/3	3.92	1.720	ปานกลาง/5	4.94	1.578	ค่อนข้างดี/2	4.15	1.813	ปานกลาง/4	4.97	1.699	ค่อนข้างดี/1
3. (E6) ความเต็มใจที่จะ จ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนู นี้	3.31	1.919	ค่อนข้าง ไม่ดี/4	2.76	1.683	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.99	1.793	ปานกลาง/2	3.43	1.859	ค่อนข้าง ไม่ดี/3	4.16	1.889	ปานกลาง/1
ทศนคติโดยรวม	4.14	1.593	ปานกลาง/3	3.55	1.457	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	4.65	1.400	ค่อนข้างดี/2	3.94	1.717	ปานกลาง/4	4.71	1.666	ปานกลาง/1

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติ อุปสงค์ต่อ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน	ระดับทัศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู														
	เมนูไทยจีน 1 ปูผัดผงกะหรี่ซี่โครง crap in Thai-style spicy curry			เมนูไทยจีน 2 ซี่โครงหมูนึ่งเต้าหู้ซอส พริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli			เมนูไทยจีน 3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce			เมนูไทยจีน 4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup			เมนูไทยจีน 5 ปีกไก่หม้อและน้ำแดง Chicken wing in red sauce		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
อุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภค เมนูซ้ำในอนาคต	3.93	1.871	ปานกลาง/3	3.40	1.651	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	4.55	1.620	ค่อนข้าง ดี/2	3.70	1.836	ปานกลาง/4	4.63	1.665	ค่อนข้างดี/1
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้	3.89	1.920	ปานกลาง/4	3.35	1.812	ค่อนข้าง น้อย/5	4.55	1.706	ค่อนข้าง มาก/2	3.92	1.910	ปานกลาง/3	4.66	1.788	ค่อนข้าง มาก/1
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ ในอนาคต	4.03	1.935	ปานกลาง/3	3.29	1.718	ค่อนข้าง น้อย/5	4.64	1.601	ค่อนข้าง มาก/2	3.74	1.954	ปานกลาง/4	4.65	1.765	ค่อนข้าง มาก/1
อุปสงค์โดยรวม	3.96	1.836	ปานกลาง/3	3.36	1.636	ค่อนข้าง น้อย/5	4.58	1.549	ค่อนข้าง มาก/2	3.79	1.809	ปานกลาง/4	4.65	1.658	ค่อนข้าง มาก/1

จากตารางที่ 4.5 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

ทศนคติต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.71$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีนแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.14$) เมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.94$) และมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีนแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.96$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.95$) เมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีนแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.13$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.97$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.94$) เมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.15$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีนแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.16$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.43$) เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 3.31$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง ($\bar{X} = 2.76$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.65$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมา คือ มีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 3.96$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} =$

3.79) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-จีน 2 : ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.36$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อพบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่หม้อและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.63$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า ($\bar{X} = 3.93$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.70$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-จีน 2 : ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่หม้อและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.66$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีนแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.92$) เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า ($\bar{X} = 3.89$) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี เมนูไทย-จีน 2: ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.35$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่หม้อและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.65$) เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า ($\bar{X} = 4.03$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.74$) และ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนูในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-จีน 2 : ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

(3.4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู

ตารางที่ 4.6 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู

ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น	ระดับอุปสงค์/ทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่														
	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด Raw fish served with Thai-style seafood sauce			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 ราเม็งสุโขทัย Thai-Sukhothai Style Japanese Ramen			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 ไก่ห่อใบเตย Chicken in Thai Pandan leaf			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย Yakitori in Thai-style galic and peper			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ Japanese Yakisoba noodle in Thai-style pepper suace		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/อันดับ
ทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	4.76	1.676	ค่อนข้างดี/3	4.12	1.641	ปานกลาง/5	5.06	1.508	ค่อนข้างดี/2	5.16	1.476	ค่อนข้างดี/1	4.15	1.877	ปานกลาง/4
2. (E2) ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	4.68	1.728	ค่อนข้างดี/3	4.17	1.700	ปานกลาง/5	5.01	1.557	ค่อนข้างดี/2	5.20	1.474	ค่อนข้างดี/1	4.25	1.845	ปานกลาง/4
3. (E6) ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	3.14	1.967	ค่อนข้างไม่ดี/4	3.09	1.834	ค่อนข้างไม่ดี/5	4.18	1.882	ปานกลาง/2	4.28	1.856	ปานกลาง/1	3.25	1.928	ค่อนข้างไม่ดี/3
ทศนคติโดยรวม	4.28	1.57	ปานกลาง/3	3.79	1.558	ปานกลาง/5	4.76	1.462	ค่อนข้างดี/2	4.89	1.435	ค่อนข้างดี/1	3.90	1.738	ปานกลาง/4

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น	ระดับอุปสงค์/ทัศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่														
	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด Raw fish served with Thai-style seafood sauce			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 ราเม็งสุโขทัย Thai- Sukhothai Style Japanese Ramen			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 ไก่ห่อใบเตย Chicken in Thai Pandan leaf			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย Yakitori in Thai-style galic and peper			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ พริกไทยดำ Japanese Yakisoba noodle in Thai- style pepper suace		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภคเมนู ซ้ำในอนาคต	4.24	1.809	ปานกลาง/3	3.73	1.837	ปานกลาง/5	4.79	1.637	ค่อนข้าง มาก/2	4.93	1.600	ค่อนข้าง มาก/1	3.82	1.946	ปานกลาง/4
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะ เลือกเมนูนี้	4.10	1.973	ปานกลาง/3	3.76	1.897	ปานกลาง/5	4.79	4.750	ค่อนข้าง มาก/2	4.96	1.682	ค่อนข้าง มาก/1	3.83	1.971	ปานกลาง/4
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน อนาคต	4.26	1.954	ปานกลาง/3	3.79	1.916	ปานกลาง/4	4.82	1.775	ค่อนข้าง มาก/2	4.86	1.764	ค่อนข้าง มาก/1	3.68	1.961	ปานกลาง/5
อุปสงค์โดยรวม	4.21	1.797	ปานกลาง/3	3.76	1.800	ปานกลาง/5	4.80	1.647	ค่อนข้างดี มาก/2	4.91	1.581	ค่อนข้าง มาก/1	3.77	1.876	ปานกลาง/4

จากตารางที่ 4.6 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

ทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.89$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.28$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.90$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 5.16$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 5.06$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.15$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 5.20$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 5.01$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือ มีทศนคติโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.25$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.28$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ มีทศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.25$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 3.14$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.09$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.90$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-

ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.21$) ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.77$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.93$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.79$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.24$) ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.82$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.96$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.79$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.10$) ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.83$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.86$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.82$) รองลงมาคือ มีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่นแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.21$) ไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 3.77$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

(3.5) อาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู

ตารางที่ 4.7 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู

ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก	ระดับทศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู														
	เมนูไทยตะวันตก 1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว Grilled Pork with Thai- Style Spicy Sauce			เมนูไทยตะวันตก 2 สปาเก็ตตี้กระเพรา Thai-Style Spaghetti with basil leaf			เมนูไทยตะวันตก 3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอม มะลิอินทรีย์ Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice			เมนูไทยตะวันตก 4 สลัดน้ำส้มตำ Thai-Style Som-Tum sauce Salad			เมนูไทยตะวันตก 5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
ทศนคติต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	5.25	1.387	ค่อนข้างดี/1	4.81	1.706	ค่อนข้างดี/2	4.46	1.810	ค่อนข้างดี/3	4.37	1.683	ปานกลาง/4	3.62	1.960	ปานกลาง/5
2. (E2) ความคิดเห็นต่อรสชาติ ของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนู อื่นที่เคยรับประทาน	5.03	1.315	ค่อนข้างดี/1	4.81	1.629	ค่อนข้างดี/2	4.36	1.875	ปานกลาง/4	4.47	1.724	ค่อนข้างดี/3	3.71	1.970	ปานกลาง/5
3. (E6) ความเต็มใจที่จะ จ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	3.00	1.819	ค่อนข้าง ไม่ดี/4	3.50	1.946	ค่อนข้าง ไม่ดี/1	3.43	2.081	ค่อนข้าง ไม่ดี/2	3.16	1.868	ค่อนข้าง ไม่ดี/3	2.84	1.927	ค่อนข้าง ไม่ดี/5
ทศนคติโดยรวม	4.58	1.347	ค่อนข้างดี/1	4.39	1.586	ปานกลาง/2	4.09	1.807	ปานกลาง/3	4.03	1.608	ปานกลาง/4	3.39	1.834	ค่อนข้าง ไม่ดี/5

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทย ประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก	ระดับทัศนคติ/อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู														
	เมนูไทยตะวันตก 1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว Grilled Pork with Thai- Style Spicy Sauce			เมนูไทยตะวันตก 2 สปาเก็ตตี้กระเพรา Thai-Style Spaghetti with basil leaf			เมนูไทยตะวันตก 3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอม มะลิอินทรีย์ Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice			เมนูไทยตะวันตก 4 สลัดน้ำส้มตำ Thai-Style Som-Tum sauce Salad			เมนูไทยตะวันตก 5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภค เมนูซ้ำในอนาคต	4.59	1.600	ค่อนข้าง มาก/1	4.23	1.864	ปานกลาง/2	3.91	2.005	ปานกลาง/4	4.07	1.856	ปานกลาง/3	3.34	1.943	ค่อนข้าง น้อย/5
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้	4.49	1.683	ค่อนข้าง มาก/1	4.24	2.045	ปานกลาง/2	3.96	2.046	ปานกลาง/4	4.09	1.986	ปานกลาง/3	3.28	1.934	ค่อนข้าง น้อย/5
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ ในอนาคต	4.61	1.741	ค่อนข้าง มาก/1	4.21	2.018	ปานกลาง/2	3.87	2.068	ปานกลาง/4	3.99	1.960	ปานกลาง/3	3.30	1.950	ค่อนข้าง น้อย/5
อุปสงค์โดยรวม	4.56	1.572	ค่อนข้าง มาก/1	4.23	1.924	ปานกลาง/2	3.91	1.961	ปานกลาง/4	4.05	1.879	ปานกลาง/3	3.31	1.893	ค่อนข้าง น้อย/5

จากตารางที่ 4.7 ทักษะคิด อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ทักษะคิดต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับดี คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทยตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมา คือ มีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตกแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.39$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.09$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.03$) และมีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตกแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทักษะคิดต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 5.25$) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.81$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ มีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตกแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.37$) คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทักษะคิดต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 5.03$) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.81$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือ มีทักษะคิดโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตกแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.36$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทักษะคิดต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 3.50$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.43$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 3.16$) เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 3.00$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 2.84$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้ม ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือ มีทักษะคิดต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.23$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.05$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.91$) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก

แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้ม ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ มีทัศนคติต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.23$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.07$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.91$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.34$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้ม ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือ มีทัศนคติต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.24$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.09$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.96$) และมีอุปสงค์ต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.28$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือ มีทัศนคติต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.21$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 3.99$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.87$) และมีอุปสงค์โดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างน้อย คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

(4) อัตลักษณ์ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ละ 5 เมนู ประกอบด้วย

- (4.1) อาหารไทย-ฮาลาล มี 5 เมนู
- (4.2) อาหารไทย-เวียดนาม มี 5 เมนู
- (4.3) อาหารไทย-จีน มี 5 เมนู
- (4.4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น มี 5 เมนู
- (4.5) อาหารไทย-ตะวันตก มี 5 เมนู

(4.1) อาหารไทย-ฮาลาล มี 5 เมนู

ตารางที่ 4.8 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู

อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ของเมนู ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล	ระดับด้านอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู														
	เมนูไทย-ฮาลาล 1 ข้าวกล้องหมกไก่ : Halal yellow chicken with brown-rice			เมนูไทย-ฮาลาล 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง : Thai-style Massaman Curry Chicken			เมนูไทย-ฮาลาล 3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ : Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad			เมนูไทย-ฮาลาล 4 โรตีสานไก่เขียวหวาน เนื้อทอด : Thai Green curry with Roti pan cake			เมนูไทย-ฮาลาล 5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ : Curry Chicken with deep- fried noodle		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
1. (F1) ความโดดเด่นและมี เอกลักษณ์	3.81	1.618	ปานกลาง/5	5.01	1.583	ค่อนข้างดี/2	4.56	1.828	ค่อนข้างดี/4	4.73	1.729	ค่อนข้างดี/3	5.12	1.635	ค่อนข้างดี/1
2. (F2) การตกแต่งและรูปลักษณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	4.23	1.429	ปานกลาง/5	4.83	1.600	ค่อนข้างดี/2	4.32	1.712	ปานกลาง/4	4.61	1.569	ค่อนข้างดี/3	4.99	1.622	ค่อนข้างดี/1
3. (F3) เมนูนี้มีคุณค่าทาง โภชนาการ	4.39	1.483	ปานกลาง/5	4.56	1.490	ค่อนข้างดี/3	4.90	1.694	ค่อนข้างดี/1	4.61	1.524	ค่อนข้างดี/2	4.52	1.744	ค่อนข้างดี/4
4. (F4) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธี การปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	3.84	1.595	ปานกลาง/5	5.07	1.638	ค่อนข้างดี/1	4.68	1.723	ค่อนข้างดี/4	4.78	1.622	ค่อนข้างดี/3	5.06	1.641	ค่อนข้างดี/2
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวม	4.07	1.234	ปานกลาง/5	4.88	1.332	ค่อนข้างดี/2	4.64	1.509	ค่อนข้างดี/4	4.69	1.380	ค่อนข้างดี/3	4.92	1.437	ค่อนข้างดี/1

จากตารางที่ 4.8 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนูโดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาล โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมาคือเมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 4.88$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานน้อย ($\bar{X} = 4.69$) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.64$) และมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ฮาลาล โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.12$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.01$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานน้อย ($\bar{X} = 4.73$) คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.56$) มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง และเมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.81$) ตามลำดับ

2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 4.99$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 4.83$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานน้อย ($\bar{X} = 4.61$) มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.32$) เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานน้อย ($\bar{X} = 4.61$) เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 4.56$) เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 4.52$) มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ

4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ฮาลาล 2 : แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ($\bar{X} = 5.07$) รองลงมาคือ เมนูไทย-ฮาลาล 5 : แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ($\bar{X} = 5.06$) เมนูไทย-ฮาลาล 4 : โรตีสานไก่ย่างหวานน้อย ($\bar{X} = 4.78$) เมนูไทย-ฮาลาล 3 : สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ($\bar{X} = 4.68$) มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ฮาลาล แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ฮาลาล 1 : ข้าวกล้องหมกไก่ ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

(4.2) อาหารไทย-เวียดนาม มี 5 เมนู

ตารางที่ 4.9 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู

อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ของเมนู ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม	ระดับด้านอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู														
	เมนูไทย-เวียดนาม 1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม Vietnamese style Thai fried rice noodle			เมนูไทย-เวียดนาม 3 ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์ เวียดนามVietnamese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup			เมนูไทย-เวียดนาม 4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบ ชะพลู Salmon wrapped in Thai Chaplu herbal leaf			เมนูไทย-เวียดนาม 5 หมี่กะทิหมูย่างCoconut- milk noodle with grilled pork		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
1. (F1) ความโดดเด่นและมี เอกลักษณ์	3.40	1.647	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.57	1.779	ค่อนข้าง ไม่ดี/4	4.24	1.810	ปานกลาง/3	4.99	1.894	ค่อนข้าง ดี/2	5.46	1.720	ดี/1
2. (F2) การตกแต่งและรูปลักษณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	3.59	1.737	ปานกลาง/5	3.98	1.819	ปานกลาง/4	4.02	1.817	ปานกลาง/3	4.94	1.751	ค่อนข้าง ดี/2	5.36	1.662	ดี/1
3. (F3) เมนูนี้มีคุณค่าทาง โภชนาการ	3.98	1.577	ปานกลาง/5	4.34	1.721	ปานกลาง/4	4.88	1.707	ค่อนข้างดี/3	5.07	1.743	ค่อนข้าง ดี/1	5.03	1.658	ค่อนข้าง ดี/2
4. (F4) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธี การปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	3.53	1.664	ค่อนข้าง ไม่ดี/5	3.69	1.769	ปานกลาง/4	4.39	1.768	ปานกลาง/3	5.14	1.701	ค่อนข้าง ดี/2	5.23	1.724	ค่อนข้าง ดี/1
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวม	3.62	4.410	ปานกลาง/5	3.90	1.552	ปานกลาง/4	4.38	1.570	ปานกลาง/3	5.03	1.603	ค่อนข้างดี/2	5.25	1.548	ค่อนข้าง ดี/1

จากตารางที่ 4.9 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนูโดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.25$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 5.03$) และมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสดเวียดนาม ($\bar{X} = 4.38$) ไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสดเวียดนาม ($\bar{X} = 3.90$) ไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อพบว่า

1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.46$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.99$) มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-เวียดนาม โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสดเวียดนาม ($\bar{X} = 4.24$) และมีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ ไทย-เวียดนาม 2 : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสดเวียดนาม ($\bar{X} = 3.57$) ไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.36$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 4.94$) และมีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสดเวียดนาม ($\bar{X} = 4.02$) ไทย-เวียดนาม 2 : ไทย-

เวียดนาม : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.98$) ไทย-เวียดนาม 1 : ไทย-เวียดนาม : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 5.07$) เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.03$) เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.88$) รองลงมาคือ มีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ ไทย-เวียดนาม 2 : ไทย-เวียดนาม : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.34$) ไทย-เวียดนาม 1 : ไทย-เวียดนาม : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-เวียดนาม 5 : หมี่กะทิหมูย่าง ($\bar{X} = 5.23$) เมนูไทย-เวียดนาม 4 : เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู ($\bar{X} = 5.14$) รองลงมาคือ มีความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-เวียดนาม 3 : ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 4.39$) ไทย-เวียดนาม 2 : ไทย-เวียดนาม : เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ($\bar{X} = 3.69$) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-เวียดนาม แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ ไทย-เวียดนาม 1 : ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

(4.3) อาหารไทย-จีน มี 5 เมนู

ตารางที่ 4.10 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู

อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู ประเภทอาหารไทย-จีน	ระดับด้านอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู														
	เมนูไทยจีน 1 ปูผัดผงกะหรี่ซี่โครง Fried crap in Thai-style spicy curry			เมนูไทยจีน 2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอส พริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli			เมนูไทยจีน 3 ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce			เมนูไทยจีน 4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup			เมนูไทยจีน 5 ปีกไก่ฉีกและน้ำแดง Chicken wing in red sauce		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
1. (F1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	4.10	1.676	ปานกลาง/3	3.74	1.663	ปานกลาง/5	4.41	1.609	ปานกลาง/2	4.02	1.894	ปานกลาง/4	4.48	1.805	ค่อนข้างดี/1
2. (F2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	4.13	1.581	ปานกลาง/3	3.52	1.573	ค่อนข้างไม่ดี/5	4.40	1.592	ปานกลาง/2	4.04	1.740	ปานกลาง/4	4.52	1.654	ค่อนข้างดี/1
3.(F3) เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.51	1.524	ค่อนข้างดี/3	3.83	1.511	ปานกลาง/5	5.11	1.528	ค่อนข้างดี/1	3.99	1.720/4	ปานกลาง/4	4.52	1.538	ค่อนข้างดี/2
4. (F4) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	4.43	1.549	ปานกลาง/3	3.92	1.676	ปานกลาง/5	4.79	1.55	ค่อนข้างดี/1	4.12	1.807	ปานกลาง/4	4.45	1.686	ค่อนข้างดี/2
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยรวม	4.31	1.258	ปานกลาง/3	3.76	1.362	ปานกลาง/5	4.67	1.347	ค่อนข้างดี/1	4.05	1.560	ปานกลาง/4	4.50	1.428	ค่อนข้างดี/2

จากตารางที่ 4.10 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนูโดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.67$) เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ คือ เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.31$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.05$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.41$) เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.10$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.02$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู ในระดับดี คือ เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.40$) เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.13$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.04$) และมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ เมนูไทย-จีน 2 : ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน แต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 5.11$) เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.52$) เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.51$) รองลงมาคือ มีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 3.99$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-จีน 3 : ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ($\bar{X} = 4.79$) เมนูไทย-จีน 5 : ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-จีน โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ คือ เมนูไทย-จีน 1 : ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ($\bar{X} = 4.43$) เมนูไทย-จีน 4 : บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ($\bar{X} = 4.12$) เมนูไทย-จีน 2 : ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

(4.4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น มี 5 เมนู

ตารางที่ 4.11 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู

อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น	ระดับด้านอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู														
	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด Raw fish served with Thai-style seafood sauce			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 ราเม็งสุโขทัย Thai- Sukhothai Style Japanese Ramen			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 ไก่ห่อใบเตย Chicken in Thai Pandan leaf			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย Yakitori in Thai-style galic and peper			เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ พริกไทยดำ Japanese Yakisoba noodle in Thai- style pepper suace		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
1. (F1) ความโดดเด่นและมี เอกลักษณ์	4.38	1.820	ปานกลาง/4	3.65	1.849	ปานกลาง/5	4.49	1.696	ค่อนข้างดี/2	4.61	1.616	ค่อนข้างดี/1	4.16	1.923	ปานกลาง/3
2. (F2) การตกแต่งและ รูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับ เมนูอื่น	4.47	1.667	ค่อนข้างดี/2	3.80	1.688	ปานกลาง/5	4.34	1.492	ปานกลาง/3	4.84	1.432	ค่อนข้างดี/1	4.07	1.787	ปานกลาง/4
3.(F3) เมนูนี้มีคุณค่าทาง โภชนาการ	5.49	1.463	ดี/1	4.60	1.535	ค่อนข้างดี/4	4.86	1.534	ค่อนข้างดี/3	5.17	1.373	ค่อนข้างดี/2	4.47	1.797	ค่อนข้างดี/5
4. (F4) เมนูนี้มีสูตรและ กรรมวิธีการปรุงที่เป็น เอกลักษณ์	4.14	1.695	ปานกลาง/4	3.92	1.722	ปานกลาง/5	4.42	1.673	ปานกลาง/2	4.52	1.547	ค่อนข้างดี/1	4.30	1.944	ปานกลาง/3
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยรวม	4.62	1.356	ค่อนข้างดี/2	4.01	1.438	ปานกลาง/5	4.53	1.352	ค่อนข้างดี/3	4.80	1.27	ค่อนข้างดี/1	4.28	1.618	ปานกลาง/4

จากตารางที่ 4.11 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนูของแต่ละข้อ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.80$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.62$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.28$) เมนูไทย - ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. **ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.61$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.38$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.16$) เมนูไทย - ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

2. **การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ** เปรียบเทียบกับเมนูอื่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.84$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.34$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.07$) เมนูไทย - ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

3. **เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 5.49$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 5.17$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.86$) เมนูไทย - ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 4.60$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.47$) ตามลำดับ

4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 : ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 : ไก่ห่อใบเตย ($\bar{X} = 4.42$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 : บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ($\bar{X} = 4.30$) เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 : ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ($\bar{X} = 4.14$) เมนูไทย – ญี่ปุ่น 2 : ราเม็งสุโขทัย ($\bar{X} = 3.92$)

(4.5) อาหารไทย-ตะวันตก มี 5 เมนู

ตารางที่ 4.12 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู

อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก	ระดับด้านอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู														
	เมนูไทยตะวันตก 1 หมย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว Grilled Pork with Thai- Style Spicy Sauce			เมนูไทยตะวันตก 2 สปาเก็ตตี้กระเพรา Thai-Style Spaghetti with basil leaf			เมนูไทยตะวันตก 3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลิ นิตอินทรีย์ Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice			เมนูไทยตะวันตก 4 สลัดน้ำส้มตำ Thai-Style Som-Tum sauce Salad			เมนูไทยตะวันตก 5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
1. (F1) ความโดดเด่นและมี เอกลักษณ์	4.11	1.585	ปานกลาง/4	4.34	1.728	ปานกลาง/2	4.64	1.972	ค่อนข้างดี/1	4.31	1.942	ปานกลาง/3	3.89	1.889	ปานกลาง/5
2. (F2) การตกแต่งและ รูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับ เมนูอื่น	4.55	1.533	ค่อนข้างดี/1	4.20	1.697	ปานกลาง/4	4.45	1.793	ค่อนข้างดี/2	4.29	1.789	ปานกลาง/3	3.60	1.816	ปานกลาง/5
3. (F3) เมนูนี้มีคุณค่าทาง โภชนาการ	4.35	1.511	ปานกลาง/5	4.72	1.619	ค่อนข้างดี/3	5.32	1.610	ดี/1	5.22	1.742	ค่อนข้างดี/2	4.42	1.801	ปานกลาง/4
4. (F4) เมนูนี้มีสูตรและ กรรมวิธีการปรุงที่เป็น เอกลักษณ์	4.25	1.622	ปานกลาง/3	4.16	1.757	ปานกลาง/5	4.44	1.887	ค่อนข้างดี/1	4.38	1.761	ปานกลาง/2	4.24	3.173	ปานกลาง/4
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยรวม	4.30	1.320	ปานกลาง/4	4.33	1.444	ปานกลาง/3	4.71	1.558	ค่อนข้างดี/1	4.55	1.507	ค่อนข้างดี/2	4.06	1.649	ปานกลาง/5

จากตารางที่ 4.12 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนู โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนูของแต่ละข้อ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.71$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.33$) เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.30$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 4.06$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายชื่อ พบว่า

1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.34$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.31$) เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.11$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.55$) เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.29$) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.20$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 5.32$) เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 5.22$) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่อ

อาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด ($\bar{X} = 4.42$) เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับค่อนข้างดี คือ เมนูไทย-ตะวันตก 3 : แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูโดยรวมต่ออาหารไทย-ตะวันตก โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนูในระดับปานกลาง คือ เมนูไทย-ตะวันตก 4 : สลัดน้ำส้มตำ ($\bar{X} = 4.38$) เมนูไทย-ตะวันตก 1 : หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ($\bar{X} = 4.25$) เมนูไทย-ตะวันตก 5 : ซุปเบคอนผักหวานและนاناเห็ด ($\bar{X} = 4.24$) เมนูไทย-ตะวันตก 2 : สเปกเก็ตตี้กระเพรา ($\bar{X} = 4.16$) ตามลำดับ

(5) ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่รวมแต่ละประเภท

ตารางที่ 4.13 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

ทศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่	ระดับทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่														
	เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ อาหารไทย-ฮาลาล			เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ อาหารไทย-เวียดนาม			เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ อาหารไทย-จีน			เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ อาหารไทย-ญี่ปุ่น			เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ อาหารไทย-ตะวันตก		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ	$\bar{X}$	SD	แปลผล/ อันดับ
ทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่															
1. (E1) ความชอบต่อเมนูนี้	4.89	.950	ค่อนข้างดี/1	4.46	.923	ค่อนข้างดี/5	4.48	.952	ค่อนข้างดี/4	4.65	.976	ค่อนข้างดี/2	4.50	.874	ค่อนข้างดี/3
2. (E2) ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	4.89	.896	ค่อนข้างดี/1	4.56	.946	ค่อนข้างดี/3	4.51	.937	ค่อนข้างดี/4	4.67	1.008	ค่อนข้างดี/2	4.48	.934	ค่อนข้างดี/5
3. (E6) ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	4.01	1.108	ปานกลาง/1	3.59	1.076	ปานกลาง/3	3.53	1.140	ค่อนข้างไม่ดี/4	3.69	1.249	ปานกลาง/2	3.31	1.250	ค่อนข้างไม่ดี/5
ทศนคติโดยรวม	4.60	0.842	ค่อนข้างดี/1	4.21	0.882	ปานกลาง/3	4.18	0.895	ปานกลาง/4	4.34	0.953	ปานกลาง/2	4.11	0.937	ปานกลาง/5
อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่															
4. (E3) แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	4.56	.981	ค่อนข้างมาก/1	4.10	.980	ปานกลาง/3	4.06	1.007	ปานกลาง/4	4.30	1.037	ปานกลาง/2	4.03	1.011	ปานกลาง/5
5. (E4) ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้	4.58	1.027	ค่อนข้างมาก/1	4.18	.990	ปานกลาง/3	4.07	1.064	ปานกลาง/4	4.30	1.097	ปานกลาง/2	4.03	1.113	ปานกลาง/5
6. (E5) โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	4.66	1.021	ค่อนข้างมาก/1	4.17	1.071	ปานกลาง/3	4.07	.976	ปานกลาง/4	4.29	1.086	ปานกลาง/2	4.00	1.050	ปานกลาง/5
อุปสงค์โดยรวม	4.31	0.959	ปานกลาง/1	4.15	0.923	ปานกลาง/3	4.07	0.977	ปานกลาง/4	4.30	1.033	ปานกลาง/2	4.03	1.020	ปานกลาง/5

จากตารางที่ 4.13 ทศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ จำแนกตามรายข้อ พบว่า

ทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.60$) มีทศนคติโดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.34$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.21$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.18$) อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

1. ความชอบต่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.89$) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.65$) อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.50$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.48$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติโดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดี คือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.89$) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.67$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.56$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.51$) อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลาง คือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.01$) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 3.69$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือมีทศนคติโดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างไม่ดี คือ อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 3.53$) อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ

อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอุปสงค์โดยรวมต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลางคือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือมีทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลาง อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.30$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.15$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.07$) คือ อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแต่ละเมนู จำแนกตามรายข้อ พบว่า

4. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมาก คือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือมีทศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลาง อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.30$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.10$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.06$) คือ อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

5. ถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างมากคือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.58$) และมีทัศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลางคือ อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.30$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.18$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.07$) คือ อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

6. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับค่อนข้างดีคือ อาหารไทย-ฮาลาล ($\bar{X} = 4.66$) และมีทัศนคติต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยเปรียบเทียบแต่ละเมนู ในระดับปานกลางคือ อาหารไทย-ญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.29$) อาหารไทย-เวียดนาม ($\bar{X} = 4.17$) อาหารไทย-จีน ($\bar{X} = 4.07$) คือ อาหารไทย-ตะวันตก ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) (2) สถิติการวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) และ (3) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามเพศ

อุปสงค์		Levene's test		X		t	df	Sig.
		F	Sig.	ชาย	หญิง			
ไทย-ชาลาล								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.406	.525	5.06	5.31	-0.937	140	.350
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	0.958	.329	5.09	4.49	-1.442	138	.152
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.024	.878	5.11	5.34	-0.824	141	.412
ไทย-เวียตนาม								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.005	.942	5.21	5.31	-0.324	143	.746
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	0.001	.972	5.43	5.29	0.474	143	.636
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.115	.735	0.530	5.32	-0.059	143	.953
ไทย-จีน								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances not assumed	4.131*	.044	4.74	4.43	1.006	83.127	.318
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	2.171	.143	4.81	4.38	1.378	137	.170
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	1.410	.237	4.76	4.43	1.065	139	.289
ไทย-ญี่ปุ่น								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances not assumed	4.626*	.033	5.00	4.82	0.654	144	.514
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances not assumed	6.636*	.011	4.98	4.93	0.168	93.293	.867
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances not assumed	9.306**	.003	4.85	4.86	-0.010	95.730	.992
ไทย-ตะวันตก								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.669	.415	4.59	4.56	0.108	143	.914
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	0.189	.664	4.56	4.37	0.655	143	.513
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.117	.732	4.62	4.58	0.140	142	.889

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท
จำแนกตามเพศ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะ
เลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ใน
ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่
จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะ
เลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะ
เลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะ
เลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละ
ประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่
แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามอายุ

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig test	ANOVA			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.195	.315	.228	.950	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.734	.599	.520	.774	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.311	.263	1.092	.368	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.993	.425	0.501	.775	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.473	.203	0.219	.954	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.902	.482	0.416	.837	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.594	.704	2.733*	.022	-	-
	1-4 = 1.847**, 2-4 = 1.264*, 3-4 = 1.192*, 4-5 = -1.442*					
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	2.996*	.014	-	-	2.872*	.022
	1-4 = 1.839**, 2-4 = 1.381*, 4-5 = 1.894*					
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.988	.084	1.518	.188	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.469	.798	0.875	.499	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.506	.772	0.278	.924	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.652	.661	0.648	.663	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.666	.147	1.307	.264	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	2.112	.068	1.098	.365	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.513	.766	1.269	.281	-	-

หมายเหตุ : (1) 1 หมายถึง อายุต่ำกว่า 25 ปี, 2 หมายถึง อายุ 25 – 34 ปี, 3 หมายถึง อายุ 35 – 44 ปี, 4 หมายถึง อายุ 45 – 54 ปี, 5 หมายถึง อายุ 55 – 64 ปี และ 6 หมายถึง อายุ 65 ปีขึ้นไป (2)* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.381

3.7 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 45-54 ปี มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55-64 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.894

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามสถานภาพ

อุปสงค์		Levene's test		X		t	df	Sig.
		F	Sig.	ชาย	หญิง			
ไทย-ชาลาล								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.255	.614	5.15	5.11	0.142	140	.887
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	0.494	.483	5.19	5.30	-0.345	138	.731
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.750	.388	5.23	5.06	0.540	141	.590
ไทย-เวียดนาม								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.488	.486	5.23	5.15	0.255	143	.799
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	2.100	.149	5.35	5.29	0.163	143	.871
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.308	.580	5.35	5.07	0.820	143	.414
ไทย-จีน								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.051	.821	4.66	4.47	0.625	137	.533
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	0.118	.732	4.66	4.53	0.367	134	.714
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	0.003	.959	4.67	4.47	0.641	136	.522
ไทย-ญี่ปุ่น								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.446	.505	5.16	4.61	2.037*	142	.043
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	2.544	.113	5.19	4.63	1.934	139	.055
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances assumed	2.380	.125	5.09	4.51	1.951	141	.053
ไทย-ตะวันตก								
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	Equal variances assumed	0.806	.371	4.64	4.48	0.566	144	.572
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	Equal variances assumed	1.232	.269	4.60	4.24	1.206	144	.230
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	Equal variances not assumed	4.028*	.047	4.69	4.42	0.803	73.353	.425

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท
จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพโสด/มีคู่/อยู่คนเดียว/แยกกันอยู่ มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามระดับการศึกษา และเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อุปสงค์	Levene Statistic		ANOVA			
	F	Sig.	F	Sig.	Brown-Forsythe	Sig.
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	4.387*	.014	-	-	2.110	.126
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.206	.303	1.339	.266	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.511	.225	1.560	.214	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.608	.204	1.515	.224	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.531	.220	0.591	.555	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.702	.497	0.731	.484	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.320	.727	1.611	.204	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.729	.485	0.481	.619	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.786	.458	0.693	.502	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.180	.310	0.234	.791	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.835	.436	0.456	.635	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.628	.200	0.552	.577	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	4.458*	.013	-	-	0.825	.441
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	2.454	.090	1.617	.202	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	3.208*	.043	-	-	2.280	.107

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพ

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig	ANOVA			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.938	.444	0.379	.823	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.739	.567	0.581	.677	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.220	.927	0.448	.774	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.637	.169	2.013	.096	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.306	.271	2.063	.089	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.310	.269	1.865	.120	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.209	.933	0.323	.862	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.116	.977	0.537	.708	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.415	.797	0.370	.830	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.190	.318	1.149	.231	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.307	.271	1.135	.343	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	2.317	.060	0.793	.532	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.689	.601	1.276	.282	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.813	.519	1.784	.135	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.423	.792	1.035	.392	-	-

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig	ANOVA			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	5.246**	.002	-	-	0.711	.550
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.473	.225	1.375	.254	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	2.438	.068	1.204	.311	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.629	.598	0.090	.966	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.298	.278	0.296	.828	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.308	.275	0.280	.840	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.586	.625	0.288	.834	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.104	.351	0.120	.948	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.063	.979	0.183	.908	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	3.365*	.021	-	-	1.578	.201
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3.314*	.023	-	-	2.380	.076
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	2.511	.062	1.191	.316	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2.239	.087	2.495	.063	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.869	.459	2.197	.092	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	3.709*	.014	-	-	1.386	.256

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามศาสนา

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig	Anova			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.060	.369	0.579	.630	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.723	.540	0.442	.723	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	2.103	.103	0.850	.469	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.321	.810	1.849	.142	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.233	.0873	1.017	.388	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.240	.868	0.755	.522	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.121	.947	0.066	.978	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.309	.819	0.739	.531	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.809	.492	0.653	.583	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	5.522**	.001	-	-	1.712	.181
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3.841*	.011	-	-	0.885	.461
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	4.272**	.006	-	-	2.046	.123
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2.703*	.048	-	-	0.125	.943
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	5.607**	.001	-	-	0.058	.977
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	.865*	.011	-	-	0.044	.984

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.8 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig	ANOVA			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.737	.532	0.271	.846	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.839	.475	0.202	.895	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.298	.827	0.038	.990	-	-
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.017	.388	0.352	.788	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.548	.651	0.234	.872	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.454	.715	0.430	.732	-	-
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.516	.672	2.034	.113	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.038	.379	3.823*	.012	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.011	.390	3.050*	.031	-	-
1-2 = 0.953**						
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	5.167**	.002			0.691	.564
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.824	.146	1.140	.335	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.675	.176	0.454	.715	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.940	.126	1.510	.215	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3.677*	.014	-	-	2.160	.098
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.705	.169	1.394	.247	-	-

หมายเหตุ : (1) 1 หมายถึง การเดินทางแบบท่องเที่ยวโดยลำพัง, 2 หมายถึง การเดินทางแบบมาอยู่กับครอบครัว/เพื่อน, 3 หมายถึง การเดินทางแบบท่องเที่ยวแบกเป้ (2) * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4.21 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท จำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์เมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแบบท่องเที่ยวโดยลำพัง มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบมากับครอบครัว/เพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างของอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.036

3.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแบบมากับครอบครัว/เพื่อน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้น้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบนักท่องเที่ยวแบกเป้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างของอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ -1.094

3.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแบบท่องเที่ยวโดยลำพัง มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบมากับครอบครัว/เพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างของอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.953

ส่วนอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-จีน ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.9 นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามเชื้อชาติ

อุปสงค์	Levene Statistic	Sig	ANOVA			
			F	Sig	Brown- Forsythe	Sig
ไทย-ฮาลาล						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.601	.178	0.698	.595	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3..050*	.019	-	-	0.509	.731
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	3.351*	.012	-	-	0.732	.581
ไทย-เวียดนาม						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	3.551**	.009	-	-	4.653**	.006
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	1.668	.161	4.823**	.001	-	-
	1-2 = 2.994*, 1-4 = 1.827**, 2-3 = -3.400**, 2-5 = 2.500*, 3-4 = 2.33, 4-5 = 1.333					
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	1.646	.166	3.885**	.005	-	-
	1-2 = 2.890*, 1-4 = 1.390*, 2-3 = -3.400**, 3-4 = 1.900**					
ไทย-จีน						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.105	.981	0.796	.530	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.179	.949	0.684	.604	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.207	.093	0.788	.535	-	-
ไทย-ญี่ปุ่น						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	1.186	.320	0.204	.936	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	2.016	.096	0.398	.810	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	2.084	.086	1.469	.215	-	-
ไทย-ตะวันตก						
1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	0.482	.749	1.368	.248	-	-
2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	0.501	.735	1.955	.105	-	-
3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	0.330	.857	1.565	.187	-	-

หมายเหตุ : (1) 1 หมายถึง เชื้อชาติตะวันตก, 2 หมายถึง เชื้อชาติญี่ปุ่น, 3 หมายถึง เชื้อชาติจีน, 4 หมายถึง เวียดนาม, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, 5 หมายถึง เชื้อชาติอื่นๆ (2) * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4.22 การเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภท จำแนกตามเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ฮาลาล ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-เวียดนาม ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทย-ตะวันตก ในด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่มีทั้งหมด 6 ตัวแปร และตัวแปรตาม 3 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ประกอบด้วย:

X_1	ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา
X_2	ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่
X_3	การแสวงหาความหลากหลาย
X_4	เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน
X_5	รสชาติดีมีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร
X_6	ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ

ตัวแปรตามประกอบด้วย:

อุปสงค์:

y_1	แนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคต
y_2	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้
y_3	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต

สมมติฐานที่ 2.1 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

H_1 : ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูข้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตที่มีค่าสูงสุด

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล	ไทย -ฮาลาล			ไทย-เวียดนาม			ไทย-จีน			ไทย-ญี่ปุ่น			ไทย-ตะวันตก		
	B	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant								6.193**	.000		6.984**	.000			
- ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมศาสนา (X ₁)		-			-		0.047	0.548	.585	0.138	1.628	.106		-	
- ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ (X ₂)		-			-		0.059	0.671	.503	0.112	1.304	.194		-	
- การแสวงหาความหลากหลาย (X ₃)		-			-		0.064	0.745	.458	0.179	2.106*	.037		-	
- เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน (X ₄)		-			-		0.184	2.149*	.033	0.049	0.576	.566		-	
- รสชาติที่มีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร (X ₅)		-			-		0.133	1.472	.143	0.017	0.181	.857		-	
- ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับมีคนแนะนำบอกต่อ (X ₆)		-			-		-0.037	-0.406	.685	0.050	0.581	.562		-	
	-			-			F = 4.620* Sig = .033 R = 0.184 Ad.R ² = 0.026 R ² = 0.034 S.E.= 1.650			F = 4.434* Sig = .037 R = 0.179 Ad.R ² = 0.025 R ² = 0.032 S.E.= 1.603			-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.23 พบว่า จากการทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าใน อนาคตที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม และประเภท ไทย-ตะวันตก

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ได้แก่ เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน ($\beta = 0.184$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ร้อยละ 2.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.650 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ได้แก่ การแสวงหาความหลากหลาย ($\beta = 0.179$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ร้อยละ 2.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าใน อนาคตที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.603 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.50

สมมติฐานที่ 2.2 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหาร จะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

H_1 : ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

ตารางที่ 4.24 วิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุด

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล	ไทย -ฮาลาล			ไทย-เวียดนาม			ไทย-จีน			ไทย-ญี่ปุ่น			ไทย-ตะวันตก		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		4.386**	.000		4.562**	.000		4.264**	.000						
- ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมศาสนา (X ₁)	-0.109	-1.288	.200	-0.025	-0.292	.770	0.019	0.221	.826		-			-	
- ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ (X ₂)	0.107	1.253	.212	0.045	0.534	.594	0.093	1.059	.292		-			-	
- การแสวงหาความหลากหลาย (X ₃)	0.189	2.239*	.027	0.034	.379	.705	-0.070	-0.713	.477		-			-	
- เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน (X ₄)	0.087	.998	.320	-0.036	-0.424	.673	0.106	1.168	.245		-			-	
- รสชาติที่ดีมีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร (X ₅)	-0.098	-1.075	.284	0.217	2.591*	.011	0.195	2.253*	.026		-			-	
- ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับมีคนแนะนำบอกต่อ (X ₆)	0.173	2.056*	.042	-0.001	-0.017	.986	-0.004	-0.046	.963		-			-	
	F = 4.146* Sig = .018			F = 6.711* Sig = .011			F = 5.076* Sig = .026								
	R = 0.241 Ad.R ² = 0.044			R = 0.217 Ad.R ² = 0.040			R = 0.195 Ad.R ² = 0.030			-			-		
	R ² = 0.058 S.E.= 1.656			R ² = 0.047 S.E.= 1.733			R ² = 0.038 S.E.= 1.753								

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.24 พบว่า จากการทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น และประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล อันดับหนึ่งได้แก่ การแสวงหาความหลากหลาย ($\beta = 0.189$) รองลงมาได้แก่ ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับมีคนแนะนำ/บอกต่อ ($\beta = 0.173$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ร้อยละ 4.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.656 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 95.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ได้แก่ รสชาติที่ดีที่มีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร ($\beta = 0.217$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ

อุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ร้อยละ 4.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.733 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 96.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ได้แก่ รสชาติที่ดีที่มีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร ($\beta = 0.195$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ร้อยละ 3.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.753 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.00

สมมติฐานที่ 2.3 ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

H_1 : ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด

ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล	ไทย -ฮาลาล			ไทย-เวียดนาม			ไทย-จีน			ไทย-ญี่ปุ่น			ไทย-ตะวันตก		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		6.121**	.000		4.866**	.000		6.193**	.000						
ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมศาสนา (X_1)	-0.118	-1.415	.159	0.019	.218	.828	0.047	0.548	.585		-			-	
ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ (X_2)	0.117	1.394	.166	0.028	0.331	.741	0.059	0.671	.503		-			-	
การแสวงหาความหลากหลาย (X_3)	0.191	2.295*	.023	0.025	0.280	.780	0.064	0.745	.458		-			-	
เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน (X_4)	0.086	1.012	.313	-0.055	-0.647	.519	0.184	2.149*	.033		-			-	
รสชาติที่ดีมีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร (X_5)	-0.019	-0.209	.835	0.172	2.034*	.044	0.133	1.472	.143		-			-	
ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับมีคนแนะนำบอกต่อ (X_6)	0.154	1.858	.065	-0.019	-0.222	.825	-0.037	-0.406	.685		-			-	
	F = 5.269* Sig = .023 R = 0.191 Ad.R ² = 0.030 R ² = 0.037 S.E.= 1.674			F = 4.136* Sig = .044 R = 0.172 Ad.R ² = 0.022 R ² = 0.030 S.E.= 1.777			F = 4.620* Sig = .033 R = 0.174 Ad.R ² = 0.026 R ² = 0.034 S.E.= 1.650			-			-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า จากการทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-ญี่ปุ่น** และประเภทอาหาร**ไทย-ตะวันตก**

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-ฮาลาล** ได้แก่ การแสวงหาความหลากหลาย ($\beta = 0.191$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-ฮาลาล** ร้อยละ 3.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.674 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-เวียดนาม** ได้แก่ รสชาติดีมีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร ($\beta = 0.172$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-เวียดนาม** ร้อยละ 2.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.777 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-จีน** ได้แก่ เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน ($\beta = 0.184$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด ของอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหาร**ไทย-จีน** ร้อยละ 2.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุด เท่ากับ 1.650 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูที่มีค่าสูงสุด ร้อยละ 97.40

สมมติฐานที่ 3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 3 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ ประกอบด้วย:

- X_1 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์
- X_2 การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น
- X_3 เมนูนี้คุณค่าทางโภชนาการ
- X_4 เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์

ตัวแปรตามประกอบด้วย:

อุปสงค์:

- y_1 แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต
- y_2 ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้
- y_3 โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต

สมมติฐานที่ 3.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทยฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหอมไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอ			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		4.827**	.000		2.162*	.032		1.274	.205		0.800	.425		5.693**	.000
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.393	4.446**	.000	0.347	4.696**	.000	0.276	2.844**	.005	0.381	4.469**	.000	0.073	0.784	.434
การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.254	2.866**	.005	0.469	6.361**	.000	0.384	3.956**	.000	0.262	3.087**	.000	0.391	4.413**	.000
เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.055	0.672	.503	0.020	0.268	.789	-0.004	-0.045	.964	0.185	2.313*	.022	0.279	3.153**	.002
เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.023	0.259	.796	-0.056	-0.644	.521	0.129	1.223	.223	0.096	1.042	.299	0.030	0.274	.785
	F = 35.380** Sig = .000 R = 0.585 Ad.R ² = 0.333 R ² = 0.342 S.E. = 1.312			F = 84.924** Sig = .000 R = 0.740 Ad. R ² = 0.542 R ² = 0.548 S.E. = 1.178			F = 40.103** Sig = .000 R = 0.612 Ad.R ² = 0.365 R ² = 0.374 S.E. = 1.503			F = 52.080** Sig = .000 R = 0.730 Ad.R ² = 0.523 R ² = 0.533 S.E. = 1.255			F = 40.589** Sig = .000 R = 0.610 Ad.R ² = 0.363 R ² = 0.372 S.E. = 1.280		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.393$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.254$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 33.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.312 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 66.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.469$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.347$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 54.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.178 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 45.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อสัปดาห์** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.384$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.276$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ สัปดาห์ ร้อยละ 36.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.503 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 63.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสานเขียวหวานเนื้อมะพร้าว** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.381$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.262$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.185$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสานเขียวหวานเนื้อมะพร้าว ร้อยละ 52.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.255 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 47.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัต
ลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่
บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.391$)
รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.279$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้าน
แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 36.30
(Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการ
อุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.280 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่อ
อุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 63.70

สมมติฐานที่ 3.1.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือก
เมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะ
เลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะ
เลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		1.702	.091		2.111*	.037		0.570	.571		1.033	.303		4.730**	.000
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.488	6.494**	.000	0.453	6.221**	.000	0.415	4.255**	.000	0.431	5.191**	.000	0.058	0.659	.511
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.289	3.843**	.000	0.374	5.146**	.000	0.155	1.490	.139	0.209	2.529*	.013	0.520	6.124**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.071	0.993	.323	0.039	0.534	.594	-0.094	-0.995	.322	0.207	2.644**	.009	0.195	2.290**	.024
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.078	1.008	.315	0.021	0.258	.797	0.258	2.647**	.009	0.145	1.627	.106	0.043	0.414	.679
	F = 64.888** Sig = .000 R = 0.696 Ad.R ² = 0.477 R ² = 0.485 S.E. = 1.315			F = 86.968** Sig = .000 R = 0.747 Ad.R ² = 0.551 R ² = 0.558 S.E. = 1.162			F = 42.078** Sig = .000 R = 0.625 Ad.R ² = 0.382 R ² = 0.391 S.E. = 1.541			F = 57.309** Sig = .000 R = 0.748 Ad.R ² = 0.550 R ² = 0.560 S.E. = 1.209			F = 53.226** Sig = .000 R = 0.664 Ad.R ² = 0.433 R ² = 0.441 S.E. = 1.268		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.27 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.488$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.289$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 47.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.315 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 52.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.453$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.374$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 55.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.142 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 44.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.415$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.258$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ร้อยละ 38.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.541 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 61.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.431$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.209$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.207$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ร้อยละ 55.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .01 .05 และ .01 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.209 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 45.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.520$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.195$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 43.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.268 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 56.70

สมมติฐานที่ 3.1.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหอมไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		2.327	.021		2.169*	.032		0.211	.833		1.671	.097		4.854**	.000
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X ₁)	0.419	5.505**	.000	0.391	5.408**	.000	0.163	1.555	.122	0.373	4.493**	.000	0.096	1.054	.294
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X ₂)	0.356	4.684**	.000	0.439	6.081**	.000	0.387	4.165**	.000	0.392	4.713**	.000	0.452	5.183**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X ₃)	0.098	1.367	.174	0.028	0.390	.697	-0.037	-0.399	.691	0.096	1.150	.252	0.232	2.657**	.009
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุง ที่เป็นเอกลักษณ์(X ₄)	0.058	0.751	.454	0.087	1.046	.297	0.304	3.268**	.001	0.173	1.862	.065	0.119	1.115	.267
	F =63.269** Sig = .000 R = 0.692 Ad.R ² = 0.471 R ² = 0.478 S.E.= 1.287			F =90.510** Sig = .000 R = 0.751 Ad.R ² = 0.558 R ² = 0.564 S.E.= 1.168			F =45.460** Sig = .000 R = 0.637 Ad.R ² = 0.397 R ² = 0.406 S.E.= 1.602			F =65.366** Sig = .000 R = 0.700 Ad.R ² = 0.483 R ² = 0.490 S.E.= 1.348			F = 44.287** Sig = .000 R = 0.627 Ad.R ² = 0.384 R ² = 0.393 S.E.= 1.336		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.419$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.356$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 47.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.287 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 52.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.439$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.391$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 55.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.168 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 44.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.387$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.304$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ร้อยละ 39.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.602 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 60.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อทอด อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.392$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.373$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อทอด ร้อยละ 48.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .05 และ .01 ตามลำดับ โดยมีค่าความ

คลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.348 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 51.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.452$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.232$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 38.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.336 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 61.60

สมมติฐานที่ 3.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.2.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์นึ่งผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมีกะทิหอยนางรม		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		3.435**	.001		3.868**	.000		2.954**	.004		0.847	.399		2.022*	.045
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.524	6.286**	.000	0.210	2.247*	.026	0.123	1.347	.180	0.434	4.536**	.000	0.209	1.982*	.050
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.120	1.137	.258	0.562	6.017**	.000	0.713	11.770**	.000	0.232	1.688	.094	0.118	1.055	.293
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.046	0.481	.632	0.062	0.803	.424	0.101	1.249	.214	0.246	2.573*	.011	0.362	3.937**	.000
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.190	2.272*	.025	0.039	0.443	.659	0.117	1.352	.179	0.166	1.464	.146	0.239	2.215*	.028
	F = 51.726** Sig = .000 R = 0.660 Ad.R ² = 0.427 R ² = 0.436 S.E. = 1.338			F = 81.853** Sig = .000 R = 0.739 Ad.R ² = 0.540 R ² = 0.546 S.E. = 1.239			F = 138.526** Sig = .000 R = 0.713 Ad.R ² = 0.505 R ² = 0.508 S.E. = 1.316			F = 44.618** Sig = .000 R = 0.634 Ad.R ² = 0.393 R ² = 0.402 S.E. = 1.566			F = 55.017** Sig = .000 R = 0.743 Ad.R ² = 0.542 R ² = 0.552 S.E. = 1.214		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.524$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.190$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ร้อยละ 42.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.338 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 57.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.562$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.210$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 54.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.239 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 45.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม** ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.713$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 50.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.316 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 49.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.437$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.246$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการ

บริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู ร้อยละ 39.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.566 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 60.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมูย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.362$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.239$) และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.209$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมูย่าง ร้อยละ 54.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.214 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 45.80

สมมติฐานที่ 3.2.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		2.359*	.020		4.003**	.000		-0.043	.966		1.148	.253		2.114*	.036
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X ₁)	0.463	4.738**	.000	0.124	1.360	.176	0.059	0.671	.503	0.272	2.030*	.044	0.155	1.356	.177
การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X ₂)	0.294	3.007**	.003	0.749	13.234**	.000	0.677	9.326**	.000	0.402	3.007**	.003	0.399	4.000**	.000
เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X ₃)	0.070	0.858	.392	0.017	0.235	.815	0.148	2.043*	.043	0.062	0.631	.529	0.191	2.034*	.044
เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการ ปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X ₄)	0.133	1.658	.100	0.063	0.776	.439	0.042	0.494	.622	0.071	0.614	.540	0.224	2.270*	.025
	F =70.418** Sig = .000 R = 0.717 Ad.R ² = 0.507 R ² = 0.514 S.E.= 1.290			F=175.151** Sig = .000 R = 0.749 Ad.R ² = 0.558 R ² = 0.561 S.E.= 1.243			F=106.356** Sig = .000 R = 0.784 Ad.R ² = 0.610 R ² = 0.615 S.E.= 1.244			F =49.321** Sig = .000 R = 0.653 Ad.R ² = 0.417 R ² = 0.426 S.E.= 1.525			F = 57.473** Sig = .000 R = 0.750 Ad.R ² = 0.553 R ² = 0.563 S.E.= 1.197		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.463$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.294$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ร้อยละ 50.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.290 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 49.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.749$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 55.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.243 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 44.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.677$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.148$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 61.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.244 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 38.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.402$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.272$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพร

ไบชะพลู ร้อยละ 41.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.525 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 58.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิ หมูย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.399$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.224$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.191$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมูย่าง ร้อยละ 55.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .05 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.197 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 44.70

สมมติฐานที่ 3.2.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		2.981**	.003		3.670**	.000		-0.292	.771		0.277	.783		2.261*	.025
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.294	2.843**	.005	0.210	2.258*	.026	0.121	1.329	.186	0.476	4.697**	.000	0.100	0.862	.390
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.411	3.975**	.000	0.561	6.025**	.000	0.611	8.143**	.000	0.202	1.460	.147	0.378	4.047**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.148	1.737	.085	0.081	1.066	.288	0.209	2.792**	.006	0.061	0.615	.540	0.120	1.244	.216
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X_4)	0.163	1.933	.055	0.026	0.299	.766	-0.004	-0.041	.968	0.221	2.177*	.031	0.398	4.263**	.000
	F =52.766** Sig = .000 R = 0.667 Ad.R ² = 0.436 R ² = 0.444 S.E.= 1.422			F =80.114** Sig = .000 R = 0.737 Ad.R ² = 0.536 R ² = 0.543 S.E.= 1.262			F =94.305** Sig = .000 R = 0.767 Ad.R ² = 0.582 R ² = 0.588 S.E.= 1.287			F =51.441** Sig = .000 R = 0.660 Ad.R ² = 0.428 R ² = 0.436 S.E.= 1.566			F = 77.727** Sig = .000 R = 0.732 Ad.R ² = 0.528 R ² = 0.535 S.E.= 1.252		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.411$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.294$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ร้อยละ 43.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.422 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 56.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.561$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.210$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 53.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.262 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 46.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.611$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.209$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 58.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.287 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 41.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.476$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.221$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู ร้อยละ 42.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดย

มีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.566 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 57.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิ หนุ่ยย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.398$) รองลงมา ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.378$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิ หนุ่ยย่าง ร้อยละ 52.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.252 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 47.20

สมมติฐานที่ 3.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.3.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 บุฟเฟ่ต์ผัดกะหรี่ซีเม้า			เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		1.591	.114		2.464*	.015		1.960	.052		1.454	.148		3.596**	.000
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.252	3.155**	.002	0.164	2.003*	.047	0.155	1.860	.065	0.184	2.045*	.043	0.368	4.268**	.000
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.444	5.552**	.000	0.571	6.951**	.000	0.539	6.940**	.000	0.360	3.682**	.000	0.471	5.465**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.142	1.817	.071	0.049	0.624	.534	0.250	3.222**	.002	0.225	2.410*	.017	0.119	1.778	.078
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.096	1.149	.253	-0.005	-0.053	.958	0.134	1.566	.120	0.039	0.380	.705	0.055	0.687	.494
	F = 41.759** Sig = .000 R = 0.617 Ad.R ² = 0.371 R ² = 0.380 S.E. = 1.495			F = 61.003** Sig = .000 R = 0.689 Ad.R ² = 0.467 R ² = 0.475 S.E. = 1.217			F = 73.935** Sig = .000 R = 0.726 Ad.R ² = 0.519 R ² = 0.526 S.E. = 1.129			F = 38.674** Sig = .000 R = 0.685 Ad.R ² = 0.458 R ² = 0.470 S.E. = 1.361			F = 105.780** Sig = .000 R = 0.792 Ad.R ² = 0.621 R ² = 0.627 S.E. = 1.038		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีมา** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.444$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.252$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีมา ร้อยละ 37.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.495 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 62.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.571$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.164$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ร้อยละ 46.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.217 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 53.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.539$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.250$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 51.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.129 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 48.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.360$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.225$) และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.184$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 45.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .05 และ

.05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.361 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 54.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ทอดและน้ำแดง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.471$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.368$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ทอดและน้ำแดง ร้อยละ 62.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.038 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 37.90

สมมติฐานที่ 3.3.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 บุฟเฟ่ต์ผัดผักรั้วหมู			เมนูไทย-จีน2 ซีโรงหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.801	.424		0.315	.753		1.322	.189		1.858	.065		0.960	.339
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.080	0.978	.330	0.030	0.343	.732	-0.013	-0.157	.876	0.139	1.557	.122	0.394	4.214**	.000
การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.526	7.710**	.000	0.524	7.081**	.000	0.607	8.391**	.000	0.449	5.067**	.000	0.282	3.275**	.001
เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.276	4.049**	.000	0.248	3.357**	.001	0.092	1.199	.233	0.292	3.289**	.001	0.235	3.489**	.001
เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.145	1.843	.068	0.006	0.063	.949	0.231	3.200**	.002	0.024	0.248	.804	0.084	1.003	.318
	F = 59.479** Sig = .000 R = 0.684 Ad.R ² = 0.461 R ² = 0.468 S.E. = 1.403			F = 60.253** Sig = .000 R = 0.688 Ad.R ² = 0.466 R ² = 0.473 S.E. = 1.330			F = 102.497** Sig = .000 R = 0.779 Ad.R ² = 0.601 R ² = 0.607 S.E. = 1.088			F = 58.564** Sig = .000 R = 0.686 Ad.R ² = 0.462 R ² = 0.470 S.E. = 1.412			F = 71.465** Sig = .000 R = 0.797 Ad.R ² = 0.627 R ² = 0.635 S.E. = 1.104		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.526$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.276$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า ร้อยละ 46.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.403 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 44.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.524$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.248$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ร้อยละ 46.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.330 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 53.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.607$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.231$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 60.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.088 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 39.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.449$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.292$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 46.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้าน

ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.412 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 53.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อັตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอสและ น้ำแดง อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.394$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่ง และรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.282$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.235$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอสและ น้ำแดง ร้อยละ 62.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า ความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.104 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 37.30

สมมติฐานที่ 3.3.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอັตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอັตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอັตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.34 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 บุฟเฟ่ต์ผัดกะเพราซี่โครงหมู			เมนูไทย-จีน2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		1.135	.258		1.159	.249		4.378**	.000		0.103	.918		2.369*	.019
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.248	3.205**	.002	0.114	1.272	.206	0.201	2.428*	.017	0.171	2.023*	.045	0.275	3.347**	.001
การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.479	6.197**	.000	0.559	7.452**	.000	0.573	6.937**	.000	0.423	4.645**	.000	0.580	7.057**	.000
เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.145	1.921	.057	0.181	2.409*	.017	0.090	1.141	.256	0.232	2.666**	.009	0.112	1.750	.083
เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ (X_4)	0.134	1.667	.098	0.016	0.156	.876	0.096	1.107	.270	-0.073	-0.775	.440	0.085	1.118	.266
	F = 49.163** Sig = .000 R = 0.646 Ad.R ² = 0.409 R ² = 0.418 S.E. = 1.480			F = 55.917** Sig = .000 R = 0.673 Ad.R ² = 0.445 R ² = 0.453 S.E. = 1.294			F = 74.362** Sig = .000 R = 0.727 Ad.R ² = 0.521 R ² = 0.528 S.E. = 1.082			F = 52.375** Sig = .000 R = 0.740 Ad.R ² = 0.537 R ² = 0.547 S.E. = 1.343			F = 122.587** Sig = .000 R = 0.813 Ad.R ² = 0.655 R ² = 0.661 S.E. = 1.050		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเมาเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.479$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.248$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา ร้อยละ 40.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.480 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 59.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.559$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.181$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ร้อยละ 44.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.294 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 55.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.573$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.201$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 52.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.082 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 47.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.423$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.232$) และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.171$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 53.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ

.05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน อนาคต เท่ากับ 1.343 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน อนาคต ร้อยละ 46.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอและ น้ำแดง อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.580$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.275$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้าน โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอและน้ำแดง ร้อยละ 65.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้าน โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.050 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาส ที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 34.50

สมมติฐานที่ 3.4 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูใน อาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.4.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการ บริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำ ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำใน อนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.35 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ห่อใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		2.947**	.004		0.814	.417		3.756**	.000		2.822**	.006		1.578	.117
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.257	2.806**	.006	0.265	3.559**	.001	0.262	3.036**	.003	0.409	4.954**	.000	0.160	1.809	.073
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.440	4.810**	.000	0.599	8.037**	.000	0.521	6.040**	.000	0.364	4.408**	.000	0.756	13.030**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	-0.083	-1.032	.304	-0.041	-0.648	.518	0.085	1.200	.232	0.082	1.029	.305	0.121	1.552	.123
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X_4)	0.088	1.038	.301	0.136	1.842	.068	0.047	0.541	.590	0.101	1.002	.318	0.100	1.265	.208
	F =46.177** Sig = .000 R = 0.643 Ad.R ² = 0.405 R ² = 0.413 S.E.= 1.382			F=123.811** Sig = .000 R = 0.812 Ad.R ² = 0.654 R ² = 0.659 S.E.= 1.079			F =79.595** Sig = .000 R = 0.736 Ad.R ² = 0.534 R ² = 0.541 S.E.= 1.133			F =65.161** Sig = .000 R = 0.705 Ad.R ² = 0.489 R ² = 0.497 S.E.= 1.159			F=169.785** Sig = .000 R = 0.756 Ad.R ² = 0.569 R ² = 0.572 S.E.= 1.285		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.440$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.257$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 40.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.382 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 59.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.599$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.265$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 65.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.079 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 34.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.521$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.262$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย ร้อยละ 53.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.133 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 46.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.409$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.364$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ร้อยละ 48.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการ

ประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.159 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 51.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.756$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ร้อยละ 56.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.285 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 43.10

สมมติฐานที่ 3.4.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทย
ประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ห่อใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.805	.423		0.759	.449		2.958**	.004		1.392	.166		0.641	.523
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.199	2.334*	.021	0.298	3.935**	.000	0.225	2.515*	.013	0.479	6.415**	.000	0.217	2.486*	.014
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.554	6.510**	.000	0.565	7.465**	.000	0.532	5.952**	.000	0.375	5.028**	.000	0.589	6.758**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	-0.146	-1.972	.051	-0.010	-0.155	.877	0.015	0.205	.838	0.081	1.144	.255	0.028	0.348	.728
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X_4)	-0.009	-0.110	.913	0.066	0.868	.387	0.043	0.475	.635	-0.005	-0.056	.955	0.066	0.753	.453
	F =63.277** Sig = .000 R = 0.704 Ad.R ² = 0.487 R ² = 0.495 S.E.= 1.411			F=119.335** Sig = .000 R = 0.807 Ad.R ² = 0.645 R ² = 0.651 S.E.= 1.120			F =69.977** Sig = .000 R = 0.715 Ad.R ² = 0.504 R ² = 0.511 S.E.= 1.248			F=102.728** Sig = .000 R = 0.784 Ad.R ² = 0.608 R ² = 0.614 S.E.= 1.064			F = 89.462** Sig = .000 R = 0.766 Ad.R ² = 0.580 R ² = 0.587 S.E.= 1.288		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.36 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.554$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.199$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 48.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.411 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 51.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.565$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.296$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 64.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.120 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 35.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.532$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.225$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย ร้อยละ 50.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.248 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 49.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.479$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.375$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ร้อยละ 60.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการ

ประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.064 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 39.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.589$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.217$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้าน ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ร้อยละ 58.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการ ประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.288 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 42.00

สมมติฐานที่ 3.4.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.761	.448		0.845	.400		2.672**	.008		0.720	.473		0.183	.855
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.234	2.850**	.005	0.280	3.597**	.000	0.206	2.360*	.020	0.504	6.773**	.000	0.061	0.766	.445
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.554	6.730**	.000	0.565	7.256**	.000	0.561	6.409**	.000	0.341	4.592**	.000	0.806	15.457**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	-0.077	-1.092	.277	0.027	0.403	.687	0.045	0.616	.539	0.095	1.339	.183	0.064	0.902	.369
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X_4)	0.012	0.161	.872	0.103	1.329	.186	-0.066	-0.754	.452	0.144	1.612	.109	0.054	0.756	.451
	F =77.410** Sig = .000 R = 0.736 Ad.R ² = 0.535 R ² = 0.542 S.E.= 1.330			F=108.597** Sig = .000 R = 0.792 Ad.R ² = 0.622 R ² = 0.627 S.E.= 1.170			F =75.449** Sig = .000 R = 0.727 Ad.R ² = 0.521 R ² = 0.528 S.E.= 1.246			F =98.540** Sig = .000 R = 0.775 Ad.R ² = 0.595 R ² = 0.601 S.E.= 1.133			F = 238.925** Sig = .000 R = 0.806 Ad.R ² = 0.647 R ² = 0.649 S.E.= 1.169		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.37 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.554$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.234$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 53.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.330 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 46.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.565$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.280$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 62.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.170 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 37.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.561$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.206$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย ร้อยละ 52.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.246 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 47.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.504$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.341$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ร้อยละ 59.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความ

คลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.133 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 40.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.806$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ ร้อยละ 64.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.169 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 35.30

สมมติฐานที่ 3.5 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.5.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.38 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูบเบคอนผักหวานและน่านา เห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		5.022**	.000		0.327	.744		-0.148	.883		3.377**	.001		0.991	.324
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.362	4.148**	.000	0.321	3.891**	.000	0.100	1.154	.251	0.274	2.661**	.009	0.166	2.030*	.044
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.129	1.203	.231	0.277	3.125**	.002	0.505	6.223**	.000	0.383	3.724**	.000	0.601	7.343**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.143	1.944	.054	0.260	3.497**	.001	0.040	0.589	.557	-0.095	-1.110	.269	0.092	1.313	.191
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์(X_4)	0.383	4.396**	.000	0.009	0.106	.916	0.314	3.874**	.000	0.084	0.940	.349	0.013	.188	.851
	F =58.601** Sig = .000 R = 0.684 Ad.R ² = 0.460 R ² = 0.468 S.E.= 1.169			F =56.322** Sig = .000 R = 0.744 Ad.R ² = 0.544 R ² = 0.554 S.E.= 1.253			F =98.071** Sig = .000 R = 0.766 Ad.R ² = 0.581 R ² = 0.587 S.E.= 1.298			F =39.676** Sig = .000 R = 0.614 Ad.R ² = 0.368 R ² = 0.377 S.E.= 1.499			F=71.436** Sig = .000 R = 0.724 Ad.R ² = 0.516 R ² = 0.524 S.E.= 1.361		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.38 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ **เมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.383$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.362$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 46.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.169 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 54.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา** อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.321$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.277$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.260$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 54.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.253 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 45.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.505$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.314$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ร้อยละ 58.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.298 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 41.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.383$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.274$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้ม

การบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 36.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.499 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 63.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด** อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.601$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.166$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของ**เมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด** ร้อยละ 51.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.361 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 48.40

สมมติฐานที่ 3.5.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.39 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปรอบคอนผัดหวานและนานา เห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		3.324**	.001		-0.592	.555		-0.300	.764		2.657**	.009		0.597	.551
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.143	1.036	.194	0.358	4.187**	.000	0.123	1.426	.156	0.337	3.266**	.001	0.199	2.429*	.017
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับ เมนูอื่น (X_2)	0.271	2.900**	.004	0.201	2.184*	.031	0.454	5.604**	.000	0.322	3.124**	.002	0.577	7.059**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.152	1.975	.050	0.275	3.566**	.001	0.070	1.047	.297	-0.082	-0.945	.346	0.108	1.508	.134
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็น เอกลักษณ์(X_4)	0.426	4.563**	.000	-0.012	-0.139	.890	0.367	4.531**	.000	0.046	0.514	.608	0.017	0.248	.805
	F =47.873** Sig = .000 R = 0.647 Ad.R ² = 0.410 R ² = 0.419 S.E.= 1.302			F = 48.964** Sig = .000 R = 0.722 Ad.R ² = 0.510 R ² = 0.521 S.E.= 1.430			F =98.181** Sig = .000 R = 0.766 Ad.R ² = 0.581 R ² = 0.587 S.E.= 1.320			F=39.152** Sig = .000 R = 0.615 Ad.R ² = 0.368 R ² = 0.378 S.E.= 1.592			F = 70.819** Sig =.000 R = 0.725 Ad.R ² = 0.518 R ² = 0.525 S.E.= 1.351		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.39 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว อันดับหนึ่งได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.426$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.271$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 41.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.302 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 59.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.358$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.275$) และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.201$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 51.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.430 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 49.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.454$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.367$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ร้อยละ 58.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.320 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 41.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.337$) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและ

รูปลักษณะเมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.322$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 36.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.592 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 63.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณะเมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.577$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.199$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ร้อยละ 51.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.351 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 48.20

สมมติฐานที่ 3.5.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.40 การวิเคราะห์ตัวแปรตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หม่ำย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปรอบคอนผักหวานและน่านาเห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		1.825	.070		-0.087	.931		-0.121	.904		2.152*	.033		1.788	.076
- ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (X_1)	0.085	0.786	.433	0.478	6.753**	.000	0.123	1.339	.183	0.256	2.628**	.010	0.162	1.976	.050
- การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น (X_2)	0.344	3.672**	.000	0.124	1.344	.181	0.423	4.924**	.000	0.451	4.621**	.000	0.710	11.554**	.000
- เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ (X_3)	0.242	3.193**	.002	0.335	4.735**	.000	0.041	0.567	.571	-0.089	-1.101	.273	0.114	1.646	.102
- เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่ เป็นเอกลักษณ์(X_4)	0.210	2.249*	.026	0.013	0.153	.878	0.365	4.251**	.000	0.009	0.102	.919	0.077	1.212	.228
	F =36.405** Sig = .000 R = 0.673 Ad.R ² = 0.440 R ² = 0.453 S.E.= 1.291			F=72.398** Sig = .000 R = 0.717 Ad.R ² = 0.507 R ² = 0.514 S.E.= 1.398			F =79.973** Sig = .000 R = 0.734 Ad.R ² = 0.532 R ² = 0.539 S.E.= 1.407			F =51.496** Sig = .000 R = 0.663 Ad.R ² = 0.432 R ² = 0.440 S.E.= 1.482			F = 133.485** Sig = .000 R = 0.710 Ad.R ² = 0.501 R ² = 0.505 S.E.= 1.375		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.344$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.242$) และเมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.210$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 44.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.291 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 56.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.478$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = 0.335$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 50.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.398 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 49.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.423$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ($\beta = 0.365$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ร้อยละ 53.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.407 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 46.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.451$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ($\beta = 0.256$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะ

เลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 43.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.482 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 56.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และ อັตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น ($\beta = 0.710$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด ร้อยละ 50.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.375 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 49.90

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 3 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติ ประกอบด้วย :

- X_1 ความชอบต่อเมนูนี้
- X_2 ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน
- X_3 ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้

ตัวแปรตามประกอบด้วย:

อุปสงค์:

- y_1 แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต
- y_2 ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้
- y_3 โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต

สมมติฐานที่ 4.1 ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.1.1 ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.41 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหอมกไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.603	.547		0.282	.778		-0.102	.919		0.700	.485		1.522	.130
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.333	4.299**	.000	0.248	3.183**	.002	0.361	5.710**	.000	0.283	3.125**	.002	0.068	0.862	.390
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.376	4.648**	.000	0.310	3.822**	.000	0.172	2.490*	.014	0.361	3.786**	.000	0.449	6.735**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่น เพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.209	3.352**	.001	0.353	5.068**	.000	0.459	7.812**	.000	0.290	4.597**	.000	0.450	6.746**	.000
	F =81.532** Sig = .000 R = 0.801 Ad.R ² = 0.633 R ² = 0.641 S.E.= 0.974			F =87.376** Sig = .000 R = 0.808 Ad.R ² = 0.646 R ² = 0.653 S.E.= 1.018			F =150.747** Sig = .000 R = 0.881 Ad.R ² = 0.770 R ² = 0.775 S.E.= 0.907			F =96.653** Sig = .000 R = 0.831 Ad.R ² = 0.683 R ² = 0.690 S.E.= 1.015			F = 135.606** Sig = .000 R = 0.820 Ad.R ² = 0.668 R ² = 0.673 S.E.= 0.884		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.376$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.333$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.209$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 63.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.974 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 36.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.353$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.310$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.248$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 64.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.018 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 35.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.384$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.276$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.376$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ร้อยละ 77.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.907 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 23.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อ ยอด อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta =$

0.361) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.290$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.283$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสานอกกล้วยทอด ร้อยละ 68.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.015 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 31.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.450$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.449$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 66.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.884 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 33.20

สมมติฐานที่ 4.1.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.42 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-1.299	.196		1.360	.176		-0.696	.488		0.646	.519		1.569	.119
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.388	5.288**	.000	0.074	1.123	.263	0.282	4.548**	.000	0.181	2.266*	.025	0.213	2.805**	.006
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.238	3.116**	.002	0.308	5.530**	.000	0.231	3.406**	.001	0.414	4.944**	.000	0.225	2.652**	.009
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่น เพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.338	5.751**	.000	0.635	11.385**	.000	0.485	8.398**	.000	0.393	4.140**	.000	0.515	8.056**	.000
	F = 99.056** Sig = .000 R = 0.827 Ad.R ² = 0.678 R ² = 0.684 S.E. = 1.012			F = 219.471** Sig = .000 R = 0.871 Ad.R ² = 0.756 R ² = 0.759 S.E. = 0.859			F = 153.235** Sig = .000 R = 0.884 Ad.R ² = 0.777 R ² = 0.782 S.E. = 0.926			F = 138.480** Sig = .000 R = 0.875 Ad.R ² = 0.760 R ² = 0.766 S.E. = 0.882			F = 104.191** Sig = .000 R = 0.842 Ad.R ² = 0.703 R ² = 0.709 S.E. = 0.865		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.388$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.338$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.238$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 67.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.012 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 32.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.635$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.308$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 75.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.859 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 24.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.485$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.282$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.231$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ร้อยละ 77.700 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.926 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 22.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน ข้าวเหนียวทอด อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.414$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.393$) และความชอบ

ต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.181$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน ข้าวหวานเนื้อมะพร้าว ร้อยละ 76.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.882 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 24.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.515$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.225$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.213$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 70.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.865 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 29.70

สมมติฐานที่ 4.1.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.43 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่			เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง			เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ			เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสานไก่ ข้าวหวานเนื้อมะนาว			เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.275	.784		0.864	.389		0.373	.710		-1.015	.312		0.521	.603
ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.290	3.653**	.000	0.220	3.042**	.003	0.215	3.532**	.001	0.289	3.714**	.000	0.188	2.615**	.010
ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน (X_2)	0.300	3.627**	.000	0.223	2.980**	.003	0.154	2.306*	.023	0.304	3.719**	.000	0.251	3.109**	.002
ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนู อื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.331	5.184**	.000	0.495	7.664**	.000	0.616	10.833**	.000	0.405	7.522**	.000	0.526	8.659**	.000
	F = 76.631** Sig = .000 R = 0.789 Ad.R ² = 0.615 R ² = 0.623 S.E. = 1.097			F = 109.176** Sig = .000 R = 0.837 Ad.R ² = 0.694 R ² = 0.701 S.E. = 0.961			F = 162.365** Sig = .000 R = 0.888 Ad.R ² = 0.784 R ² = 0.789 S.E. = 0.948			F = 147.463** Sig = .000 R = 0.880 Ad.R ² = 0.769 R ² = 0.774 S.E. = 0.930			F = 119.080** Sig = .000 R = 0.855 Ad.R ² = 0.726 R ² = 0.732 S.E. = 0.853		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.43 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.331$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.300$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.290$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 1: ข้าวกล้องหมกไก่ ร้อยละ 61.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.097 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 38.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.495$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.223$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.220$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 2: แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ร้อยละ 69.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.961 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 30.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.615$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.215$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.154$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 3: สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ร้อยละ 78.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.948 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 21.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อทอด อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.405$) รองลงมาได้แก่ ความ

คิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.304$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.289$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 4: โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอ ร้อยละ 76.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.930 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 23.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.526$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.251$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.188$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ฮาลาล 5: แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ร้อยละ 72.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.853 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 27.40

สมมติฐานที่ 4.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.2.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.44 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสมุนไพรรสไฉ่ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรรสพะโล้			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.761	.448		-0.635	.527		2.107*	.037		0.150	.881		-0.536	.593
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.443	5.951**	.000	0.380	5.252**	.000	0.520	8.392**	.000	0.542	8.756**	.000	0.299	3.002**	.003
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.255	3.132**	.002	0.445	5.780**	.000	0.166	1.959	.052	0.071	0.838	.403	0.423	4.632**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่น เพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.259	4.210**	.000	0.121	2.100*	.038	0.423	6.829**	.000	0.412	6.655**	.000	0.227	3.660**	.000
	F =117.363** Sig = .000 R = 0.853 Ad.R ² = 0.721 R ² = 0.727 S.E.= 0.942			F =143.052** Sig = .000 R = 0.871 Ad.R ² = 0.754 R ² = 0.759 S.E.= 0.865			F=249.458** Sig = .000 R = 0.888 Ad.R ² = 0.785 R ² = 0.788 S.E.= 0.872			F =310.451** Sig = .000 R = 0.908 Ad.R ² = 0.822 R ² = 0.825 S.E.= 0.838			F = 168.944** Sig = .000 R = 0.888 Ad.R ² = 0.874 R ² = 0.788 S.E.= 0.838		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.44 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.443$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.259$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.255$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ร้อยละ 72.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.942 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 27.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.445$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.380$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.121$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 75.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.865 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 24.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.520$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.423$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 78.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.872 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 21.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.542$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.412$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนู

ซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมืองแหลมมอนสมุนไพรไบชะพลู ร้อยละ 82.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.838 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 17.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมุย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.423$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.299$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.227$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมุย่าง ร้อยละ 87.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.838 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 12.60

สมมติฐานที่ 4.2.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.45 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.877	.382		0.421	.674		0.522	.602		-0.975	.331		0.064	.949
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.325	4.447**	.000	0.113	1.636	.104	0.279	3.959**	.000	0.166	2.211*	.029	0.272	3.352**	.001
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.219	2.753**	.007	0.585	10.494**	.000	0.206	2.934**	.004	0.406	5.592**	.000	0.279	3.794**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนู นี้ (X_3)	0.427	7.012**	.000	0.368	6.604**	.000	0.508	9.533**	.000	0.425	8.118**	.000	0.444	8.444**	.000
	F = 122.701** Sig = .000 R = 0.859 Ad.R ² = 0.732 R ² = 0.738 S.E. = 0.955			F = 229.518** Sig = .000 R = 0.878 Ad.R ² = 0.767 R ² = 0.770 S.E. = 0.858			F = 269.574** Sig = .000 R = 0.926 Ad.R ² = 0.855 R ² = 0.858 S.E. = 0.758			F = 298.298** Sig = .000 R = 0.934 Ad.R ² = 0.869 R ² = 0.872 S.E. = 0.721			F = 285.491** Sig = .000 R = 0.929 Ad.R ² = 0.860 R ² = 0.863 S.E. = 0.673		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.45 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.427$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.325$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.219$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ร้อยละ 73.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.955 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 26.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.585$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.368$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 76.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.858 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 23.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.508$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.279$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.206$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 85.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.758 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 14.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.425$) รองลงมา

ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.406$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.166$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมืองแหลมมอนสมุนไพรไบชะพลู ร้อยละ 86.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.721 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 13.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมูย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.444$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.279$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.272$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมี่กะทิหมูย่าง ร้อยละ 86.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.673 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 14.00

สมมติฐานที่ 4.2.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.46 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ			เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์ เวียดนาม			เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู			เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.214	.831		0.316	.752		1.563	.120		-0.928	.355		-0.126	.900
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.485	8.117**	.000	0.183	2.307*	.023	0.410	6.817**	.000	0.229	2.708**	.008	0.067	0.696	.488
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.075	0.859	.392	0.377	4.426**	.000	-0.009	-0.113	.910	0.263	3.217**	.002	0.578	10.527**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่น เพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.446	7.475**	.000	0.374	5.741**	.000	0.540	5.968**	.000	0.484	8.200**	.000	0.384	6.997**	.000
	F =143.319** Sig = .000 R = 0.826 Ad.R ² = 0.678 R ² = 0.683 S.E.= 1.076			F =109.919** Sig = .000 R = 0.841 Ad.R ² = 0.702 R ² = 0.708 S.E.= 0.995			F =267.948** Sig = .000 R = 0.894 Ad.R ² = 0.796 R ² = 0.799 S.E.= 0.913			F =225.488** Sig = .000 R = 0.915 Ad.R ² = 0.833 R ² = 0.837 S.E.= 0.847			F = 272.142** Sig = .000 R = 0.894 Ad.R ² = 0.796 R ² = 0.799 S.E.= 0.825		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.46 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.485$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.446$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 1: ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ร้อยละ 67.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.076 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 32.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.377$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.374$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.183$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 2: เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 70.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.995 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 29.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.540$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.410$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 3: ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม ร้อยละ 79.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.913 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 20.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรขะพลู อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.484$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.263$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.229$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ใน

อนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 4: เมืองแหลมมอนสมุนไพรไบชะพลู ร้อยละ 83.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.847 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 16.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมีกะทิหมุย่าง อันดับหนึ่ง ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.578$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.384$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-เวียดนาม 5: หมีกะทิหมุย่าง ร้อยละ 79.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.825 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 20.40

สมมติฐานที่ 4.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.3.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.47 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ผัดผักระหิษี่เมา			เมนูไทย-จีน2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซี่วุ้นสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.624	.533		0.398	.691		0.029	.977		-0.060	.952		1.899	.060
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.233	3.175**	.002	0.408	5.401**	.000	0.605	10.576**	.000	0.378	4.356**	.000	0.201	2.519*	.013
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.170	2.488*	.014	0.208	2.662**	.009	0.059	0.817	.415	0.253	2.704**	.008	0.444	5.402**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.552	8.980**	.000	0.348	5.759**	.000	0.332	5.810**	.000	0.339	5.533**	.000	0.316	5.038**	.000
	F =104.469** Sig = .000 R = 0.839 Ad.R ² = 0.697 R ² = 0.704 S.E.= 1.023			F =103.690** Sig = .000 R = 0.840 Ad.R ² = 0.698 R ² = 0.705 S.E.= 0.905			F=148.939** Sig = .000 R = 0.832 Ad.R ² = 0.688 R ² = 0.693 S.E.= 0.917			F =179.012** Sig = .000 R = 0.900 Ad.R ² = 0.805 R ² = 0.810 S.E.= 0.802			F=159.599** Sig = .000 R = 0.889 Ad.R ² = 0.785 R ² = 0.790 S.E.= 0.759		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.47 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊วมา อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.552$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.233$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.170$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊วมา ร้อยละ 69.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.023 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 30.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกชิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.408$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.348$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.208$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกชิง ร้อยละ 69.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.905 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 30.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.605$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.332$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 68.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.917 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 31.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.378$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.339$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน

($\beta = 0.253$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 80.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต เท่ากับ 0.802 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ร้อยละ 19.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่หมอและน้ำแดง อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.444$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.316$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.201$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่หมอและน้ำแดง ร้อยละ 78.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต เท่ากับ 0.759 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ร้อยละ 21.50

สมมติฐานที่ 4.3.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า			เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.762	.447		-0.849	.398		-0.953	.342		0.661	.510		0.228	.820
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.325	4.540**	.000	0.148	2.141*	.034	0.352	4.997**	.000	0.472	9.235**	.000	0.265	3.575**	.000
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน (X_2)	0.170	2.568*	.011	0.373	5.371**	.000	0.198	2.834**	.005	0.095	1.128	.262	0.348	4.570**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนู อื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.479	8.014**	.000	0.464	8.143**	.000	0.437	7.687**	.000	0.515	10.070**	.000	0.375	6.506**	.000
	F = 109.399** Sig = .000 R = 0.845 Ad.R ² = 0.708 R ² = 0.715 S.E. = 1.029			F = 119.106** Sig = .000 R = 0.855 Ad.R ² = 0.726 R ² = 0.732 S.E. = 0.947			F = 107.176** Sig = .000 R = 0.842 Ad.R ² = 0.702 R ² = 0.709 S.E. = 0.944			F = 339.078** Sig = .000 R = 0.917 Ad.R ² = 0.839 R ² = 0.841 S.E. = 0.760			F = 196.396** Sig = .000 R = 0.909 Ad.R ² = 0.822 R ² = 0.826 S.E. = 0.752		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.48 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.479$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.325$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.170$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม่า ร้อยละ 70.80 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.029 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 29.20

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.464$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.373$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.148$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง ร้อยละ 72.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.947 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 27.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.437$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.352$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.148$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 70.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.944 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 29.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.515$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อ

เมนูนี้ ($\beta = 0.472$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 83.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.760 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 16.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอและน้ำแดง อันดับหนึ่ง ได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.375$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.348$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.265$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอและน้ำแดง ร้อยละ 82.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.752 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 17.80

สมมติฐานที่ 4.3.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.49 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า			เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอส พริกขิง			เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร			เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง			เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.707	.481		-0.260	.795		0.813	.418		0.244	.807		1.693	.093
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.252	3.767**	.000	0.240	3.424**	.001	0.533	9.285**	.000	0.374	6.650**	.000	0.528	8.786**	.000
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน (X_2)	0.224	3.622**	.000	0.281	3.997**	.000	0.040	0.556	.579	-0.048	-0.517	.606	0.148	1.772	.079
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนู อื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.521	9.333**	.000	0.465	8.072**	.000	0.411	7.162**	.000	0.590	10.478**	.000	0.423	7.034**	.000
	F =133.112** Sig = .000 R = 0.866 Ad.R ² = 0.745 R ² = 0.750 S.E.= 0.977			F =115.448** Sig = .000 R = 0.852 Ad.R ² = 0.719 R ² = 0.726 S.E.= 0.903			F =144.426** Sig = .000 R = 0.827 Ad.R ² = 0.680 R ² = 0.685 S.E.= 0.922			F =268.954** Sig = .000 R = 0.899 Ad.R ² = 0.805 R ² = 0.808 S.E.= 0.851			F = 226.068** Sig = .000 R = 0.883 Ad.R ² = 0.776 R ² = 0.779 S.E.= 0.823		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.49 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.521$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.252$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.224$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 1: ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า ร้อยละ 74.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.977 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 25.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.465$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.281$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.240$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 2: ซีโครงหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง ร้อยละ 71.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.903 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 28.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.533$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.411$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 3: ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ร้อยละ 68.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.922 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 32.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.590$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.374$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนู

ไทย-จีน 4: บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ร้อยละ 80.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.851 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 19.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอมและน้ำแดง อันดับหนึ่ง ได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.528$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.423$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-จีน 5: ปีกไก่ขอมและน้ำแดง ร้อยละ 77.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.823 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 22.40

สมมติฐานที่ 4.4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.4.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.50 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.837	.404		-0.793	.429		-0.057	.955		0.431	.667		-0.784	.434
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.268	3.643**	.000	0.249	3.195**	.002	0.336	3.758**	.000	0.269	3.328**	.001	0.355	4.206**	.000
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.316	4.345**	.000	0.499	6.285**	.000	0.457	4.983**	.000	0.461	5.262**	.000	0.376	4.610**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.332	4.640**	.000	0.181	2.692**	.008	0.152	2.772**	.006	0.213	3.559**	.001	0.235	4.009**	.000
	F = 83.236** Sig = .000 R = 0.803 Ad.R ² = 0.636 R ² = 0.644 S.E. = 1.089			F = 115.656** Sig = .000 R = 0.854 Ad.R ² = 0.723 R ² = 0.729 S.E. = 0.952			F = 140.667** Sig = .000 R = 0.873 Ad.R ² = 0.756 R ² = 0.762 S.E. = 0.815			F = 125.757** Sig = .000 R = 0.859 Ad.R ² = 0.732 R ² = 0.738 S.E. = 0.804			F = 179.518** Sig = .000 R = 0.898 Ad.R ² = 0.801 R ² = 0.806 S.E. = 0.874		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.50 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.332$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.316$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.268$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาติบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 63.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.089 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 36.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.499$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.249$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.181$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 72.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.952 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 27.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.457$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.336$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.152$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย ร้อยละ 75.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.815 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 24.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta =$

0.461) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.269$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.213$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ร้อยละ 73.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.804 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 26.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.376$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.355$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.235$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ร้อยละ 80.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.874 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 19.90

สมมติฐานที่ 4.4.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		-0.096	.923		0.723	.471		-1.281	.203		2.417*	.017		-0.443	.659
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.280	4.254**	.000	0.097	1.429	.156	0.335	3.855**	.000	0.001	0.009	.993	0.262	2.839**	.005
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.173	2.625**	.010	0.411	7.318**	.000	0.320	3.562**	.001	0.417	6.054**	.000	0.355	4.062**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.501	7.768**	.000	0.552	9.830**	.000	0.336	6.433**	.000	0.468	6.784**	.000	0.340	5.373**	.000
	F = 114.046** Sig = .000 R = 0.846 Ad.R ² = 0.709 R ² = 0.716 S.E. = 1.053			F = 245.922** Sig = .000 R = 0.890 Ad.R ² = 0.789 R ² = 0.792 S.E. = 0.856			F = 159.930** Sig = .000 R = 0.886 Ad.R ² = 0.781 R ² = 0.786 S.E. = 0.830			F = 124.727** Sig = .000 R = 0.809 Ad.R ² = 0.649 R ² = 0.654 S.E. = 0.975			F = 153.165** Sig = .000 R = 0.883 Ad.R ² = 0.774 R ² = 0.779 S.E. = 0.943		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.51 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.501$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.280$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.173$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 7090 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.053 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 29.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.552$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.411$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 78.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.856 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 21.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.336$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.335$) และความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.320$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ห่อใบเตย ร้อยละ 78.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.830 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 21.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.468$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.417$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียม

พริกไทย ร้อยละ 64.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.975 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 35.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.355$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.340$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.262$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ร้อยละ 77.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.943 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 22.60

สมมติฐานที่ 4.4.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด			เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย			เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.158	.874		-0.427	.670		-1.355	.178		1.625	.106		-0.847	.398
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.239	3.528**	.001	0.077	1.130	.261	0.693	13.330**	.000	0.175	1.948	.054	0.273	3.229**	.002
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน (X_2)	0.242	3.650**	.000	0.545	9.752**	.000	0.117	1.311	.192	0.371	5.567**	.000	0.264	3.236**	.002
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่า เมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.467	6.978**	.000	0.419	7.499**	.000	0.264	5.088**	.000	0.523	7.845**	.000	0.437	7.413**	.000
	F = 110.482** Sig = .000 R = 0.841 Ad.R ² = 0.701 R ² = 0.708 S.E. = 1.071			F = 248.079** Sig = .000 R = 0.890 Ad.R ² = 0.789 R ² = 0.792 S.E. = 0.868			F = 221.857** Sig = .000 R = 0.877 Ad.R ² = 0.766 R ² = 0.769 S.E. = 0.867			F = 137.438** Sig = .000 R = 0.820 Ad.R ² = 0.667 R ² = 0.672 S.E. = 1.004			F = 177.474** Sig = .000 R = 0.895 Ad.R ² = 0.797 R ² = 0.801 S.E. = 0.889		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.52 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศคนคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.467$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.242$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.239$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 1: ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ร้อยละ 70.10 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตเท่ากับ 1.071 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 29.90

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศคนคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.545$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.419$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 2: ราเม็งสุโขทัย ร้อยละ 78.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.868 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 21.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศคนคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.693$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.264$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 3: ไก่ทอดใบเตย ร้อยละ 76.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.867 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 23.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศคนคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.523$) รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.371$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 4: ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ร้อยละ 66.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนใน

การประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.004 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 33.30

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.437$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.273$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.264$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ญี่ปุ่น 5: บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ ร้อยละ 79.70 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.889 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 20.30

สมมติฐานที่ 4.5 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.5.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูบเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.578	.564		-0.399	.691		-1.393	.166		-0.300	.765		0.459	.647
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.372	4.442**	.000	0.616	10.695**	.000	0.356	5.281**	.000	0.347	4.267**	.000	0.277	3.251**	.001
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน (X_2)	0.198	2.481*	.014	0.143	1.793	.075	0.220	3.157**	.002	0.324	4.151**	.000	0.343	4.048**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนู อื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.302	4.007**	.000	0.313	5.438**	.000	0.413	7.375**	.000	0.283	4.566**	.000	0.348	5.502**	.000
	F =67.429** Sig = .000 R = 0.771 Ad.R ² = 0.586 R ² = 0.594 S.E.= 1.007			F=185.063** Sig = .000 R = 0.852 Ad.R ² = 0.722 R ² = 0.726 S.E.= 0.981			F=277.682** Sig = .000 R = 0.925 Ad.R ² = 0.853 R ² = 0.856 S.E.= 0.772			F=144.512** Sig = .000 R = 0.872 Ad.R ² = 0.755 R ² = 0.760 S.E.= 0.913			F=203.564** Sig = .000 R = 0.909 Ad.R ² = 0.822 R ² = 0.826 S.E.= 0.825		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.53 พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.372$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.302$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.198$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 58.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 1.007 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 41.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.372$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.302$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 72.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.981 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 27.80

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.413$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.356$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.220$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ร้อยละ 85.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.772 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 14.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.347$) รองลงมาได้แก่ คิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.324$) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.283$)

โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 75.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.913 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 24.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.348$) รองลงมาได้แก่ คิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.343$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.277$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด ร้อยละ 82.20 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต เท่ากับ 0.825 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 17.80

สมมติฐานที่ 4.5.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.54 การวิเคราะห์ตัวแปรที่ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลิอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig
Constant		0.285	.776		-1.280	.203		-0.777	.439		-1.571	.119		0.155	.877
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.308	4.114**	.000	0.287	3.198**	.002	0.333	4.305**	.000	0.381	4.948**	.000	0.248	2.850**	.005
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.152	2.140*	.034	0.246	2.797**	.006	0.214	2.667**	.009	0.265	3.577**	.000	0.367	4.098**	.000
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.465	6.912**	.000	0.390	5.996**	.000	0.415	6.457**	.000	0.326	5.532**	.000	0.356	5.682**	.000
	F=96.296** Sig = .000 R = 0.823 Ad.R ² = 0.670 R ² = 0.677 S.E. = 0.943			F= 92.868** Sig = .000 R = 0.819 Ad.R ² = 0.663 R ² = 0.670 S.E.= 1.180			F=199.193** Sig = .000 R = 0.900 Ad.R ² = 0.806 R ² = 0.810 S.E.= 0.895			F=164.274** Sig = .000 R = 0.886 Ad.R ² = 0.780 R ² = 0.785 S.E.= 0.921			F = 216.511** Sig = .000 R = 0.915 Ad.R ² = 0.834 R ² = 0.838 S.E.= 0.798		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.54 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.465$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.308$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.152$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 67.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ .05 ตามลำดับ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.943 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ร้อยละ 33.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.390$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.287$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.246$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 66.30 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 1.180 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 33.70

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.415$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.333$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.214$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ร้อยละ 80.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.895 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 19.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.381$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อ

เมนูนี้ ($\beta = 0.326$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.265$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 78.00 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.921 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 22.00

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนานาเห็ด อันดับหนึ่งได้แก่ คิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.367$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.356$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.248$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนานาเห็ด ร้อยละ 83.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ เท่ากับ 0.798 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ร้อยละ 16.60

สมมติฐานที่ 4.5.3 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

H_1 : ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.55 การวิเคราะห์ตัวแปรทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว			เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา			เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพรรับประทาน คู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์			เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ			เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวานและน่านา เห็ด		
	β	t	Sig	β	t	Sig	β	t	Sig	β	T	Sig	β	t	Sig
Constant		0.440	.661		-1.512	.133		-0.595	.553		-0.748	.455		-0.189	.850
- ความชอบต่อเมนูนี้ (X_1)	0.407	6.801**	.000	0.281	3.357**	.001	0.207	2.609**	.010	0.295	3.920**	.000	0.427	5.712**	.000
- ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน (X_2)	0.020	0.298	.766	0.265	3.229**	.002	0.277	3.362**	.001	0.209	2.887**	.005	0.196	2.643**	.009
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ (X_3)	0.524	8.760**	.000	0.405	6.706**	.000	0.469	7.095**	.000	0.473	8.229**	.000	0.368	6.629**	.000
	F=177.498** Sig = .000 R = 0.849 Ad.R ² = 0.716 R ² = 0.720 S.E.= 0.919			F=116.329** Sig = .000 R = 0.846 Ad.R ² = 0.709 R ² = 0.715 S.E.= 1.077			F=184.908* Sig = .000 R = 0.894 Ad.R ² = 0.795 R ² = 0.800 S.E.= 0.929			F=175.626** Sig = .000 R = 0.891 Ad.R ² = 0.789 R ² = 0.794 S.E.= 0.892			F = 278.869** Sig = .000 R = 0.931 Ad.R ² = 0.864 R ² = 0.867 S.E.= 0.718		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.55 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.524$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.407$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 1: หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ร้อยละ 71.60 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.919 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 28.40

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.405$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.281$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.265$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 2: สเปกเก็ตตี้กระเพรา ร้อยละ 70.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 1.077 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 29.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แชลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.469$) รองลงมาได้แก่ คิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.277$) และความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.207$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตของเมนูไทย-ตะวันตก 3: แชลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ร้อยละ 79.50 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.929 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 20.50

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.473$) รองลงมาได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.295$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.209$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 4: สลัดน้ำส้มตำ ร้อยละ 78.90 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.892 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 21.10

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Standardized (β) พบว่า ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด อันดับหนึ่งได้แก่ ความชอบต่อเมนูนี้ ($\beta = 0.427$) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ ($\beta = 0.368$) และคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน ($\beta = 0.196$) โดยตัวแปรดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูไทย-ตะวันตก 5: ซุปเบคอนผักหวานและนানাเห็ด ร้อยละ 86.40 (Adjusted R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการอุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต เท่ากับ 0.718 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ร้อยละ 13.60

ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ฮาลาล

ตัวแปร	แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	สถิติที่ใช้
1. เพศ	-	-	-	Dependent samples t-test
2. อายุ	-	-	-	One-way-ANOVA
3. สถานภาพ	-	-	-	Dependent samples t-test
4. ระดับการศึกษา	-	-	-	One-way-ANOVA
5. อาชีพ	-	-	-	One-way-ANOVA
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	-	-	-	One-way-ANOVA
7. ศาสนา	-	-	-	One-way-ANOVA
8. ลักษณะการเดินทาง	-	-	-	One-way-ANOVA
9. เชื้อชาติ	-	-	-	One-way-ANOVA

ตารางที่ 4.57 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-เวียดนาม

ตัวแปร	แนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	สถิติที่ใช้
1. เพศ	-	-	-	Dependent samples t-test
2. อายุ	-	-	-	One-way-ANOVA
3. สถานภาพ	-	-	-	Dependent samples t-test
4. ระดับการศึกษา	-	-	-	One-way-ANOVA
5. อาชีพ	-	-	-	One-way-ANOVA
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	-	-	-	One-way-ANOVA
7. ศาสนา	-	-	-	One-way-ANOVA
8. ลักษณะการเดินทาง	-	-	-	One-way-ANOVA
9. เชื้อชาติ	Sig**	Sig**	Sig*	One-way-ANOVA

ตารางที่ 4.58 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-จีน

ตัวแปร	แนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	สถิติที่ใช้
1. เพศ	-	-	-	Dependent samples t-test
2. อายุ	Sig*	Sig*	-	One-way-ANOVA
3. สถานภาพ	-	-	-	Dependent samples t-test
4. ระดับการศึกษา	-	-	-	One-way-ANOVA
5. อาชีพ	-	-	-	One-way-ANOVA
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	-	-	-	One-way-ANOVA
7. ศาสนา	-	-	-	One-way-ANOVA
8. ลักษณะการเดินทาง	-	Sig*	Sig*	One-way-ANOVA
9. เชื้อชาติ	-	-	-	One-way-ANOVA

ตารางที่ 4.59 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ญี่ปุ่น

ตัวแปร	แนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	สถิติที่ใช้
1. เพศ	-	-	-	Dependent samples t-test
2. อายุ	-	-	-	One-way-ANOVA
3. สถานภาพ	Sig*	-	-	Dependent samples t-test
4. ระดับการศึกษา	-	-	-	One-way-ANOVA
5. อาชีพ	-	-	-	One-way-ANOVA
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	-	-	-	One-way-ANOVA
7. ศาสนา	-	-	-	One-way-ANOVA
8. ลักษณะการเดินทาง	-	-	-	One-way-ANOVA
9. เชื้อชาติ	-	-	-	One-way-ANOVA

ตารางที่ 4.60 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไทย-ตะวันตก

ตัวแปร	แนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต	ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	สถิติที่ใช้
1. เพศ	-	-	-	Dependent samples t-test
2. อายุ	-	-	-	One-way-ANOVA
3. สถานภาพ	-	-	-	Dependent samples t-test
4. ระดับการศึกษา	-	-	-	One-way-ANOVA
5. อาชีพ	-	-	-	One-way-ANOVA
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	-	-	-	One-way-ANOVA
7. ศาสนา	-	-	-	One-way-ANOVA
8. ลักษณะการเดินทาง	-	-	-	One-way-ANOVA
9. เชื้อชาติ	-	-	-	One-way-ANOVA

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2-4 สถิติที่ใช้ คือ Multiple Regression โดยใช้วิธี Stepwise

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคิดและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

ตารางที่ 4.61 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ฮาลาล

ทักษะคิด และพฤติกรรม	แนวโน้มการบริโภค เมนูเช้าในอนาคต		ถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะ เลือกเมนูนี้		โอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคต	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา	x	x	x	x	x	x
2. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่	x	x	x	x	x	x
3. การแสวงหาความหลากหลาย	x	x	0.189	.027	0.191	.023
4. เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน	x	x	x	x	x	x
5. รสชาติดีมีคุณภาพและความสะดวกของอาหาร	x	x	x	x	x	x
6. ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ	x	x	0.173	.042	x	x

ตารางที่ 4.62 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-เวียดนาม

ทักษะคิด และพฤติกรรม	แนวโน้มการบริโภค เมนูเช้าในอนาคต		ถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะ เลือกเมนูนี้		โอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคต	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา	x	x	x	x	x	x
2. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่	x	x	x	x	x	x
3. การแสวงหาความหลากหลาย	x	x	x	x	x	x
4. เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน	x	x	x	x	x	x
5. รสชาติดีมีคุณภาพและความสะดวกของอาหาร	x	x	0.217	.011	0.172	.044
6. ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.63 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-จีน

ทัศนคติ และพฤติกรรม	แนวโน้มการบริโภค เมนูเช้าในอนาคต		ถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะ เลือกเมนูนี้		โอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคต	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา	x	x	x	x	x	x
2. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่	x	x	x	x	x	x
3. การแสวงหาความหลากหลาย	x	x	x	x	x	x
4. เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน	0.184	.033	x	x	0.184	0.033
5. รสชาติดีมีคุณภาพและความสะดวกของอาหาร	x	x	0.195	.026	x	x
6. ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคน แนะนำบอกต่อ	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.64 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ และพฤติกรรม	แนวโน้มการบริโภค เมนูเช้าในอนาคต		ถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะ เลือกเมนูนี้		โอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคต	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา	x	x	x	x	x	x
2. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่	x	x	x	x	x	x
3. การแสวงหาความหลากหลาย	0.179	.037	x	x	x	x
4. เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน	x	x	x	x	x	x
5. รสชาติดีมีคุณภาพและความสะดวกของอาหาร	x	x	x	x	x	x
6. ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคน แนะนำบอกต่อ	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.65 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ และพฤติกรรม	แนวโน้มการบริโภค เมนูเช้าในอนาคต		ถ้าจะเลือก เมนูอาหารจะ เลือกเมนูนี้		โอกาสที่จะเลือก เมนูนี้ในอนาคต	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม ศาสนา	x	x	x	x	x	x
2. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่	x	x	x	x	x	x
3. การแสวงหาความหลากหลาย	x	x	x	x	x	x
4. เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน	x	x	x	x	x	x
5. รสชาติดีมีคุณภาพและความเข้มข้นของอาหาร	x	x	x	x	x	x
6. ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคน แนะนำบอกต่อ	x	x	x	x	x	x

สมมติฐานที่ 3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูเช้าในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สมมติฐานที่ 3.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตารางที่ 4.66 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวาน เนื้อมะเขือ		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่ บะหมี่กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.393	.000	0.347	.000	0.276	.005	0.381	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.254	.005	0.469	.000	0.384	.000	0.262	.000	0.391	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	0.185	.022	0.279	.002
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.67 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวาน เนื้อมะเขือ		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่ บะหมี่กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.488	.000	0.453	.000	0.415	.000	0.431	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.289	.000	0.374	.000	x	x	0.209	.013	0.520	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	0.207	.009	0.195	.024
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	0.258	.009	x	x	x	x

ตารางที่ 4.68 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหอมไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสี แกงเขียวหวาน เนื้อยัด		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่ กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.419	.000	0.391	.000	x	x	0.373	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.356	.000	0.439	.000	0.387	.000	0.392	.000	0.452	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	x	x	0.232	.009
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	0.304	.001	x	x	x	x

สมมติฐานที่ 3.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.69 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ้ว สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสุมนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สุมนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมีกะทิหมูย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.524	.000	0.210	.026	x	x	0.434	.000	0.209	.050
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	x	x	0.562	.000	0.713	.000	x	x	x	x
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	0.246	.011	0.362	.000
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	0.190	.025	x	x	x	x	x	x	0.239	.028

ตารางที่ 4.70 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ตั๋มยำปลาสุมนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สุมนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.463	.000	x	x	x	x	0.272	.044	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.294	.003	0.749	.000	0.677	.000	0.402	.003	0.399	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	0.148	.043	x	x	0.191	.044
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	0.224	.025

ตารางที่ 4.71 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ตั๋มยำปลาสุมนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สุมนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.294	.005	0.210	.026	x	x	0.476	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.411	.000	0.561	.000	0.611	.000	x	x	0.378	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	0.209	.006	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	0.221	.031	0.398	.000

สมมติฐานที่ 3.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.72 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี ซอสพริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและ น้ำแดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.252	.002	0.164	.047	x	x	0.184	.043	0.368	.000
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.444	.000	0.571	.000	0.539	.000	0.360	.000	0.471	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	0.250	.002	0.225	.017	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.73 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี ซอสพริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยว ต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและ น้ำแดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	0.394	.000
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.526	.000	0.524	.000	0.607	.000	0.449	.000	0.282	.001
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	0.276	.000	0.248	.001	x	x	0.292	.001	0.235	.001
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	0.231	.002	x	x	x	x

ตารางที่ 4.74 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-จีน1 ปูดผดงกะหรีชีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ ซอสพริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพรร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยว ต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่หมอและ น้ำแดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.248	.002	x	x	0.201	.017	0.171	.045	0.275	.001
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.479	.000	0.559	.000	0.573	.000	0.423	.000	0.580	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	0.181	.017	x	x	0.232	.009	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

สมมติฐานที่ 3.4 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.75 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.257	.006	0.265	.001	0.262	.003	0.409	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.440	.000	0.599	.000	0.521	.000	0.364	.000	0.756	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.76 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.199	.021	0.298	.000	0.225	.013	0.479	.000	0.217	.014
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.554	.000	0.565	.000	0.532	.000	0.375	.000	0.589	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 4.77 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.234	.005	0.280	.000	0.206	.020	0.504	.000	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.554	.000	0.565	.000	0.561	.000	0.341	.000	0.806	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

สมมติฐานที่ 3.5 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.78 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าว หอมมะลินิลอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	0.362	.000	0.321	.000	x	x	0.274	.009	0.166	.044
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	x	x	0.277	.002	0.505	.000	0.383	.000	0.601	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	0.260	.001	x	x	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	0.383	.000	x	x	0.314	.000	x	x	x	x

ตารางที่ 4.79 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้ จิ้มแจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอม มะลินิลอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปรอบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	x	x	0.358	.000	x	x	0.337	.001	0.199	.017
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.271	.004	0.201	.031	0.454	.000	0.322	.002	0.577	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	x	x	0.275	.001			x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	0.426	.000	x	x	0.367	.000	x	x	x	x

ตารางที่ 4.80 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้ม แจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอม มะลินิลอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปรอบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	x	x	0.478	.000	x	x	0.256	.010	x	x
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	0.344	.000	x	x	0.423	.000	0.451	.000	0.710	.000
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	0.242	.002	0.335	.000	x	x	x	x	x	x
4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	0.210	.026	x	x	0.365	.000	x	x	x	x

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สมมติฐานที่ 4.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้ประกอบการ/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน มีดังนี้

1. การทดสอบการยอมรับของลูกค้าในเมนูใหม่

“การทดสอบตลาดโดยให้ลูกค้าได้ลองชิมดูว่ารสชาติเป็นอย่างไร ลูกค้าโอเคมั้ย อาจจะทำออกมาเป็นเมนูแถม สำหรับในส่วนของโรงแรมก่อนที่จะมีเมนูใหม่ออกมา เชฟจะนำเสนอ และเจ้าของกิจการต้องชิมหลังจากนั้นก็จะป็นหัวหน้าแผนกชิม เสร็จแล้วจะเป็นพนักงานเสิร์ฟชิม คนขายที่จะให้ลูกค้าเรากินเราก็จะต้องบอกดูว่ารสชาติเป็นอย่างไร หลังจากนั้นเราก็จะเชิญลูกค้าในโรงแรมของเราชิม โดยการให้ทดลองเป็นกลุ่มไม่ได้ให้ชิมทั้งหมด

“ธุรกิจขนาดเล็กเราไม่มีการออกแบบสอบถาม แต่จะมีการเช็ค ณ ตอนนั้น ว่ารสชาติเป็นอย่างไรบ้างก็จะปรับเปลี่ยน ณ ตอนนั้นไม่มีการเก็บข้อมูล

ความคิดเห็นของลูกค้าในกรณีธุรกิจขนาดเล็กก็มีการพูดคุยกันว่าจะเพิ่มหรือลดในส่วนไหนบ้าง ก็จะเป็นการพูดคุยกันมากกว่า พอได้ข้อเสนอหรือข้อติมาเราก็จะนำไปปรับจนกว่าลูกค้าเขาจะยอมรับ”

“ในการสร้างตราเกี่ยวกับเมนูอาหารใหม่ ในฐานะที่อยู่โรงแรม คิดว่าน่าจะมีเมนูใหม่ขึ้นมา เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าเข้าร้าน หรือเพิ่มยอดขายในส่วนที่ร้านของเราดำเนินการอยู่ ลูกค้าต้องการความแปลกใหม่ นอกจากว่าเข้ามาทานแล้วมีเมนูเดิมๆ อยู่แล้ว อาจจะต้องเข้าไปเป็นเมนูใหม่เพื่อเพิ่มยอดขายเข้ามาซึ่งเป็นส่วนสำคัญ ถ้าเป็นผู้ประกอบการโรงแรมหรือร้านอาหารที่มีลูกค้าต่างชาติเข้ามาด้วย เห็นด้วย แต่หากเป็นร้านค้าข้าวแกงทั่วไปเขาไม่ค่อยยอมรับเมนูใหม่ๆ ชอบเมนูเดิมๆ”

2. เมนูที่ทำอยู่ เคยสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือไม่ และนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

“อันที่จริงผมเป็นในฐานะคนขาย อย่างที่บอกลูกค้าที่อาจารย์ได้ไปสำรวจ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าทางจีน หรืออินเดียในด้านรสชาติของอาหารก็จะไปคนละเรื่อง ประเภทของอาหารแต่ละอย่างจะอยู่ในคนละส่วนกัน ไม่ว่าจะเป็นประเภทเนื้อ ปลาต่างๆ ก็ควรจัดคนละแบบเพราะว่ามีความชอบไม่เหมือนกัน ส่วนนี้ค่อนข้างที่จะละเอียด บางประเทศเขาค่อนข้างที่จะรู้จักอาหารไทยดีอยู่แล้ว”

“การแสดงความคิดเห็นจากลูกค้ามีเกือบทุกที่ เพื่อให้ลูกค้าตอบ แต่ไม่ค่อยมีผลหากองค์กรนั้นไม่ได้ใส่ใจ แต่หน้าที่ของผู้จัดการหน้าร้านกับเชฟต้องช่วยกันสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ขึ้นมาจากนั้นก็ทำให้ผู้บริหารซิมก่อน ทุกคนจะมีส่วนร่วมในการคิดหมด แต่หัวในการคิดเมนูจะเป็น ผจก. หน้าร้านกับเชฟเป็นหลัก แต่หากเชฟเข้าไปช่วยดูแลลูกค้า ถามเกี่ยวกับรสชาติอาหารก็มีส่วนช่วยได้เยอะ เชฟไม่จำเป็นต้องอยู่แต่หน้าเตา เชฟต้องควบคุมอาหารให้ได้คุณภาพในแต่ละจาน ต้นทุนต่างๆ ออกมาแล้วมาตรฐานของทุกงานต้องเท่ากันทั้งหมดนั่นคือหน้าที่ของเชฟ”

“แนวทางของอาหารประยุกต์จะออกในแนวตะวันตก เนื่องจากกลุ่มตลาดหลักของเรา โซนยุโรป รัสเซีย หรือแม้แต่เยอรมัน อังกฤษเพราะเป็นกลุ่มใหญ่ ทางยุโรปเขาต้องการทดลองในเรื่องของอาหารไทยอยู่แล้ว แต่ก็ยังเป็นทางเลือกใหม่ที่เรานำมาทำเป็นอาหารประยุกต์ในรูปแบบไทย-ตะวันตก นักท่องเที่ยวอาจจะเห็นว่ามิกลิ้นโอของทางตะวันตกอยู่ด้วยในบางชนิดของอาหาร”

“การตั้งชื่อเมนูใหม่เพื่อให้เกิดความสนใจ เนื่องจากเมืองพัทยาถ้ามีชื่อเมนูแปลกใหม่ประหลาดๆ เขาจะไม่ค่อยสนใจ เราจะตั้งชื่อแบบธรรมดาๆ แต่เราจะอธิบายรายละเอียดว่าในอาหารนี้จะมีส่วนประกอบอะไรบ้าง โดยอธิบายคร่าวๆ ลงไปในเมนูแต่ละอย่าง โดยจะมีแค่ส่วนประกอบ แต่หากลูกค้าให้แนะนำเกี่ยวกับแคลอรีของอาหารไทย เช่น ปลาเผาเกลือ ปลานึ่งมะนาว จิ้มน้ำจิ้มไทย ของเราจะมีอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ประมาณ 10 อย่าง อาหารที่ร้านจะเป็นแบบนานาชาติมากกว่า ซึ่งจะมีจีน ยุโรป ไทย ลูกค้าที่จะมาทานส่วนใหญ่จะเป็นคนยุโรป”

“เมนูไทยเวียดนามสามารถทำได้ เนื่องจากอาหารเวียดนามจะเน้นผักต่างๆ อยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น ปอเปี๊ยะสดของเวียดนามเดิมทีจะเป็นผักหรือกุ่ม้วน เราสามารถใส่ปลาเข้าไปได้ โดยการเอาแผ่นปอเปี๊ยะเวียดนามวาง เอาผักกาด กะหล่ำปลีม้วนห่อ ใช้น้ำจิ้มซีฟู้ด คนที่ทานก็ทั้งคนไทยและต่างชาติ ตอนนี้หากมีอาหารสมัยใหม่ หรืออาหารแปลกๆ เข้าไปเขาจะซิมกันหมด”

3. เมนูใหม่ๆ ที่มีการปรับเปลี่ยน ทำการทดสอบการตลาดก่อนที่จะออกมาเป็นเมนูที่จำหน่าย

“เวลาเราออกเมนูใหม่ เราจะทดลองโดยการให้ลูกค้าซิม แคมไปตามโต๊ะ และให้ลูกค้าตอบรับว่าชอบหรือไม่ ถ้าเขาชอบเขาก็จะสั่ง ถ้าไม่ชอบก็จะเสียบไป”

“ลูกค้ากลุ่มเดิมของที่ร้านจะเยอะมาก ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย จะเป็นการบอกปากต่อปากด้วย”

“เมนูพิเศษจะต้องเอาไปวางให้เขาชิมดีกว่าว่าโอเคหรือไม่ จากประสบการณ์ห้องกริลล์ที่เคยไปทาน เขาจะใส่ช้อนเป็นคำเล็กๆ ให้เราลองชิม”

“การส่งเสริมเมนูใหม่ให้เป็นที่รู้จักจะต้องทำโดยลดราคา มีโปสเตอร์ต่างๆ และการดึงดูดอีกอย่างหนึ่งคือให้ลูกค้าได้ชิม ได้เห็นหน้าตาและรสชาติของเมนูจริงๆ ก็มีการบอกต่อจากลูกค้าบ้าง แต่โรงแรมในเมืองพัทยาจะได้รับความนิยมน้อยกว่าร้านอาหาร เพราะคนเบื่อความเป็นทางการแต่ดูๆ แล้วก็ไม่ได้แตกต่างกันเท่าไรระหว่างโรงแรมกับร้านอาหาร”

“การทดสอบโดยการชิมอาหาร หากสามารถที่จะแยกวิเคราะห์ได้ในส่วนของคนที่มาจากภูมิภาคที่ต่างกัน จะมีความชอบที่ต่างกัน ว่าเขามีความชอบอะไรที่แตกต่างกันบ้าง หากออกมาเป็นข้อมูลทีวิเคราะห์ได้จะส่งผลชัดเจนมากในเรื่องของการตลาดด้วย อีกอย่างหนึ่งที่คิดว่าคณะของผู้วิจัยมี แต่เรายังไม่ทราบ เช่น ข้าวหมกไก่ทำไมเขาถึงใช้ข้าวกล้อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องประกอบไปด้วยเหตุผลของการเลือก หากรู้เหตุผลตรงนี้จะทำให้สมบูรณ์มากขึ้น”

4. การทำแบบทดสอบ/แบบสอบถาม หรือถามผู้บริโภคว่า อาหารแต่ละชนิดในร้านเพื่อมาปรับปรุงเมนูอาหารในร้าน

“คุณสมบัติเฉพาะของพ่อครัวที่จะทำให้อาหารอร่อยจะต้องมีทักษะคือ ตา หู จมูก ลิ้น ต้องแยกออกว่าอะไรมีความอร่อย เขาชิมแล้วจะรู้ว่าต้องเพิ่มอะไรเข้าไป หรือลดอะไรถึงจะอร่อย ลิ้นของพ่อครัวจะแยกรสเก่ง คนสมัยนี้ใส่ซุสเยอะ กินตามกระแสแยกไม่ออกว่าอะไรอร่อยหรือไม่อร่อย คนที่ปรุงอาหารเก่งเขาจะมีความรู้สึกเป็นของตัวเอง ไวต่อรสชาติ เดียวนี้ร้านอาหารส่วนใหญ่จะนิยมใช้คนอร์ปรุงรส ซึ่งไม่มีผลดีเลย”

“เมนูไทยเวียดนามสามารถทำได้ เนื่องจากอาหารเวียดนามจะเน้นผักต่างๆ อยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น ปอเปี๊ยะสดของเวียดนามเดิมทีจะเป็นผักหรือกุ่ม้วน เราสามารถใส่สาบเข้าไปได้ โดยการเอาแผ่นปอเปี๊ยะเวียดนามวาง เอาผักกาด กะหล่ำปลีมันห่อ ใช้น้ำจิ้มซีฟู้ด คนที่ทานก็ทั้งคนไทยและต่างชาติ ตอนนี้อาจมีอาหารสมัยใหม่ หรืออาหารแปลกๆ เข้าไปเขาจะชิมกันหมด”

5. เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยกับแต่ละเมนู

อาหารไทย-ตะวันตก

“หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว เห็นด้วยเพราะเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าของอาหาร สามารถผสมผสานได้อย่างลงตัว ทำให้รสชาติน่าจะออกมาดี สเปกเก็ตตี้กะเพราก็เห็นด้วยเช่นกันมีรสชาติที่อร่อย สำหรับลูกค้าชาวต่างชาติคิดว่าไม่น่าจะเห็นด้วย แต่คนไทยจะชอบลอง เขาจะกลัวเผ็ดสำหรับฝรั่ง”

“สเปกเก็ตตี้กะเพราอาจทำให้เกิดความหลากหลายโดยมีการใส่ซีฟู้ดเข้าไป โดยเป็นสเปกเก็ตตี้ชีสมาทะเล เพราะคนมาทะเลส่วนใหญ่เขาก็ต้องอยากกินอาหารทะเล เราอยู่โรงแรมเขาก็จะถามตลอดว่าอาหารทะเลร้านไหนอร่อย ในส่วนของความอร่อยของอาหารทะเล จะอยู่ที่ความสด การ

ดัดแปลงในเรื่องของการปรุงรสชาติของน้ำจิ้มเครื่องปรุง หากเป็นคนต่างชาติเขาจะเน้นที่วัตถุดิบ ส่วนคนไทยรสชาติของน้ำจิ้มต้องมาก่อน ในส่วนของเมนูปลาหมอน น่าจะเปลี่ยนเป็นจำพวกปลากะพง ปลาอินทรี ปลาเนื้อขาว เพราะจะไม่จืด หากเป็นปลาหมอนจะมองแล้วทำให้อาหารไทยไม่มีความเด่นขึ้นมา จะไปเด่นที่ปลาหมอน”

“สลัดน้ำส้มตำ ความจริงแล้วก็ยังเป็นสลัดส้มตำ หากเป็นน้ำส้มตำแล้วจะไม่น่ากิน”

“ซูบเบคอนผัดหวานและน่านาเห็ด น่าจะเติมจำพวกฟักทอง มันเทศ”

“ตัวอย่างอาหารประยุกต์ไทยเข้ากับอาหารต่างชาติประเภทยำจะทำได้เยอะ เช่น ยำฮอตดอก ยำปลา เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ง่าย เบียร์ หวานตามชนิดหนึ่ง”

“ชอบสั่งอาหารไทยเมนูไหนมากที่สุด แกงเขียวหวาน และแกงซี่เหล็กซึ่งหาทานได้ยาก หากเป็นฝรั่งจริงๆ ที่ไม่เคยทานอาหารไทยเลย เราก็เกรงว่าเขาจะไม่ยอมทานอาหารแปลกก็จะเป็นพวกทานสปริงโรลสะเต๊ะ..หากเป็นพวกอังกฤษส่วนใหญ่ก็จะทานกระดุกหมูย่าง หมูเบียร์หวาน ไข่ยัดไส้ ต้มยำ ในส่วนของอาหารไทยโบราณก็จะทานพวกมันัมนั่น เป็นต้น หากเป็นจำพวกอาหารไทยประยุกต์ก็จะเป็นเป็ดนํ้ามะขาม อาจจะเป็นเป็ดย่างราดนํ้ามะขาม แล้วก็เป็นลาบน้ำตกพูน่า แล้วก็จะเป็นพวกแกงกะเพราซึ่งจะช่วยลดความเผ็ดได้”

“ตัวอย่างเมนูไทย-ตะวันตก เช่นนำหมอนมาทำเป็นพะแนงราด ก็จะเป็นแนวความคิดอีกอย่างหนึ่ง บางตัวจะเข้ากันได้ดี แต่บางตัวต้องระมัดระวังพอสมควรสำหรับคนต่างชาติที่จะมากินอาหารเราเดี่ยวจะไปกันใหญ่”

“อาหารไทย-ตะวันตก จริงๆ แล้วอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (Fusion) เกิดมานานแล้ว ไม่ประสบความสำเร็จสักที ร้านอาหารไหนก็บอก เคยคิดว่าจะเปิดเป็นร้านเป็นคราวมาหลายครั้ง แต่ยังเปิดให้เขาไม่ได้เพราะว่าไม่ผ่านในเรื่องของการทำธุรกิจ เวลาเราทำอาหารเราจะภูมิใจมากเลยว่า เวลามีการตอบกลับมาว่าเขาดีอาหารเรา ถ้าเขากลับมาแล้วไม่สั่งคือเขาไม่ติด ต้องใช้ระยะเวลาเพื่อโปรโมทและทำมันขึ้นมา และคนที่เป็นผู้ประกอบการแบบนี้เอาจากที่ไหน ก็ต้องไปศึกษาและสอนกันอีก”

“ตัวอย่างอาหารไทยตะวันตกประยุกต์คือ ยำมะเขือม่วงดอยคำ ซึ่งเป็นผลผลิตปลอดสารพิษจากดอยคำ จากโครงการหลวง”

“อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ใช้แป้งปอกเก็ต ซึ่งจะเหมือนกับชีตซูซุขนมปังทอดผสมกับแกงเขียวหวานลงไปปอกเก็ต นำมาเสนอเป็นเมนูไทยตะวันตก หรืออาจใช้แกงเขียวหวานผสมลงไปในตัวปอกเก็ตแล้วห่อตัวกุ้งแล้วชุบเกล็ดขนมปังแล้วก็ทอดเสร็จกับซอสสับปะรดก็จะนำเสนอลูกค้าชาวต่างชาติบ่อยมาก ซึ่งซอสสับปะรดเหมือนซอสพริกทุกประการใส่พริกชี้ฟ้าแดงใหญ่ปั่นรวมกับกระเทียมสับสับปะรดทุบที่รสชาติดีกรอบ ใส่น้ำตาลทรายผสมกับพริกแดงได้ซอสพริกหวานแต่มี

กลืนสับปะรด ซึ่งเสรีเป็นน้ำจิ้มที่ฝรั่งชอบมาก ของเรานี้เคี้ยวเหมือนกับซอสพริกหวานๆที่เราเอาไปจิ้มไก่นี้แหละทำเองจากที่นี่”

“สเต็ก ซอสตะไคร้พริกไทยดำ ซึ่งจำเป็นอย่างย้งต้องให้ลูกค้าทดลองชิมขนาดเล็กก่อน เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยก่อนตัดสินใจสั่งซื้อก็ได้”

“เมนูไทยตะวันตกที่เด่นคือ การย่างซีโครงแกะแล้วนำไปตุ๋นหรือนำไปเคี่ยวไฟอ่อนๆกับน้ำแกงมัสมั่นแล้วนำไปเสิร์ฟกับลูกค้าๆ ชมว่าเนื้อแกะนุ่มเคี้ยวง่าย รสชาติดี เพราะน้ำซอสแกงมัสมั่นซึ่งไม่ข้นมากไม่เผ็ดมาก อาจใช้น้ำไก่ที่ติดเอ็นแทนก็ได้”

“ลูกค้ารัสเซียชอบความหรูหรารสชาติไม่จัดจ้านชอบออกรสเปรี้ยว ตัวอย่างเมนูที่ลูกค้ารัสเซียชอบคือ สเต็กตะไคร้พริกไทยดำเมนูดับห่าน รัสเซียชอบเมนูอาหารที่ทานกับวอดก้า ซึ่งต้องแช่เย็นตลอดเวลา”

“เมนูยอดนิยมไทยตะวันตกของร้าน ได้แก่ ลาบ แซลมอนน้ำตกทูน่า กะเพราแกะ ตับห่านน้ำมะขาม เมนู อะโวคาโดพลา์กั๋ง ซึ่งมีมาก่อนเรียบร้อยแล้ว ส่วนเมนู อะโวคาโดพลา์กั๋ง โดยใช้ผลผลิตจากโครงการหลวง”

“การออกแบบสร้างสรรค์เมนูอาหารไทยตะวันตกมีขั้นตอนคือ อบรมสอนในเตาอบโดยใช้ซิง น้ำมะนาวผสมลงไปด้วย ส่วนผักที่เป็นเครื่องเคียงจะใช้สโตร์ฝรั่งเศสโดยผัดกับเนย การใช้ซิงกับน้ำมะนาวผสม หรือว่าปรุงลงไปในซอลมอนเป็นการประยุกต์การปรุงอาหารแบบไทยเข้ามาประยุกต์ด้วย ซึ่งทางกั๊กก็เรียกวิธีการอย่างนี้ว่าเป็นการทำ Fusion food ปัญหาในการปรุง Fusion food อาหารบางอย่างไม่ค่อยอร่อยตามที่คาดหวัง ปัญหาอีกอย่างหนึ่งในบางครั้งการนำเครื่องปรุงที่ต่างชนิดกัน มาปรุงเข้าด้วยกัน บางครั้งมันเกิดปัญหาทำให้อาหารไม่อร่อยเท่าที่ควร เช่น รสหวานที่ใช้ปรุงในอาหารไทย เมื่อนำมาใส่ในอาหารฝรั่งแล้ว ไม่ได้ทำให้เกิดรสชาติที่ดีขึ้น”

“เทคนิคการปรุงอาหารไทยตะวันตกเข้ามาใช้ในการปรุงอาหารของชาติตะวันตกนี้ เชฟได้แนะนำการใช้กระทะในการมาทำข้าวผัดหรือประกอบอาหารต่างๆ สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารส่วนใหญ่ เช่น เขาจะใช้จำพวกน้ำปลา น้ำมันหอยนางรม หรือโอลีฟอยล์ น้ำมันมะกอก เพื่อมาใช้ประกอบในการปรุงอาหาร และยังมีการใช้น้ำมะขามาเป็นส่วนผสม หรือเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารด้วย นอกจากนั้นมีการใช้ใบกะเพรา พริกแกงเขียวหวานมาใช้ในการปรุงด้วย”

“ส่วนคุณสมบัติความสามารถของพ่อครัวและแม่ครัวในการปรุงอาหารไทยตะวันตกที่ทำงานมีประสบการณ์ทำงานกับเชฟต่างชาติค่อนข้างมาก จึงสามารถที่จะปรุงอาหารที่เป็นลักษณะของอาหารไทยประยุกต์เข้ามาในอาหารตะวันตกได้”

อาหารไทย-ญี่ปุ่น

“ราเม็งสุโขทัย ถ้าหากเอาแค่เส้นราเม็งมาก็โอเค แต่หากเอาสูตรของเขามาเลยเต็มที่ไม่ได้ ให้ออน้ำก๋วยเตี๋ยวของเรามาทำ”

“ไก่ห่อใบเตย สำหรับเมนูนี้มีอยู่แล้ว และขายดีอยู่แล้ว และมีน้ำจิ้มด้วย”

“ยากิโทริกระเทียมพริกไทย เมนูเหล่านี้จะหวานๆ เค็มๆ หากใส่พริกไทยดำเข้าไปไม่แน่ใจว่าจะออกรสชาติมาเป็นอย่างไร”

“บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ ไม่น่าจะมีผลอะไรมาก เพียงแต่เปลี่ยนในส่วนของคุณสมบัติรส”

“เมนูปลาดิบน้ำจิ้ม ซีฟู้ด เห็นด้วย แต่มีข้อคิดต่อก็คือหนึ่งว่าน้ำจิ้มซีฟู้ดกับปลาดิบใช้ปลาอะไร ต้องไม่มีความคาว และมันเป็นไปได้ยากถ้าหากดูปลาจากบ้านเราเพราะจะมีความคาว”

“อาหารไทยประยุกต์กับอาหารชาติอื่นๆ ได้ทั้งหมด เช่น เดียวนี้จะมียำถั่วพูยาซาบิ นำเอาวาซาบิมายำถั่วพูรสชาตินี้คนไทยก็ชอบสามารถทานได้ เขาเริ่มนำเอาวาซาบิมาผสมผสานกับอาหารที่เขาคิด หากเคยทานอาหารเม็กซิกันจะตอบโจทย์ได้ดี สามารถกินกันได้ทุกชาติ แต่การประยุกต์อาหารแต่ละประเภทเราต้องยึดความเป็นดั้งเดิมในรสชาติของอาหารเอาไว้ด้วย”

อาหารไทย-จีน

“ปูผัดผงกะหรี่ขึ้นมา เป็นการเพิ่มความเผ็ดเข้ามา ก็คิดว่าน่าจะโอเคนะสำหรับบ้านเรา แต่สำหรับฝรั่งไม่แน่ใจ”

“บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง เห็นด้วย แต่ต้องยังไม่ทราบว่าจะออกมาอย่างไร”

“ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร เห็นด้วย เพราะว่าเป็นเมนูธรรมดา”

“อาหารไทยกับจีนประยุกต์ในเรื่อง Presentation ซึ่งเน้นรสชาติที่เป็นรสชาติจีนที่รสชาติจีนผสมผสานกับรสชาติไทยในบางครั้งโดยมีส่วนผสม ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด โดยมีการนำเสนอเรื่องเล่าประกอบการ Presentation ทำให้เมนูไม่ซ้ำซากจำเจ”

“ตัวอย่าง อาหารไทยจีนที่ประสบความสำเร็จคือ หมี่ฮกเกี้ยน ซึ่งใช้เส้นหมี่สไลด์จีนและประยุกต์เครื่องปรุงไทย”

อาหารไทย-ฮาลาล

“ข้าวกล้องหมกไก่ เห็นด้วย”

“แกงมัสมั่นไก่ตะลีนปิง เห็นด้วย แต่คิดว่าน่าจะเปรี้ยวเกินไป ขึ้นอยู่กับปริมาณการใส่ แต่ข้อดีของตะลีนปิงจะหอมกว่าน้ำมะขาม”

“สเต็กเนื้อสับดำ ไม่ทานเนื้อเลยตอบไม่ถูก”

“โรตีสายไหมหวานเนื้อมะพร้าว น่าจะอร่อย เพราะว่ายอดมะพร้าวอร่อยอยู่แล้ว”

“บะหมี่กรอบ คิดว่าสามารถไปด้วยกันได้ด้วยดี”

“เมนูไทยฮาลาลเป็นการผสมผสานระหว่างเมนูอินเดียกับเมนูไทย ลูกค้าจะเป็นทั้งคนไทยที่ชอบทานโรตีสี่ ส่วนคนมุสลิมที่เป็นชาวอินเดียอาหรับก็ต้องการเมนูอาหารไทยฮาลาลมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมะตะบะแกะ โดยมีน้ำจิ้มไทยฮาลาลประยุกต์ผสมโยเกิร์ตสเปรี้ยวกับมะเขือเทศสับใส่พริกไทยลงไปเล็กน้อย นอกจากนี้ถ้าใช้เทคนิคการหมักเนื้อโดยใช้เกลือกับพริกไทยธรรมดาเหล่านี้จะสามารถดัดเปลี่ยนได้”

อาหารไทย-เวียดนาม

“ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ ไม่แนใจ ถ้ามองว่าเป็นตั๋มยำน้ำจิ้มน่าจะได้อยู่”

“เส้นจันต์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ยังไม่เคยทาน แต่ผัดซีอิ๊วไทยปกติอร่อยอยู่แล้ว”

“ตั๋มยำปลาสมุนไพรวัดสไตล์เวียดนาม ยังมองภาพไม่ออก”

“เมี่ยงเซลมอน ไม่เห็นด้วย น่าจะเปลี่ยนเป็นเมี่ยงปลาเผา”

“หมี่กะทิหมูย่าง ส่วนนี้น่าจะใกล้เคียง ความเป็นไปได้”

“มีลูกค้าที่มาทานแล้วให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหาร ก็มีบ้างบางรายการ แต่เราก็ต้องดูว่าลูกค้ามาจากไหน บางคนก็เป็นเจ้าของร้านอาหาร เป็นเชฟ ก็จะมีการแนะนำในเรื่องของบางส่วนมากกว่า เพราะร้านเราเองจะรองรับอาหารไทย สำหรับอาหารไทยประยุกต์ทำขึ้นเพื่อรองรับกับคนบางกลุ่มที่ต้องการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง ก็จะได้มีการเสนอแนะบางอย่าง ทางเราก็จะทำการเก็บข้อมูลไว้เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงเมนู เราจะปรับเปลี่ยนเมนูแต่ละครั้งจะใช้เวลาค่อนข้างนาน ล่าสุดได้เปลี่ยนเมนูไปเมื่อปี 2008 และกำหนดเปลี่ยนอีกทีเมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา พอมีงานอะไรหลายอย่าง ก็ต้องเลื่อนเป็นปลายปีหรือไม่ก็ต้นปีหน้า สำหรับเมนูต่างๆ ที่ปรับเปลี่ยนเพื่อให้รองรับหรือเข้ากับเทศกาลต่างๆ เช่นในช่วงคริสมาสก็จะเน้นไปในเรื่องของไก่งวง เป็นต้น แต่ก็ยังทำให้เป็นลักษณะของอาหารไทย อย่างเช่นผัดพริกแกงเนื้อกวาง มีน้ำมันไก่งวง เป็นต้น ช่วงหน้าเทศกาลส่วนใหญ่จะเป็นอาหารไทยประยุกต์โดยส่วนมาก ตั้งแต่เริ่มมีร้านมาเราก็เริ่มทำอยู่แล้วอย่างขอม่วงคงความเป็นไทยข้างในก็จะเป็นไส้ไก่งวง ไส้ตับห่าน เป็นต้น ในเรื่องของตกแต่งอาหารค่อนข้างจะแตกต่างจากเมนูคลาสสิกทั่วไป และค่อนข้างที่จะแปลกตา อย่างเช่น แกะผัดกะเพราที่อาจจะมียอดไม้วางตรงขอบจาน”

6. ข้อเสนอแนะ

“สำหรับประสบการณ์ที่เคยเจอจะในลักษณะที่ถามตรงๆ ว่ากรุ๊ปนี้ต้องการอาหารฮาลาลจริงๆ สำหรับอาหารฮาลาลค่อนข้างมีความรู้ที่สูง ไม่ได้ทำกันได้ง่ายๆ เพราะจะเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ การระมัดระวัง ภาชนะในการทำ แม้แต่ครัวที่ใช้ในการปรุง ก็ต้องยกให้เป็นครัวของฮาลาลโดยตรง หากนำฮาลาลมาผสมกับอาหารไทยก็ไม่สามารถทำได้ง่ายๆ เสียทีเดียว ค่อนข้างยากเกี่ยวกับเรื่องเชื้อสายของเงินพอสมควร ในเรื่องอื่นๆ ไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไร แต่ในเรื่องของอาหารฮาลาลกับกลุ่มอาเซียนค่อนข้างจะเข้ากันยากนิดหนึ่ง เพราะจะเป็นเอกเทศส่วนใหญ่ ถ้าทำได้ก็จะขับเคลื่อนเข้า

ในกลุ่มอาหารประยุกต์ของธุรกิจร้านอาหารโรงแรมส่วนใหญ่ ก็จะเป็นไทย-ญี่ปุ่น เยอะที่สุด และเข้าสู่แนวทางในการประกวดการแข่งขันระดับนานาชาติที่เราได้เข้าไปการแข่งขัน หรือได้มีส่วนร่วมเข้าไปดูการตัดสิน เท่าที่ดูก็จะมีแต่อาหารญี่ปุ่นและอาหารไทย อาหารไทยและยุโรปเข้ามานำเสนอในการประยุกต์ อาหารไทยของเราจะออกมาในแนวกลมกล่อม รสชาติดีกว่า อาหารไทยเราสามารถเชื่อมไปกับทุกประเทศได้หมด แต่จะเชื่อมอย่างไรก็แล้วแต่ต้องคงไว้ซึ่งรสชาติของความเป็นไทย หากนำกล้วยเตี้ยสุโขทัยมาเชื่อมกับอาหารญี่ปุ่นไม่แน่ใจว่ารสชาติจะออกมาแบบไหน แต่ส่วนผสมที่ออกมาก็ต้องครบเครื่องจริงๆ ซึ่งเอาเอกลักษณ์ของความเป็นสุโขทัยไว้ได้ แต่น้ำชูจะเป็นของเราจริงๆ”

“ด้วยประสบการณ์ 36 ปีที่อยู่กับอาชีพนี้โดยตรง ไม่ได้นำมาใช้ได้ง่ายๆ สำหรับสิ่งเหล่านี้ นื่องๆ ที่เกิดมาใหม่เวลาสอนก็ไม่ได้ลงไปในรายละเอียดทีเดียว เราสอนในเรื่องของการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าต้องใช้เป็น ผมเชื่อว่าในเรื่องของการทำผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมาก หากเราใส่พลาสติกที่อาจจะเปลี่ยนไป เช่น อาหารฝรั่งที่เขาทานกันประจำ หากใส่เหล้าไวน์ผิดไปกับอาหารอีกชนิดหนึ่ง จะทำให้รสชาติผิดไปทันที ฉะนั้นความสำคัญของอาหารที่จะมาผูกเชื่อมกันในอาหารไทยตัวใหม่ที่เรานำเสนอต้องชัดเจน พวกเขฟจะถนัดในเรื่องความหลากหลายพอสมควร แต่ในการนำอาหารมาประยุกต์นั้นเราก็ต้องไม่ให้เสียรสชาติของอาหารเหล่านั้น จะออกมาสวยงามยังงี้ก็แล้วแต่ แต่รสชาติต้องคงที่ เรื่องของความผสมผสานก็ต้องมีระยะเวลาพอสมควรที่จะทำ สำหรับอาหารที่นำเสนอมาบางตัวไม่ใช่เรื่องยาก แต่บางตัวก็ไม่ได้ง่าย อย่างเช่นแกงมัสมั่น เครื่องแกงเขาจะเข้มข้นอยู่แล้วแต่หากนำผลไม้ใส่เข้าไปจะมีความเปรี้ยว ซึ่งแกงมัสมั่นไม่ได้มีความเปรี้ยวทำให้รสชาติเปลี่ยนไป”

“เห็นด้วยอย่างสูงที่เราจะมานั่งพัฒนาตรงส่วนนี้ แต่ก็ต้องมีระยะเวลาพอสมควรที่จะนำไปสู่ธุรกิจตรงนี้จริงๆ เพราะเมนูที่นำเสนอออกมาไม่ได้วางกันได้ง่ายๆ ต้องนำเสนอเป็นเมนูประจำเดือนหรือประจำวัน ถึงจะทำให้เป็นเรื่องเป็นราวได้”

“เมนูที่เราพัฒนาขึ้นมาจะ เป็นเมนูอาหารที่มาจากต่างชาติ ที่นำมาปรับโดยมีการใช้เครื่องเทศ เครื่องปรุงจากไทย จากที่เราได้ศึกษาในเบื้องต้นว่าทำไมชาวต่างชาติถึงได้ชอบอาหารไทย เราก็ได้มาเป็นข้อมูลคร่าวๆ ว่าในตัวของวัตถุดิบอาหารไทยค่อนข้างที่จะเป็นเอกลักษณ์ที่ประเทศอื่นไม่มี และเครื่องปรุง เครื่องเทศต่างๆ ที่ไม่ได้จัดจ้านจนเกินไป รสชาติค่อนข้างดีซึ่งชาวยุโรปที่ชอบรสชาติอ่อนๆ ก็สามารถทานได้ หรือทางแถบประเทศอินเดียที่ชอบจัดจ้านก็รู้สึกว่าจะจัดเกินไป รวมถึงน้ำจิ้ม ซอสต่างๆ ก็เป็นจุดเด่นที่ทำให้อาหารไทยได้รับความนิยม รวมถึงข้าวกล้องของเราก็มีคุณค่าทางโภชนาการค่อนข้างสูง ใบเตยก็มีกลิ่นรสชาติทางสมุนไพร นี่คือภาพรวมทั้งหมดที่ได้มาจากการสังเคราะห์ว่าทำไมอาหารไทยถึงเป็น The best ในส่วนของมัสมั่นเราต้องยอมรับว่าเป็นอาหารอินเดียมาก่อน เรามาใช้วัตถุดิบ เครื่องปรุงแบบไทย ปรุงออกมาเป็นไทยมัสมั่น ได้รับความนิยมของชาวโลกค่อนข้างสูง ก็เลยมีความคิดว่าหากเป็นเมนูอื่นๆ ที่เป็นอาหารต่างชาติ หากใช้เครื่องปรุง น้ำชู ซอสต่างๆ ที่เป็นวัตถุดิบของไทยมาประยุกต์ใช้ เช่น ข้าวหมกไก่ หรือสเต็ก ก็นำเอาข้าวกล้องที่มี

คุณค่าทางโภชนาการของไทยเข้ามาใช้ จะเป็นในมุมนี้น่ามากกว่าที่จะพยายามปรับอาหารไทยให้เป็นอาหารต่างชาติ”

“อันที่จริงผมเป็นในฐานะคนขาย อย่างที่บอกลูกค้าที่อาจารย์ได้ไปสำรวจ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าทางจีน หรืออินเดียในด้านรสชาติของอาหารก็จะไปคนละเรื่อง ประเภทของอาหารแต่ละอย่างจะอยู่ในคนละส่วนกัน ไม่ว่าจะเป็นประเภทเนื้อ ปลาต่างๆ ก็ควรจัดคนละแบบเพราะว่ามีความชอบไม่เหมือนกัน ส่วนนี้ค่อนข้างที่จะละเอียด บางประเทศเขาค่อนข้างที่จะรู้จักอาหารไทยดีอยู่แล้ว”

“ในเรื่องของก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย เราไม่ได้เปลี่ยนตัวของน้ำก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย เพียงแต่เอาเส้นราเม็งมาแทนเส้นหมี่เหลือง แต่ใช้น้ำก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย ซึ่งยังคงเป็นของไทยไม่ได้เป็นของญี่ปุ่น เพื่ออาจจะเป็นทางเลือกใน 25-30 เมนูที่เราพัฒนาขึ้นมาคาดว่าอาจจะประสบความสำเร็จบ้าง เราพยายามไปหาข้อมูลว่าจุดเด่นของอาหารไทยคืออะไร ก็นำสิ่งเหล่านั้นมาปรับหากประสบความสำเร็จก็ดีตรงส่วนนี้”

“ในส่วนของการ ททท.เอง หากมีการทำการประชาสัมพันธ์ออกมาแล้ว ก็จะส่งผลดีต่อนักท่องเที่ยวในหัวหินและประจวบคีรีขันธ์ จากที่ได้ฟังมาในส่วนต่างๆ ก็ให้ความคิดเห็นค่อนข้างดีมาก อย่างในส่วนของการหาตลาดเขาค่อนข้างที่จะเคร่งมากๆ ซึ่งทางสำนักงานเองก็เคยไปสำรวจพื้นที่ในส่วนของหัวหิน มีค่อนข้างน้อย และที่สำคัญต้องถูกต้องตามหลักของตลาด ซึ่งสำนักงานก็ต้องไปดูว่าคนที่ประกอบอาหารเป็นคนที่ถูกต้องตามหลักหรือเปล่า หากพูดถึงอาหารไทยจะนำไปรวมกับชาติต่างๆ ตามที่ผู้วิจัยได้เสนอ ผมคิดว่าเป็นผลดีอย่างหนึ่ง เพราะของไทยเราไม่ได้เล็งเห็นถึงความเผ็ดร้อนอย่างเดียว แต่จะมีการนำเอาความเป็นอาหารชาติอื่นๆ เข้าไปด้วย อย่างเช่น มัสมันซึ่งไม่ได้ออกแนวเผ็ดมากเกินไป ยังคงรสชาติความเป็นเปรี้ยวหวานไว้อยู่ ก็อาจมีบ้างที่ยังนิยมอาหารตามชาตินิยม แต่คนรุ่นใหม่ๆ ก็อยากทดลองเกี่ยวกับอาหารใหม่ๆ ในส่วนอาหารไทยก็มีเอกลักษณ์ตรงส่วนของความเป็นสมุนไพรอยู่แล้ว ก็สามารถที่จะนำไปประยุกต์กับอาหารอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี หากทำรูปเล่มประชาสัมพันธ์ออกมาก็อยากมีฐานข้อมูลทางด้านการตลาด เช่น ร้านอาหาร รายละเอียดเกี่ยวกับอาหารประเภทต่างๆ เพื่ออธิบายแก่นักท่องเที่ยวด้วย”

“การทดสอบโดยการชิมอาหาร หากสามารถที่จะแยกวิเคราะห์ได้ในส่วนของคนที่มาจากภูมิภาคที่ต่างกัน จะมีความชอบที่ต่างกัน ว่าเขามีความชอบอะไรที่แตกต่างกันบ้าง หากออกมาเป็นข้อมูลทีวิเคราะห์ได้จะส่งผลชัดเจนมากในเรื่องของการตลาดด้วย อีกอย่างหนึ่งที่คิดว่าคณะของผู้วิจัยมี แต่เรายังไม่ทราบ เช่น ข้าวหมกไก่ทำไมเขาถึงใช้ข้าวกล้อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องประกอบไปด้วยเหตุผลของการเลือก หากรู้เหตุผลตรงนี้ก็ทำให้สมบูรณ์มากขึ้น”

“ในส่วนอื่นๆ ก็คิดตรงกันกับหลายๆ ท่านว่าจะต้องใช้เวลาในเรื่องของการขับเคลื่อนต่างๆ ในเรื่องอาหารเองเราก็ต้องเข้าใจในรายละเอียดต่างๆ เช่น เราไม่ได้กินเพื่อให้อิ่ม แต่บางครั้งก็กินเพื่อสุขภาพดีขึ้น เป็นต้น ส่วนประกอบตรงนี้จะสร้างกันขึ้นมาให้เป็นวัฒนธรรมของการกิน”

ตารางที่ 4.81 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เชฟ ผู้บริหาร ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

อาหารไทย-ฮาลาล	อาหารไทย-ญีปุ่น	อาหารไทย-เวียดนาม	อาหารไทย-จีน	อาหารไทย-ตะวันตก
1. แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.50)	1. ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ใน ระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.18)	1. หมี่กะทิหมวย่าง ในระดับ ค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.40)	1. ปีกไก่หม้อและน้ำแดง ในระดับ ค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.18)	1. หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว ใน ระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.90)
2. แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง ใน ระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.00)	2. ไก่ทอดใบเตย ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.70)	2. เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใน ทะเล ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 4.10)	2. ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ใน ระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.36)	2. สเปกเก็ตตี้กระเพรา ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.60)
3. โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อ ยอด ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X}$ 4.30)	3. ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.00)	3. เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 4.50)	3. ปูผัดผงกระหรี่ซีอิ๊ว ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.36)	3. สลัดน้ำส้มตำ ในระดับปาน กลาง ($\bar{X}$ 3.90)
4. สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.20)	4. บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทย ดำ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 4.00)	4. ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์ เวียดนาม ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.80)	4. บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.30)	4. แซลมอนสมุนไพรรับประทาน คู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.89)
5. ข้าวกล้องหอมไก่ ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}$ 4.50)	5. ราเม็งสุโขทัย ในระดับปาน กลาง ($\bar{X}$ 4.10)	5. ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ ในระดับ ค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X}$ 4.80)	5. ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซีซอนพริกขิง ในระดับค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X}$ 4.00)	5. ซุปเบคอนผักหวานและน่านา เห็ด ในระดับค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X}$ 4.10)

ตารางที่ 4.82 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสานไก่ย่างหวาน เนื้อมะนาว		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่ บะหมี่กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.333	.000	0.248	.002	0.361	.000	0.283	.002	x	x
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.376	.000	0.310	.000	0.172	.014	0.361	.000	0.449	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.209	.001	0.353	.000	0.459	.000	0.290	.000	0.45	.000

ตารางที่ 4.83 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสานไก่ย่างหวาน เนื้อมะนาว		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่ บะหมี่กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.388	.000	x	x	0.282	.000	0.181	.025	0.213	.006
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.238	.002	0.308	.000	0.231	.001	0.414	.000	0.225	.009
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.338	.000	0.635	.000	0.485	.000	0.393	.000	0.515	.000

ตารางที่ 4.84 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

ทัศนคติ	เมนูไทย-ฮาลาล1 ข้าวกล้องหมกไก่		เมนูไทย-ฮาลาล2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง		เมนูไทย-ฮาลาล3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ		เมนูไทย-ฮาลาล4 โรตีสีไก่ ข้าวหวาน เนื้อมะนาว		เมนูไทย-ฮาลาล5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่ กรอบ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.290	.000	0.220	.003	0.215	.001	0.289	.000	0.188	.010
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.300	.000	0.223	.003	0.154	.023	0.304	.000	0.251	.002
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.331	.000	0.495	.000	0.616	.000	0.405	.000	0.526	.000

สมมติฐานที่ 4.2 ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ตารางที่ 4.85 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ต้มยำปลาสมุนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สมุนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมีกระทิงย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.443	.000	0.380	.000	0.520	.000	0.542	.000	0.299	.003
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.255	.002	0.445	.000	x	x	x	x	0.423	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.259	.000	0.121	.038	0.423	.000	0.412	.000	0.227	.000

ตารางที่ 4.86 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ตั๋มยำปลาสุมนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สุมนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.325	.000	x	x	0.279	.000	0.166	.029	0.272	.001
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.219	.007	0.585	.000	0.206	.004	0.406	.000	0.279	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.427	.000	0.368	.000	0.508	.000	0.425	.000	0.444	.000

ตารางที่ 4.87 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

ทัศนคติ	เมนูไทย-เวียดนาม1 ก๋วยจั๊บน้ำร้อนตั๋มยำ		เมนูไทย-เวียดนาม2 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์ เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม3 ตั๋มยำปลาสุมนไพร สไตล์เวียดนาม		เมนูไทย-เวียดนาม4 เมี่ยงแซลมอน สุมนไพรใบชะพลู		เมนูไทย-เวียดนาม5 หมี่กะทิหมูย่าง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.485	.000	0.183	.023	0.410	.000	0.229	.008	x	x
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน	x	x	0.377	.000	x	x	0.263	.002	0.578	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.446	.000	0.374	.000	0.540	.000	0.484	.000	0.384	.000

สมมติฐานที่ 4.3 ทักษะการตัดสินใจของแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ของแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ตารางที่ 4.88 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทักษะการตัดสินใจของแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอส พริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยว ต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.233	.002	0.408	.000	0.605	.000	0.378	.000	0.201	.013
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.170	.014	0.208	.009	x	x	0.253	.008	0.444	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.552	.000	0.348	.000	0.332	.000	0.339	.000	0.316	.000

ตารางที่ 4.89 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทักษะการตัดสินใจของแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอส พริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำแดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.325	.000	0.148	.034	0.352	.000	0.472	.000	0.265	.000
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่เคยรับประทาน	0.170	.011	0.373	.000	0.198	.005	x	x	0.348	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.479	.000	0.464	.000	0.437	.000	0.515	.000	0.375	.000

ตารางที่ 4.90 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน

ทัศนคติ	เมนูไทย-จีน1 ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา		เมนูไทย-จีน2 ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอส พริกขิง		เมนูไทย-จีน3 ปลาเก๋นึ่งซีอิ้ว สมุนไพร		เมนูไทย-จีน4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง		เมนูไทย-จีน5 ปีกไก่ทอดและน้ำ แดง	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.252	.000	0.240	.001	0.533	.000	0.374	.000	0.528	.000
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่รับประทาน	0.224	.000	0.281	.000	x	x	x	x	x	x
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.521	.000	0.465	.000	0.411	.000	0.590	.000	0.423	.000

สมมติฐานที่ 4.4 ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.91 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ทอดใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.268	.000	0.249	.002	0.336	.000	0.269	.001	0.355	.000
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่รับประทาน	0.316	.000	0.499	.000	0.457	.000	0.461	.000	0.376	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.332	.000	0.181	.008	0.152	.006	0.213	.001	0.235	.000

ตารางที่ 4.92 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ห่อใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.280	.000	x	x	0.335	.000	x	x	0.262	.005
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่รับประทาน	0.173	.010	0.411	.000	0.320	.001	0.417	.000	0.355	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.501	.000	0.552	.000	0.336	.000	0.468	.000	0.340	.000

ตารางที่ 4.93 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

ทัศนคติ	เมนูไทย-ญี่ปุ่น1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด		เมนูไทย-ญี่ปุ่น2 ราเม็งสุโขทัย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น3 ไก่ห่อใบเตย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย		เมนูไทย-ญี่ปุ่น5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโชยุ	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.239	.001	x	x	0.693	.000	x	x	0.273	.002
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่รับประทาน	0.242	.000	0.545	.000	x	x	0.371	.000	0.264	.002
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.467	.000	0.419	.000	0.264	.000	0.523	.000	0.437	.000

สมมติฐานที่ 4.5 ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ตารางที่ 4.94 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทักษะคิดต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทักษะคิด	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าว หอมมะลิอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.372	.000	0.616	.000	0.356	.000	0.347	.000	0.277	.001
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับ เมนูอื่นที่รับประทาน	0.198	.014	x	x	0.220	.002	0.324	.000	0.343	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.302	.000	0.313	.000	0.413	.000	0.283	.000	0.348	.000

ตารางที่ 4.95 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าว หอมมะลินิลอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวานและ น่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.308	.000	0.287	.002	0.333	.000	0.381	.000	0.248	.005
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่รับประทาน	0.152	.034	0.246	.006	0.214	.009	0.265	.000	0.367	.000
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.465	.000	0.390	.000	0.415	.000	0.326	.000	0.356	.000

ตารางที่ 4.96 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

ทัศนคติ	เมนูไทย-ตะวันตก1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว		เมนูไทย-ตะวันตก2 สปาเก็ตตี้กระเพรา		เมนูไทย-ตะวันตก3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าว หอมมะลินิลอินทรีย์		เมนูไทย-ตะวันตก4 สลัดน้ำส้มตำ		เมนูไทย-ตะวันตก5 ซูปเบคอนผักหวานและ น่านาเห็ด	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
1. ความชอบต่อเมนูนี้	0.407	.000	0.281	.001	0.207	.010	0.295	.000	0.427	.000
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่รับประทาน			0.265	.002	0.277	.001	0.209	.005	0.196	.009
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	0.524	.000	0.405	.000	0.469	.000	0.473	.000	0.368	.000

บทที่ 5

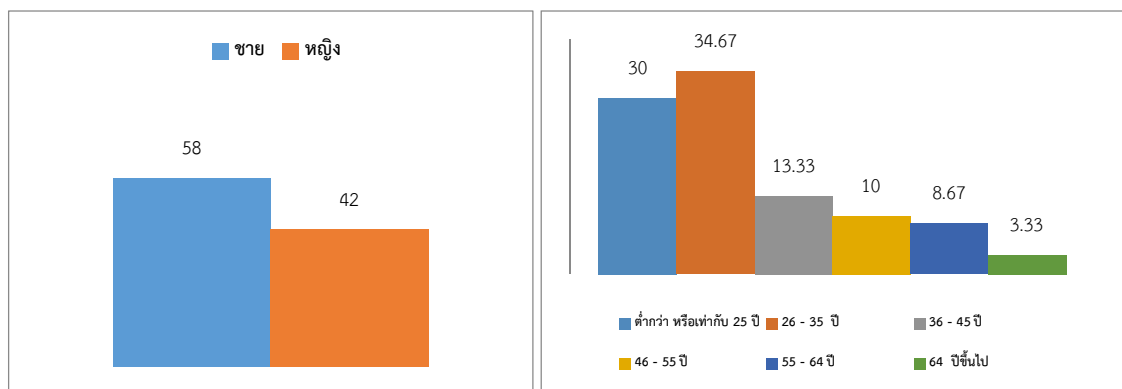
บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้ประกอบการ/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

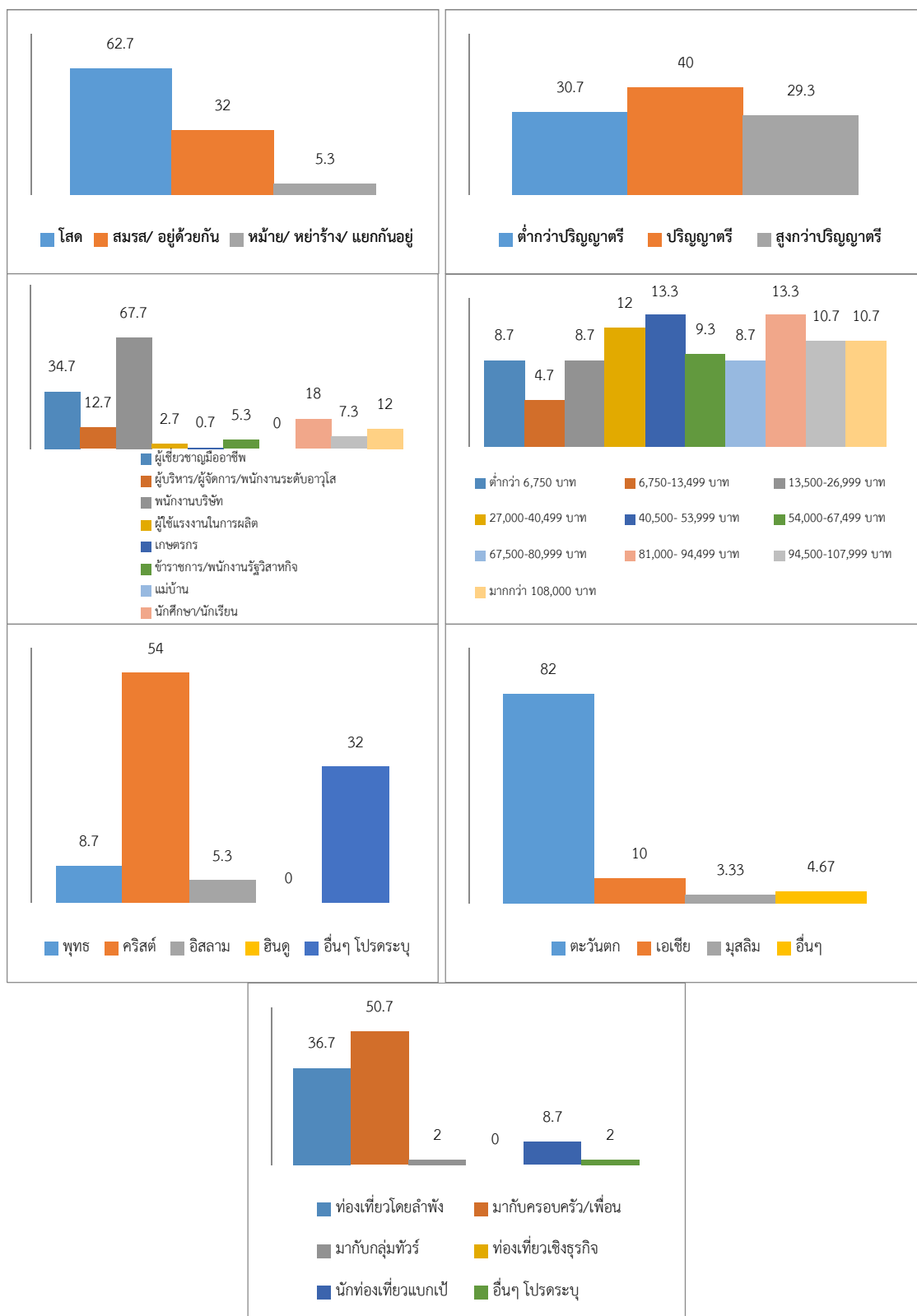
5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

5.1.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) อาหารไทย-ฮาลาล ดังภาพที่ 5.1



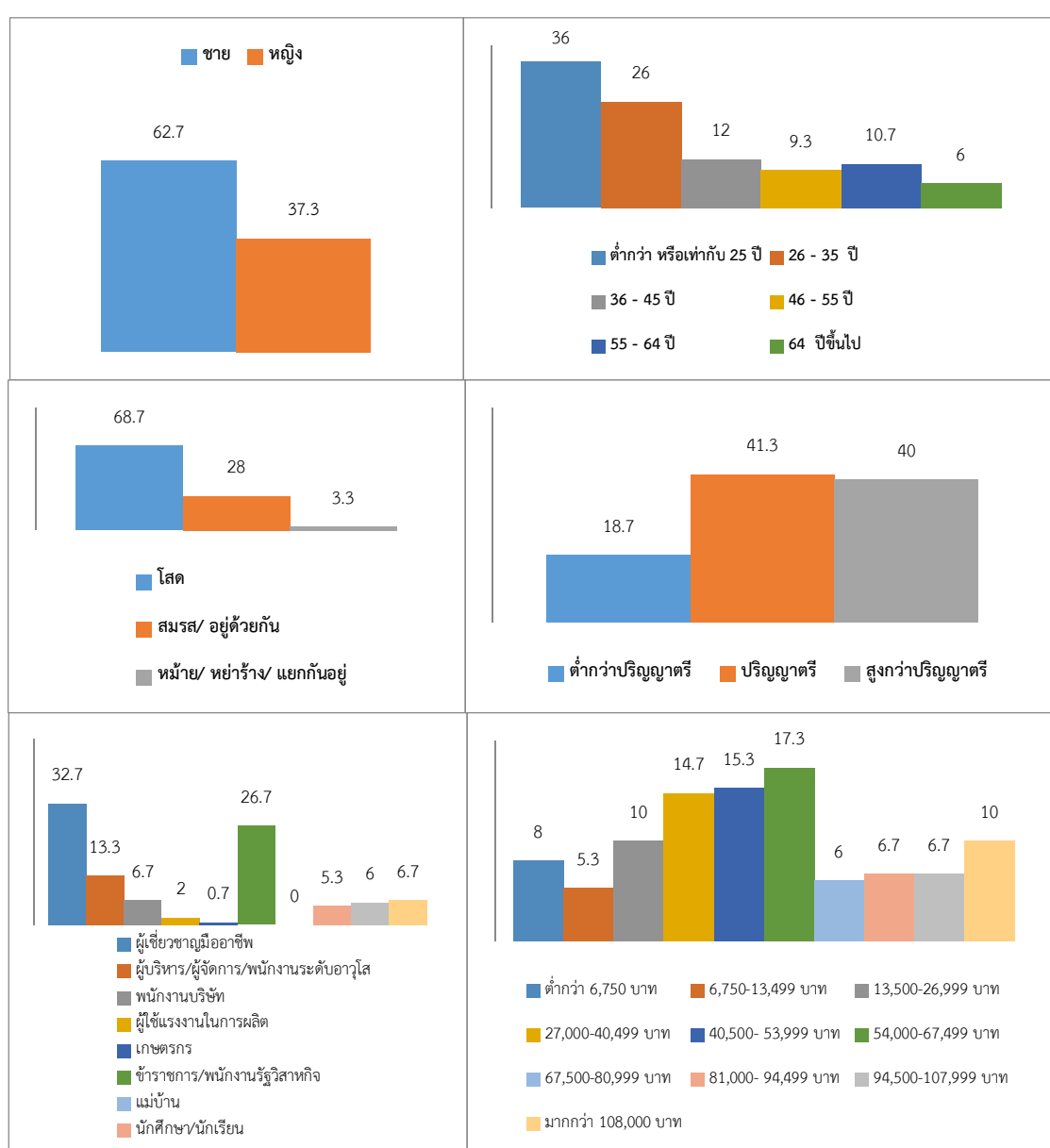
ภาพที่ 5.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ฮาลาล



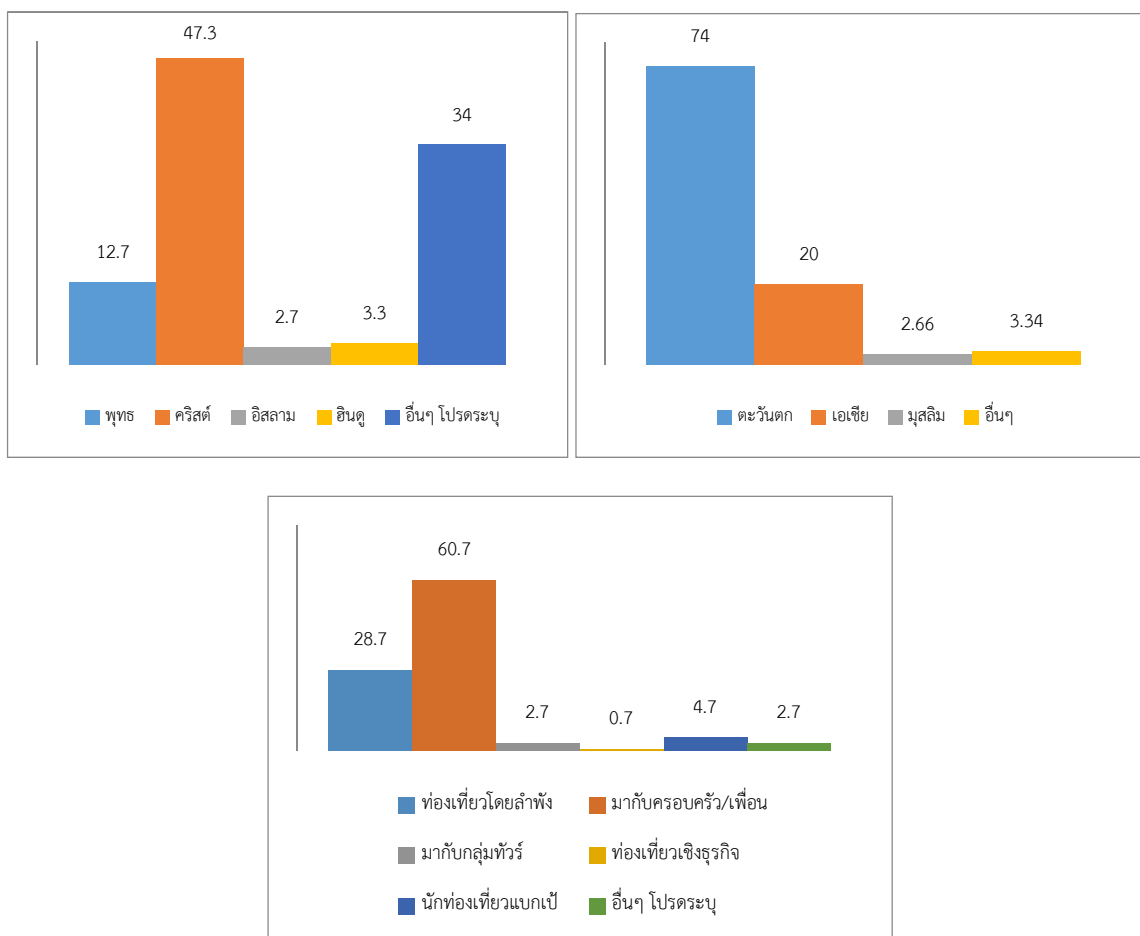
ภาพที่ 5.1 (ต่อ)

จากภาพที่ 5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ฮาลาลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (58.00%) อายุ 26-35 ปี (34.70%) สถานภาพโสด (62.70%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (40.00%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ (34.70%) อัตราเงินเดือน 40,500-53,999 บาท และ 81,000-94,499 บาทเท่ากัน (13.30%) นับถือศาสนาคริสต์ (54.00%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (50.70%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (74.00%)

(2) อาหารไทย-เวียดนาม ดังภาพที่ 5.2



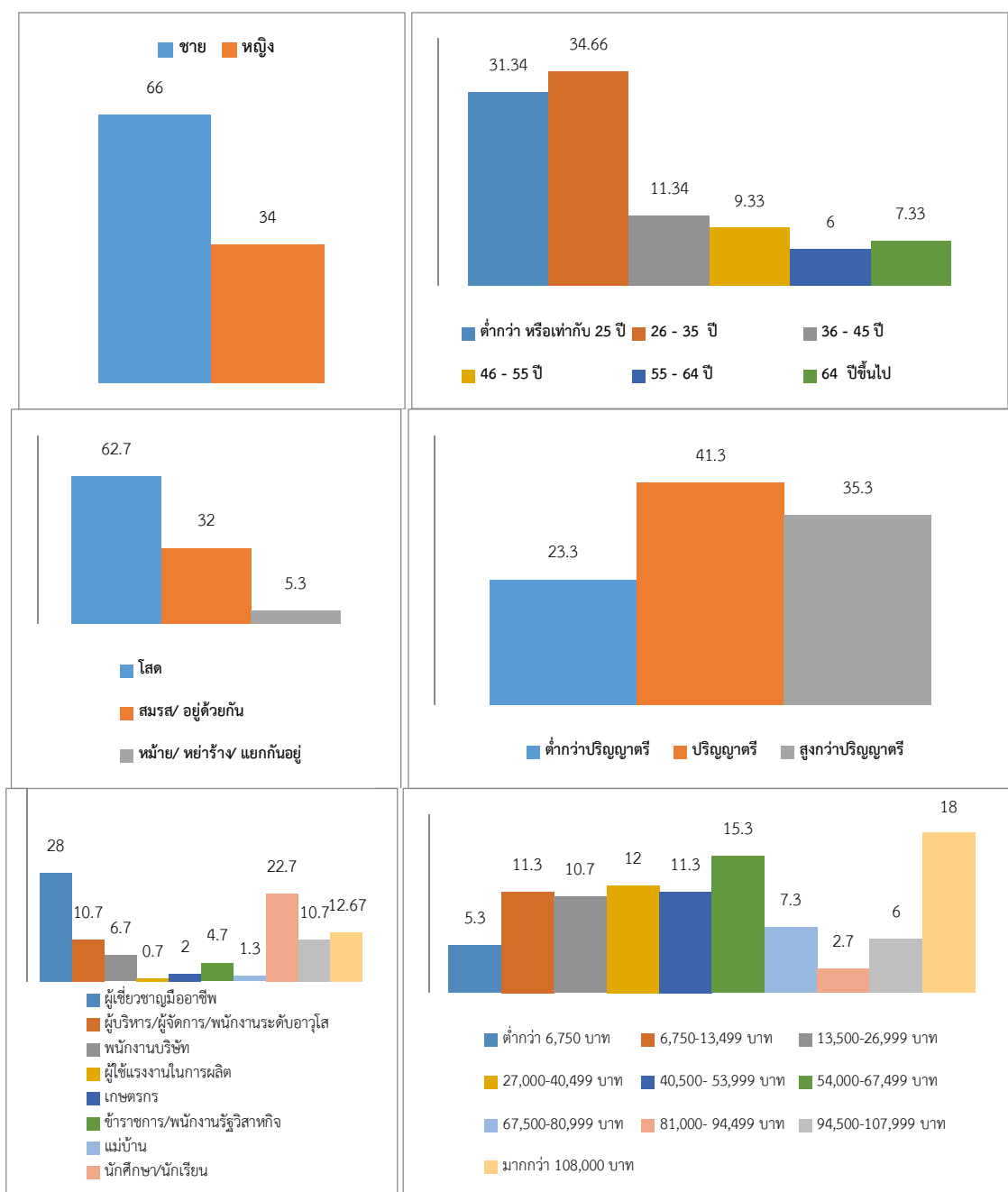
ภาพที่ 5.2 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-เวียดนาม



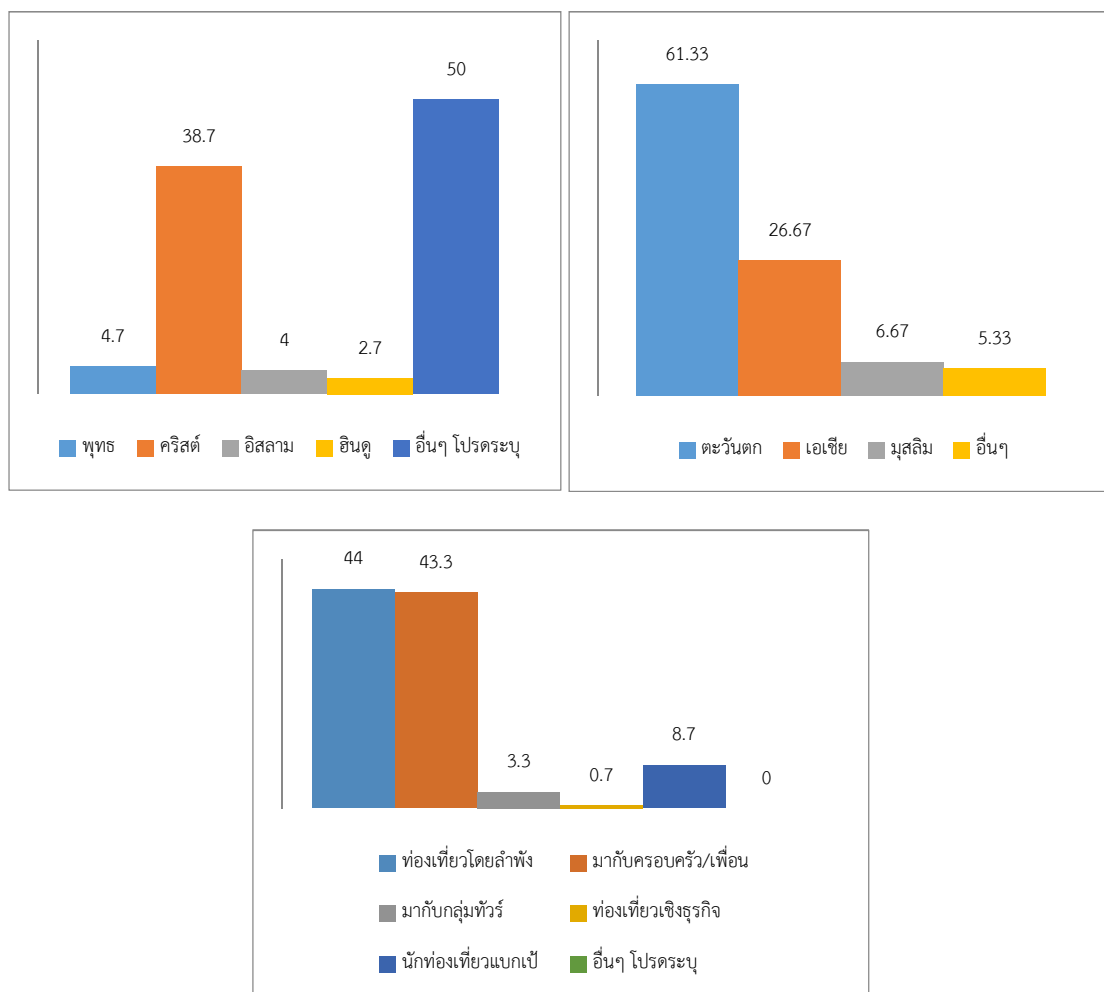
ภาพที่ 5.2 (ต่อ)

จากภาพที่ 5.2 ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-เวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (62.70%) อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี (36.00%) สถานภาพโสด (68.70%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (41.30%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ (32.70%) อัตราเงินเดือน 54,000-67,499 บาท (17.30%) นับถือศาสนาคริสต์ (47.30%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (60.70%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (74.00%)

(3) อาหารไทย - จีน ดังภาพที่ 5.3



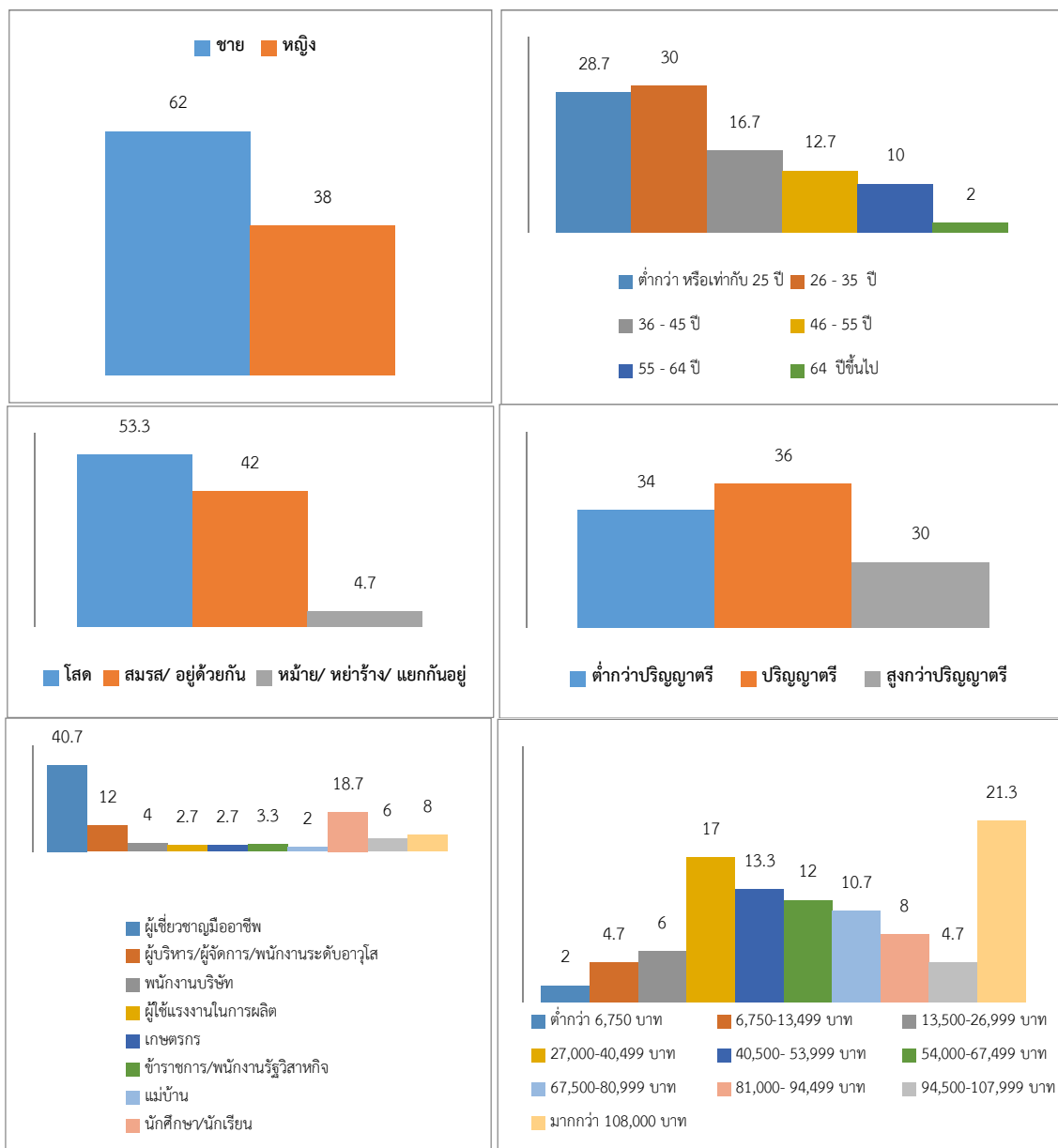
ภาพที่ 5.3 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-จีน



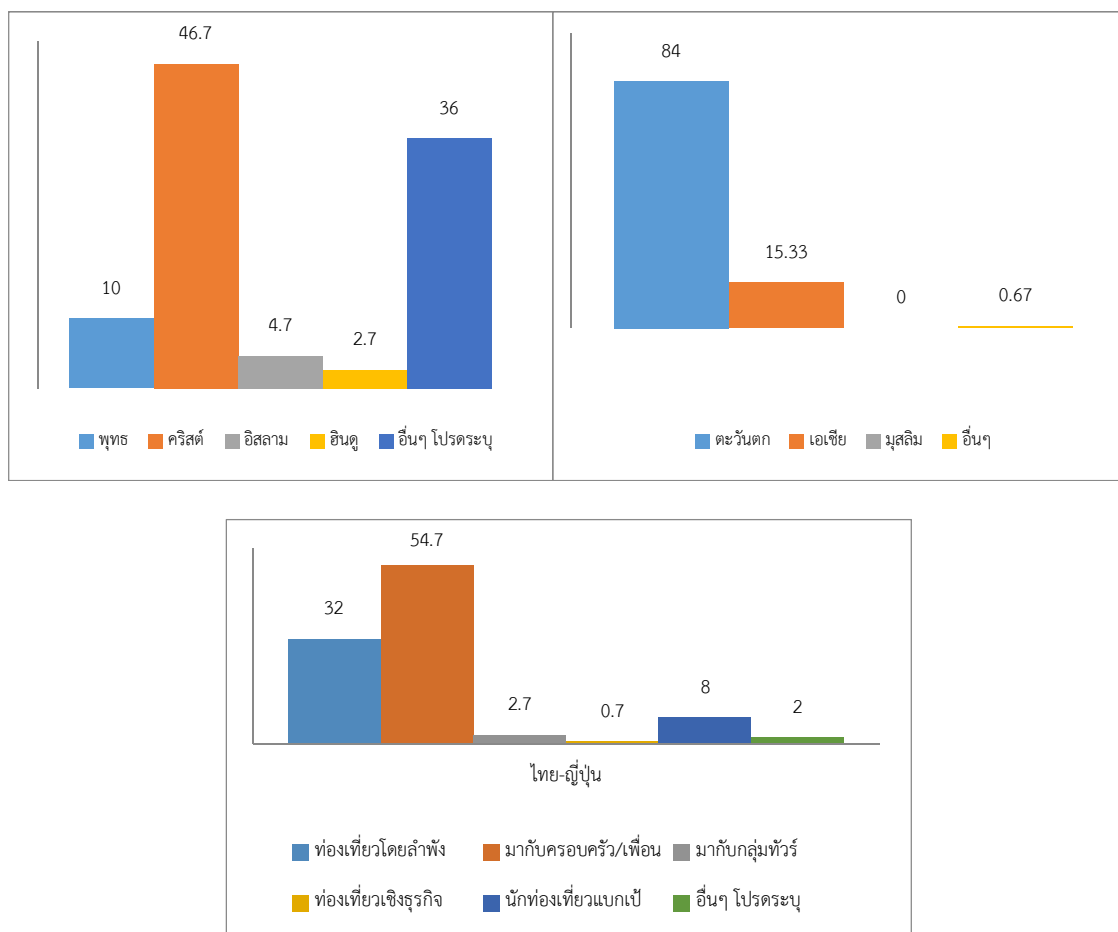
ภาพที่ 5.3 (ต่อ)

จากภาพที่ 5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-จีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (66.00%) อายุ 26-35 ปี (34.66%) สถานภาพโสด (62.70%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (41.30%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (28.00%) อัตราเงินเดือนมากกว่า 108,000 บาท (17.30%) นับถือศาสนาอื่นๆ (50.00%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (44.00%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (61.33%)

(4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.4



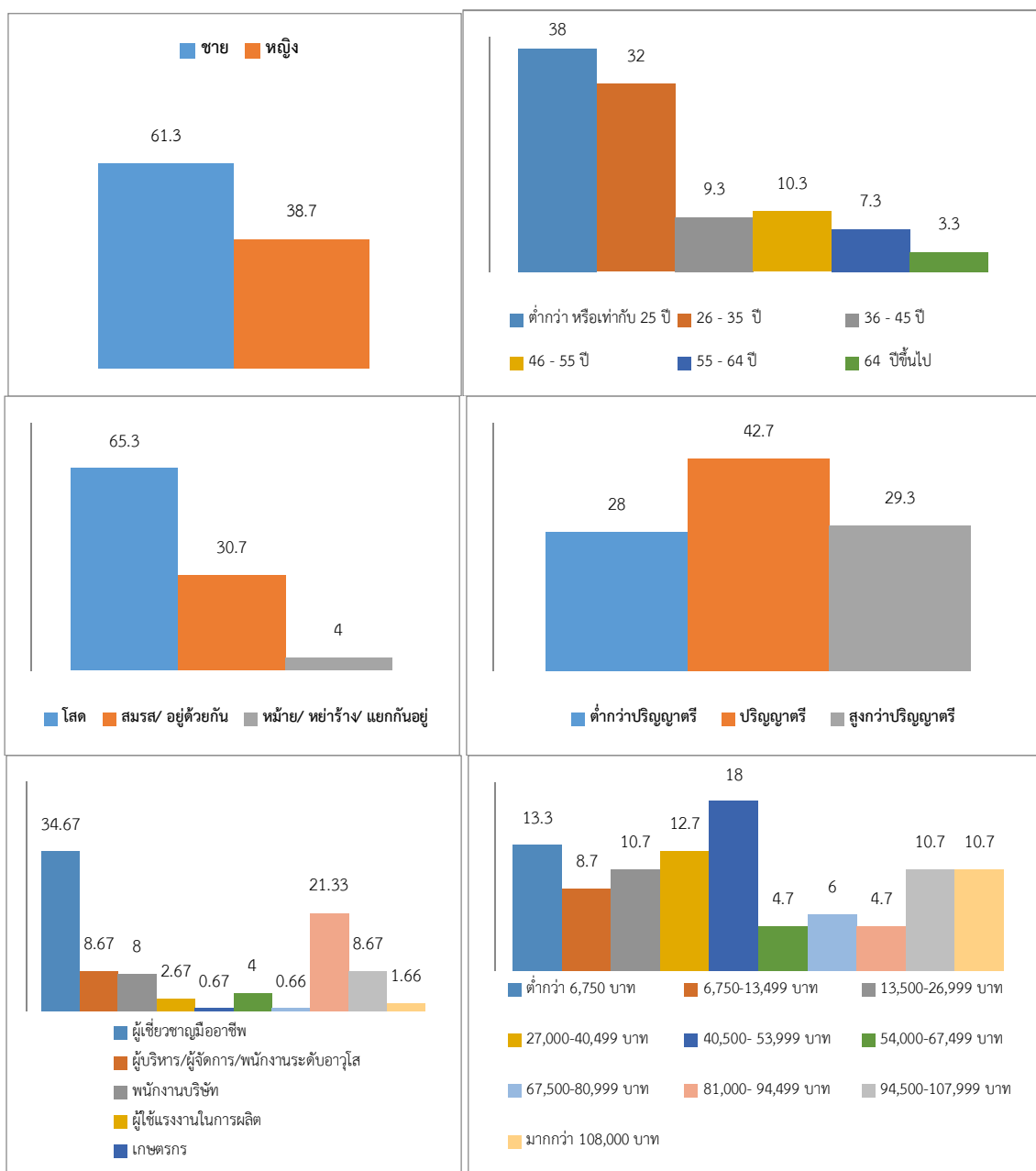
ภาพที่ 5.4 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ญี่ปุ่น



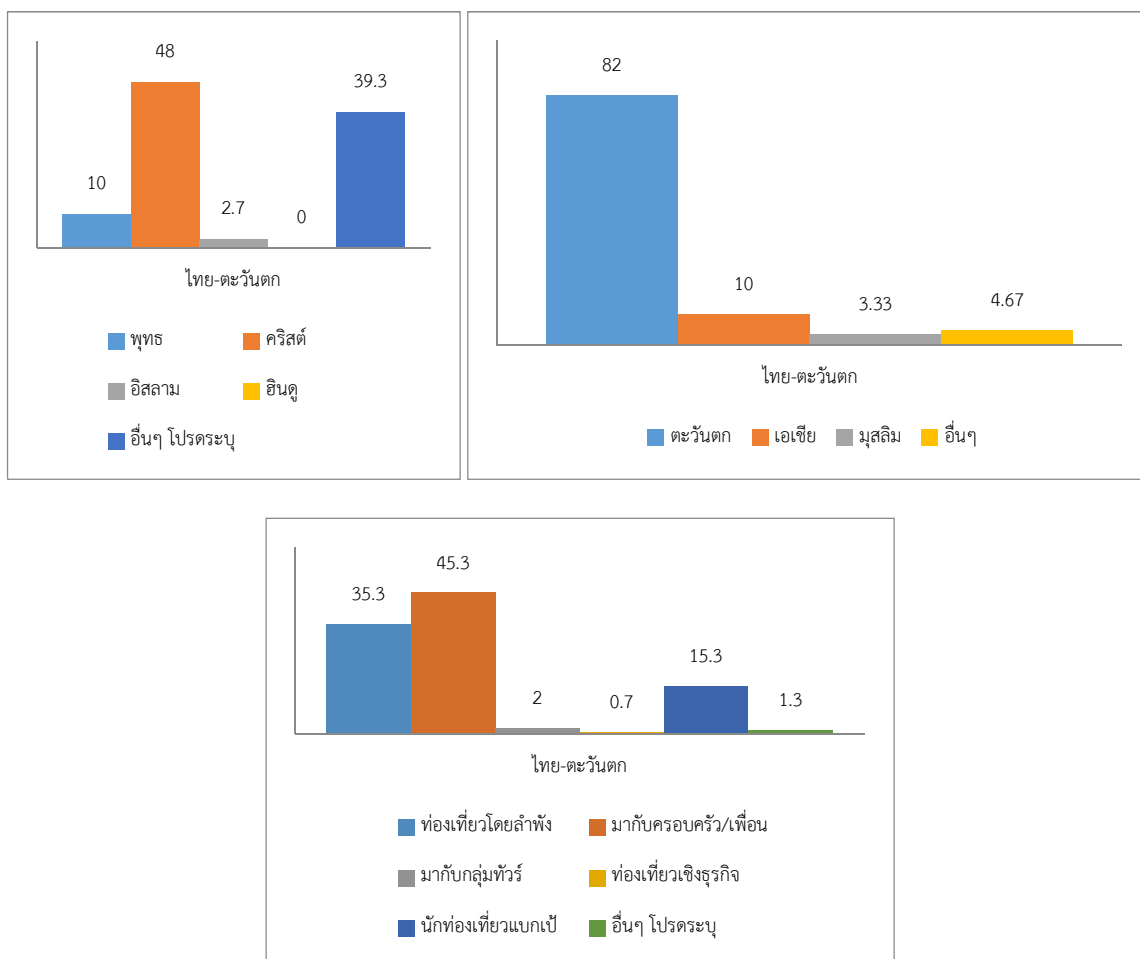
ภาพที่ 5.4 (ต่อ)

จากภาพที่ 5.4 ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (62.00%) อายุ 26-35 ปี (30.00%) สถานภาพโสด (53.30%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (36.00%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (40.70%) อัตราเงินเดือนมากกว่า 108,000 บาท (21.30%) นับถือศาสนาอื่นๆ (46.70%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัว/เพื่อน (54.70%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (84.00%)

(5) อาหารไทย-ตะวันตก ดังภาพที่ 5.5



ภาพที่ 5.5 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามไทย-ตะวันตก



ภาพที่ 5.5 (ต่อ)

จากตารางที่ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชิมอาหารไทย-ตะวันตก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (61.30%) อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี (38.00%) สถานภาพโสด (65.30%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (42.70%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (34.67%) มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 40,500-53,999 บาท (18.00%) นับถือศาสนาคริสต์ (48.00%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัว/เพื่อน (45.30%) มีเชื้อชาติตะวันตก (82.00%)

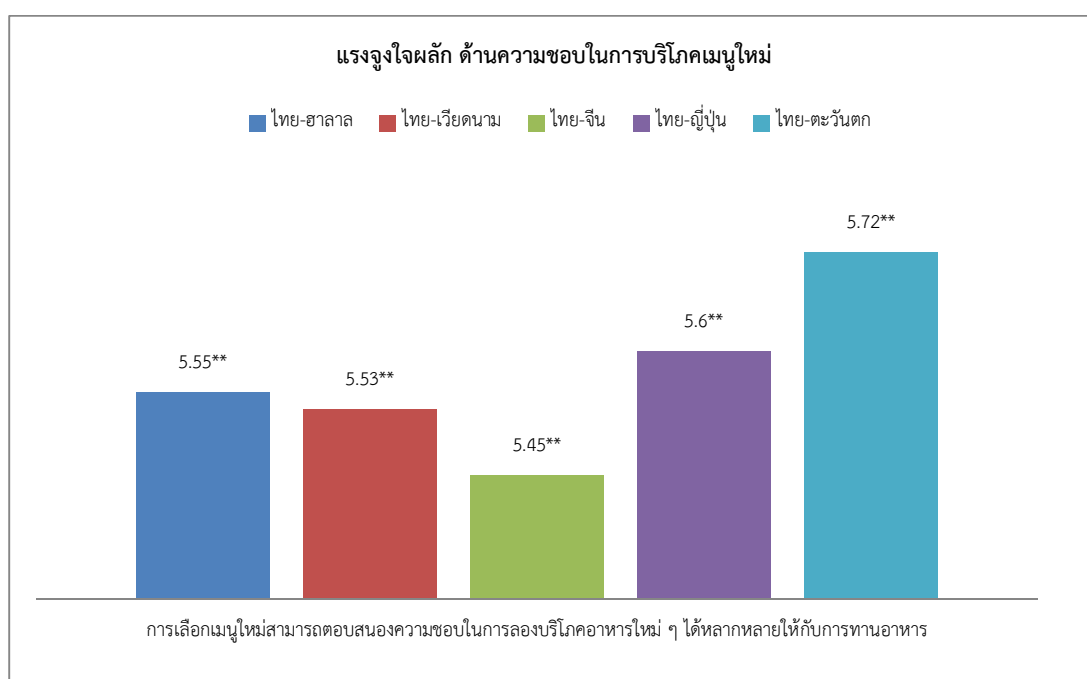
5.1.2 แรงจูงใจผลักดัน (Push motivation)

ประกอบด้วย การชอบในการบริโภคเมนูใหม่ (Preference of trying new food menus) การกลัวต่อการบริโภคเมนูใหม่ (Anxious of trying new food menus) การแสวงหาความดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ (Identity authenticity seeking) การแสวงหาความแปลกใหม่

(Novelty seeking) ในการบริโภคเมนูใหม่ ความห่วงใยในสุขภาพ (Health concern) การแสวงหาความเพลิดเพลินและความหรูหรา (Pleasure and luxury seeking)

ในการสรุปผลการวิจัยในส่วนนี้ได้ใช้สถิติ One Sample T-test ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีความแตกต่างจากค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้หรือไม่ โดยกำหนดค่าเฉลี่ยให้มีความมากกว่า 5.30 ได้ผลดังนี้

(1) แรงจูงใจหลัก ด้านความชอบในการบริโภคเมนูใหม่ ดังภาพที่ 5.6

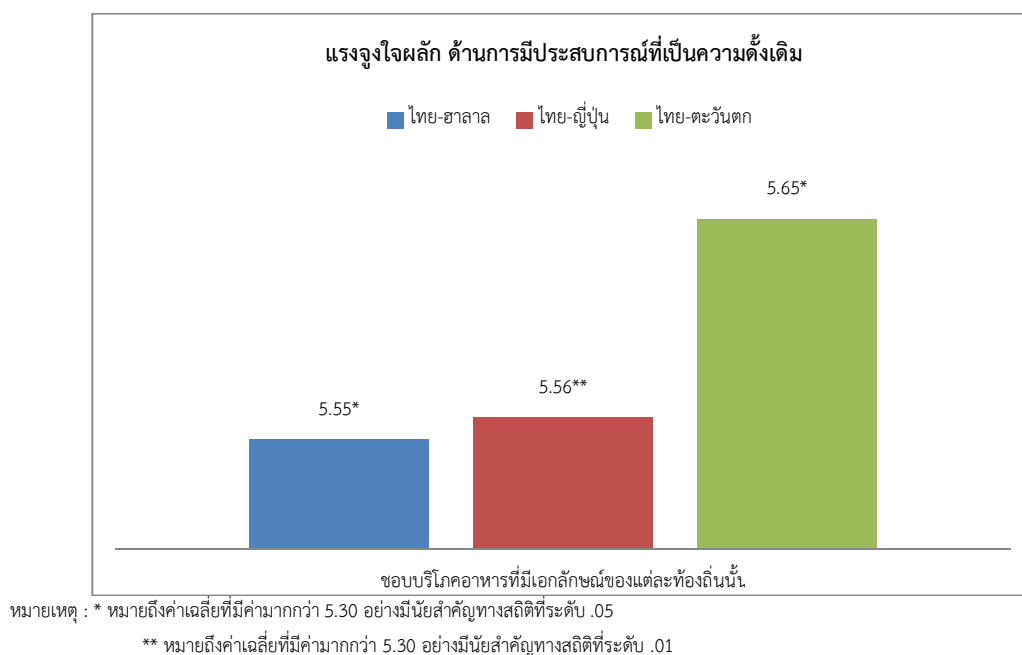


หมายเหตุ : ** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีความมากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.6 แรงจูงใจหลัก ความชอบในการบริโภคเมนูใหม่

จากภาพที่ 5.6 การพิจารณาแรงจูงใจหลัก ด้านความชอบในการบริโภคเมนูใหม่ พบว่า อาหารไทย-อีสาน อาหารไทย-เวียดนาม อาหารไทย-จีน อาหารไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีความมากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องการเลือกเมนูใหม่ สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ๆ ได้หลากหลายให้กับการรับประทานอาหาร

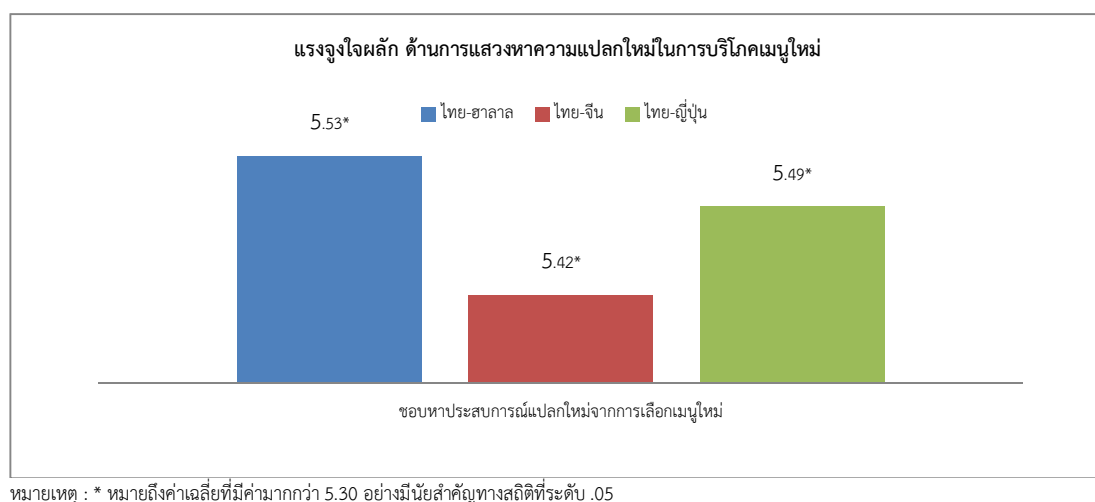
(2) แรงจูงใจหลัก ด้านการแสวงหาความดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ ดังภาพที่ 5.7



ภาพที่ 5.7 แรงจูงใจหลัก ด้านการมีประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม

จากภาพที่ 5.7 การพิจารณาแรงจูงใจหลัก ด้านการมีประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม พบว่า อาหารไทย-ญี่ปุ่น อาหารไทย-ฮาลาล และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ในเรื่องชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

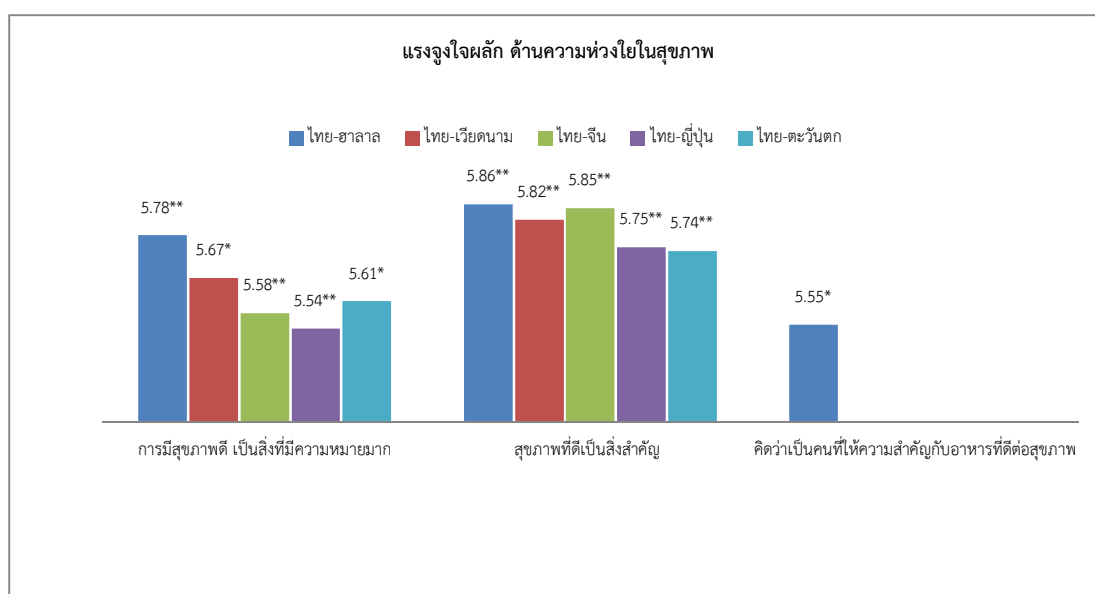
(3) แรงจูงใจหลัก ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
 ดังภาพที่ 5.8



ภาพที่ 5.8 แรงจูงใจหลัก ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่

จากภาพที่ 5.8 การพิจารณาแรงจูงใจหลัก ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ พบว่า อาหารไทย-ฮาลาล อาหารไทย-จีน และอาหารไทย-ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่อง ชอบหาประสบการณ์แปลกใหม่จากการเลือกเมนูใหม่

(4) แรงจูงใจหลัก ด้านความห่วงใยในสุขภาพ ดังภาพที่ 5.9



หมายเหตุ : * หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

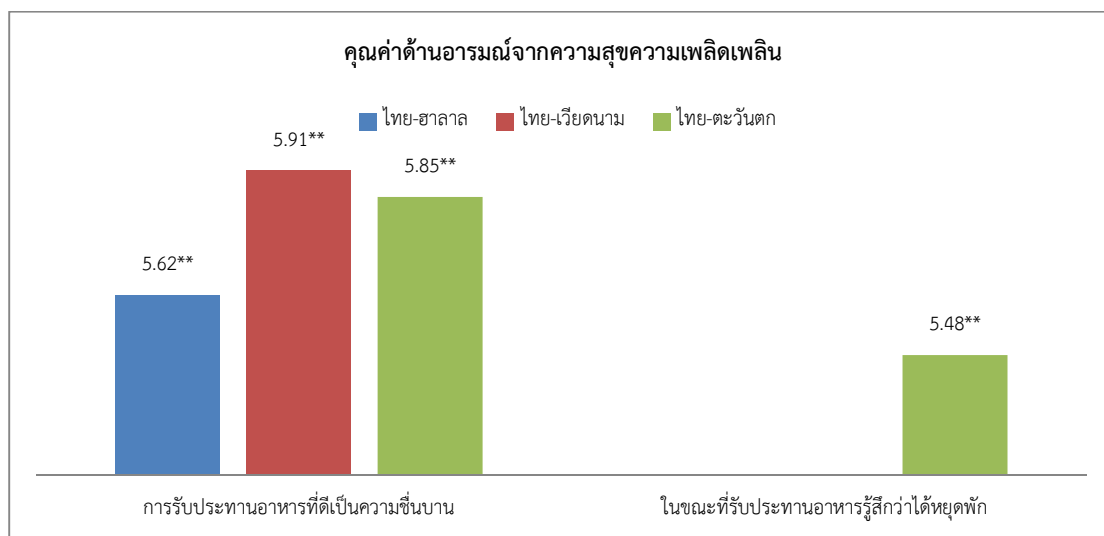
** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.9 แรงจูงใจหลัก ด้านความห่วงใยในสุขภาพ

จากภาพที่ 5.9 การพิจารณาแรงจูงใจหลัก ด้านความห่วงใยในสุขภาพ พบว่า อาหารไทย-ฮาลาล มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ .05 ในเรื่อง การมีสุขภาพดี เป็นสิ่งที่มีความหมายมาก สุขภาพดีเป็นสิ่งสำคัญ และคิดว่าเป็นคนที่ให้ความสำคัญกับอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ส่วนอาหารไทย -เวียดนาม อาหารไทย-จีน อาหารไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ในเรื่อง การมีสุขภาพดี เป็นสิ่งที่มีความหมายมาก และสุขภาพที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ

5.1.3 คุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน (Hedonic value)

คุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน ดังภาพที่ 5.10



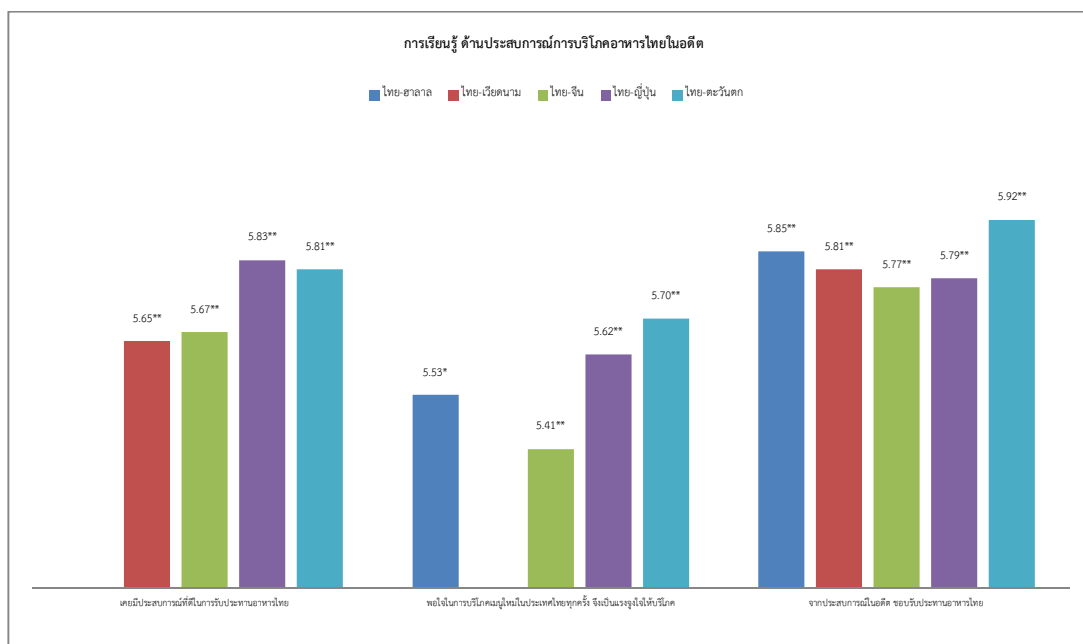
หมายเหตุ : ** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.10 คุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน

จากภาพที่ 5.10 การพิจารณาคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน พบว่าอาหารไทย-ฮาลาล อาหารไทย-เวียดนาม มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องการรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นชอบ ส่วนอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่อง การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นชอบ และในขณะที่รับประทานอาหารรู้สึกว่าได้หยุดพัก

5.1.4 การเรียนรู้ (Learning) (ประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยในอดีต (Past experience toward Thai food)

การเรียนรู้ ด้านประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยในอดีต ดังภาพที่ 5.11



หมายเหตุ : * หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

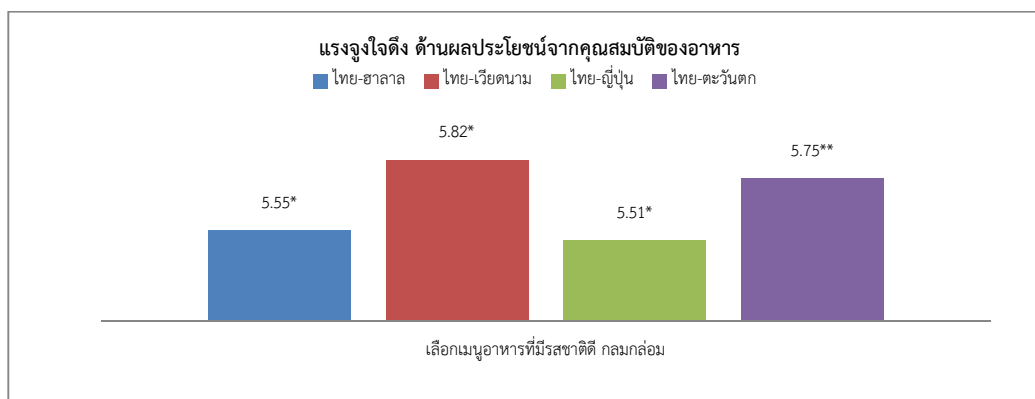
** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.11 การเรียนรู้ ประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยในอดีต

จากภาพที่ 5.11 การพิจารณาการเรียนรู้ ประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยในอดีตพบว่า อาหารไทย-จีน อาหารไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่อง เคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย พอใจในการบริโภคเมนูใหม่ในประเทศไทยทุกครั้งจึงเป็นแรงจูงใจให้บริโภค และจากประสบการณ์ในอดีตชอบรับประทานอาหารไทย ส่วนอาหารไทย-ฮาลาล มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ในเรื่อง พอใจในการบริโภคเมนูใหม่ในประเทศไทยทุกครั้งจึงเป็นแรงจูงใจให้บริโภค และจากประสบการณ์ในอดีตชอบรับประทานอาหารไทย อาหารไทย-เวียดนาม มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย และจากประสบการณ์ในอดีตชอบรับประทานอาหารไทย

5.1.5 แรงจูงใจดึง (Pull motivation) ประกอบด้วย (1) ผลประโยชน์จากคุณสมบัติของอาหาร (2) ความคุ้มค่าที่รับรู้

(1) แรงจูงใจดึง ด้านผลประโยชน์จากคุณสมบัติของอาหาร ดังภาพที่ 5.12



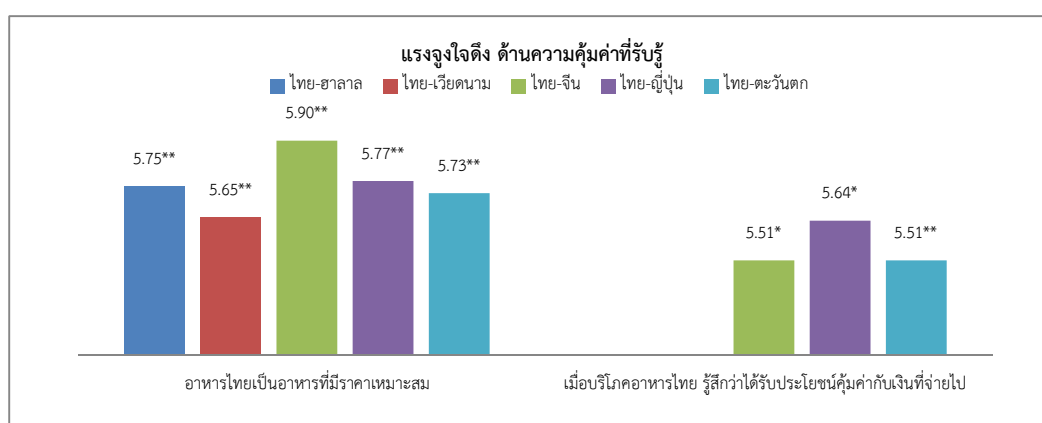
หมายเหตุ : * หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.12 แรงจูงใจด้านผลประโยชน์จากคุณสมบัติของอาหาร

จากภาพที่ 5.12 การพิจารณาแรงจูงใจด้านผลประโยชน์จากคุณสมบัติของอาหาร พบว่า อาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนอาหารไทย-ฮาลาล อาหารไทย-เวียดนาม และอาหารไทย-ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติกลมกล่อม

(2) แรงจูงใจด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ ดังภาพที่ 5.13



หมายเหตุ : * หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

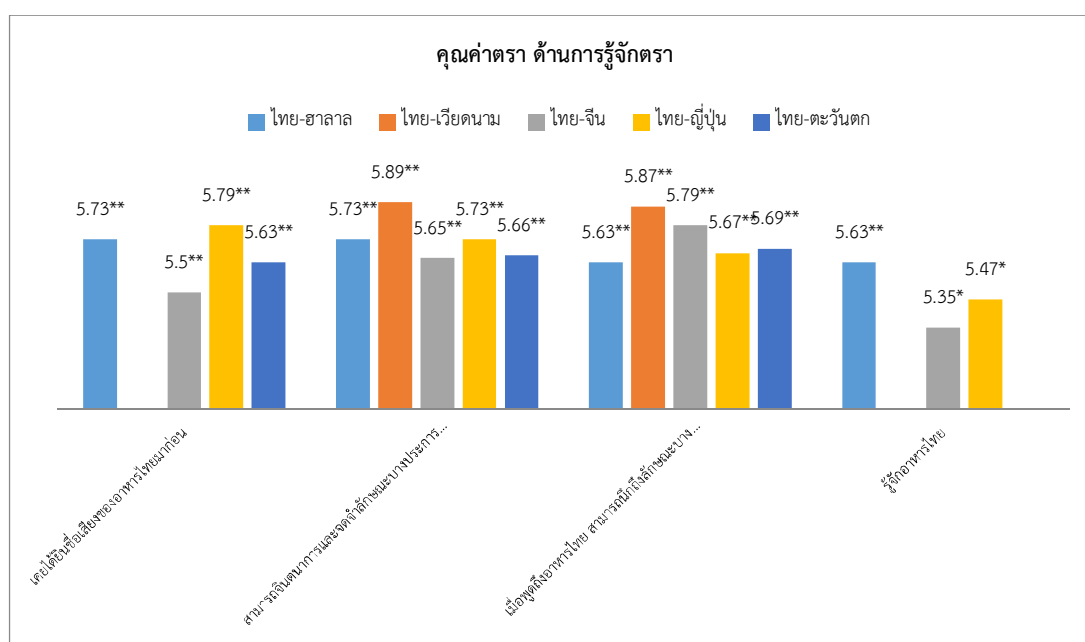
ภาพที่ 5.13 แรงจูงใจด้านความคุ้มค่าที่รับรู้

จากภาพที่ 5.13 การพิจารณาแรงจูงใจด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ พบว่า อาหารไทย-ฮาลาล อาหารไทย-เวียดนาม อาหารไทย-จีน อาหารไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่

มีมากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม ส่วนในเรื่องเมื่อบริโภคอาหารไทย รู้สึกว่าได้รับประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป อาหารไทย-จีน อาหารไทย-ญี่ปุ่น และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

5.1.6 คุณค่าตรา (Brand equity) ประกอบด้วย (1) ด้านการรู้จักตรา (Brand awareness) (2) ภาพลักษณ์ตรา (Brand image)

(1) คุณค่าตรา ด้านการรู้จักตรา ดังภาพที่ 5.14



หมายเหตุ : * หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

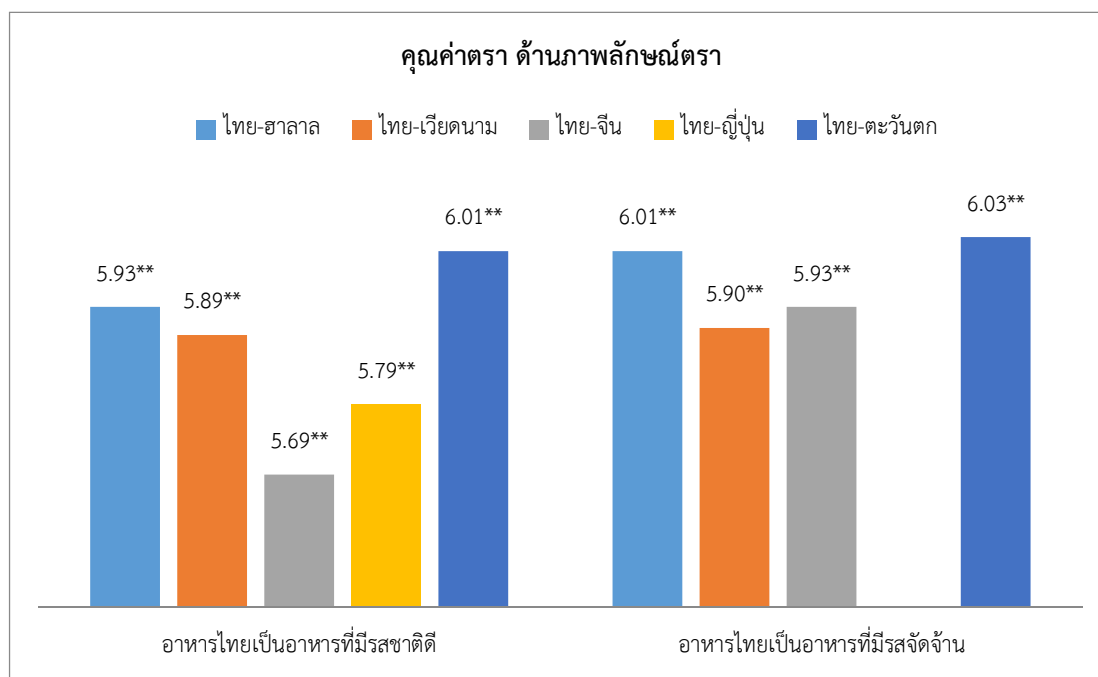
** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ภาพที่ 5.14 แรงจูงใจดี ด้านการรู้จักตรา

จากภาพที่ 5.14 การพิจารณาคุณค่าตรา ด้านการรู้จักตรา พบว่า อาหารไทย-อีสาน อาหารไทย-จีน และอาหารไทย-ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ทุกเรื่อง ยกเว้นอาหารไทย-เวียดนาม มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องสามารถจินตนาการและจดจำลักษณะบางประการของอาหารไทยได้ และเมื่อพูดถึงอาหารไทย สามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องเคยได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน สามารถจินตนาการและจดจำลักษณะบางประการของ

อาหารไทยได้ และเมื่อพูดถึงอาหารไทย สามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว

(2) คุณค่าตรา ด้านภาพลักษณ์ตรา ดังภาพที่ 5.15

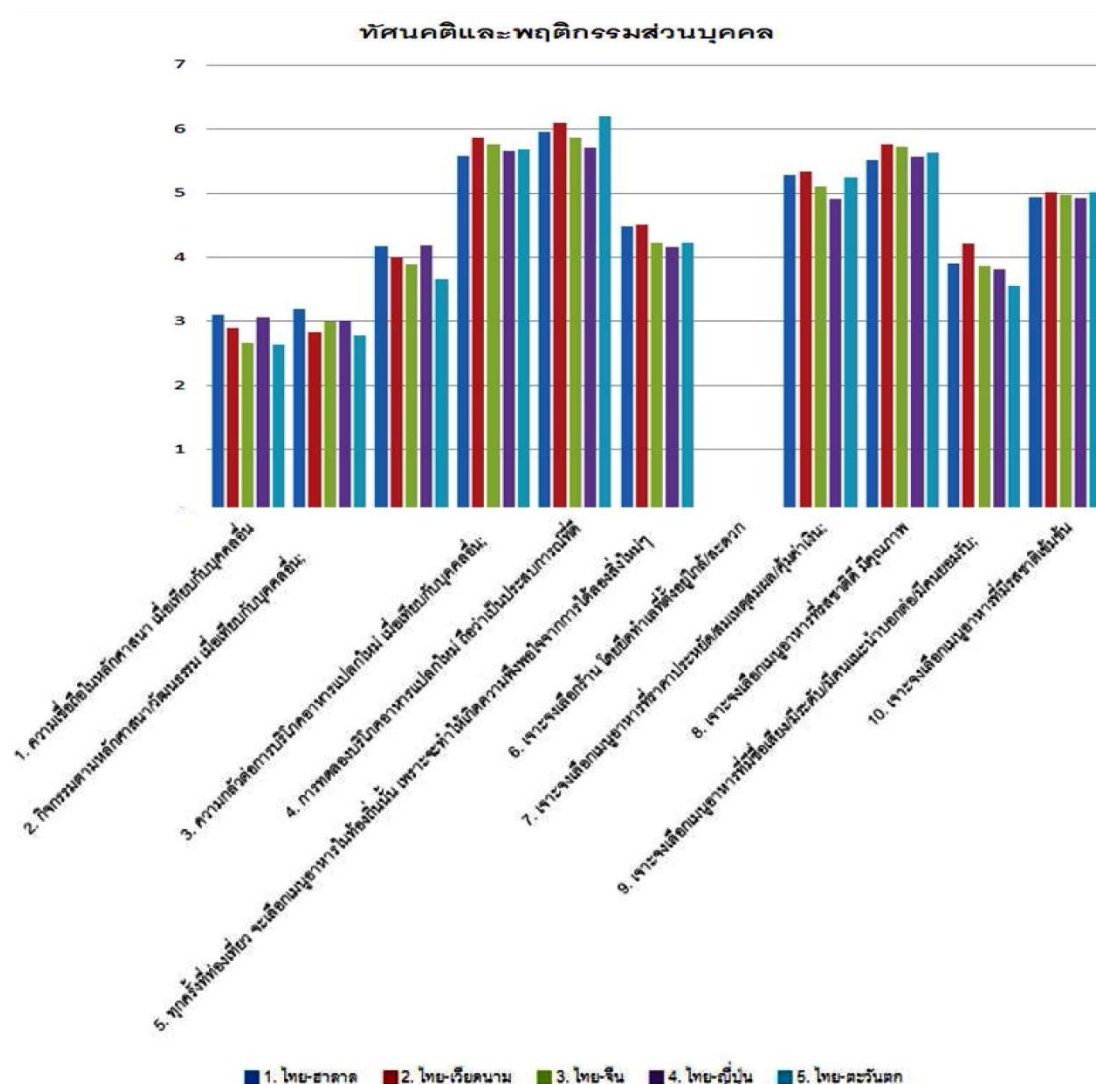


หมายเหตุ : ** หมายถึงค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพที่ 5.15 คุณค่าตรา ด้านภาพลักษณ์ตรา

จากภาพที่ 5.15 การพิจารณา คุณค่าตรา ด้านภาพลักษณ์ตรา พบว่า อาหารไทย-ฮาลาล อาหารไทย-เวียดนาม อาหารไทย-จีน และอาหารไทย-ตะวันตก มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่อง อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี และอาหารไทยเป็นอาหารที่มันส์จัดจ้าน ส่วนอาหารไทย-ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากกว่า 5.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่อง อาหารไทยเป็นอาหารที่มันส์จัดจ้าน

5.1.7 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

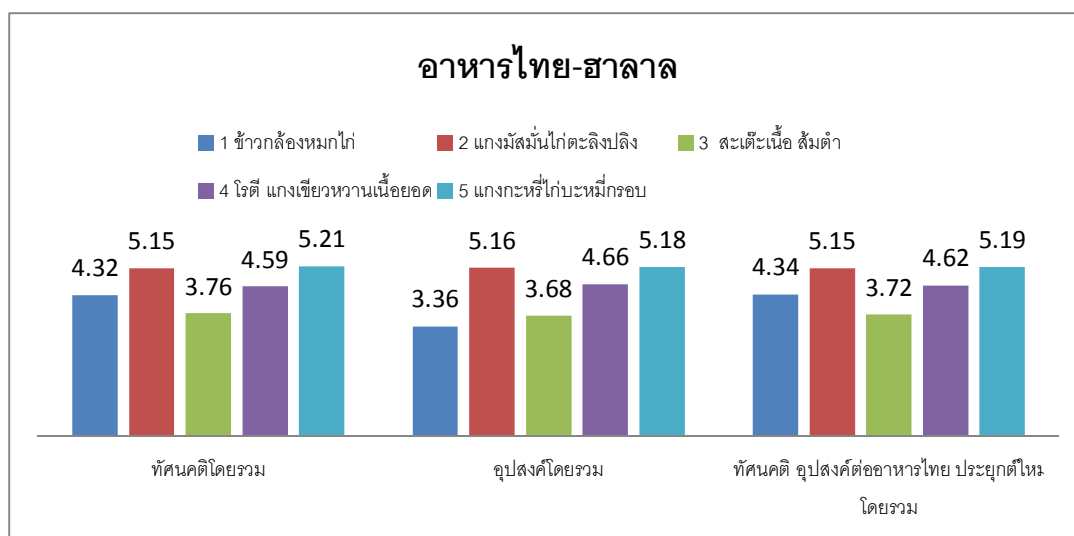


ภาพที่ 5.16 ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เมื่อพิจารณา ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ในเรื่อง ทุกครั้งที่ท่องเที่ยว จะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้ เกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ รองลงมาคือการทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี และเจาะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ

5.1.8 ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทๆละ 5 เมนู : อุปสงค์ต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ประเภทละ 5 เมนู รวมทั้งสิ้น 25 เมนู

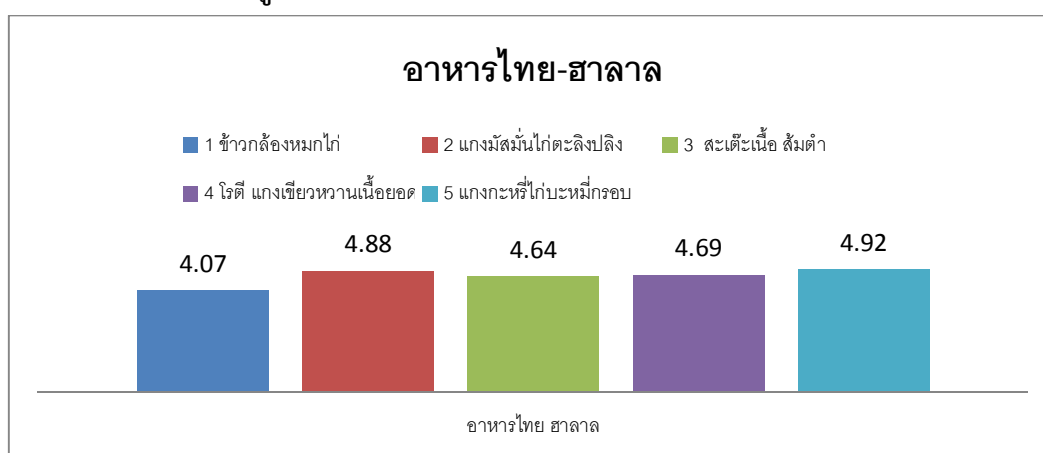
ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล



ภาพที่ 5.17 ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล

จากพิจารณาทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล โดยรวม พบว่า แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว ข้าวกล้องหอมกไก่ และสะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ

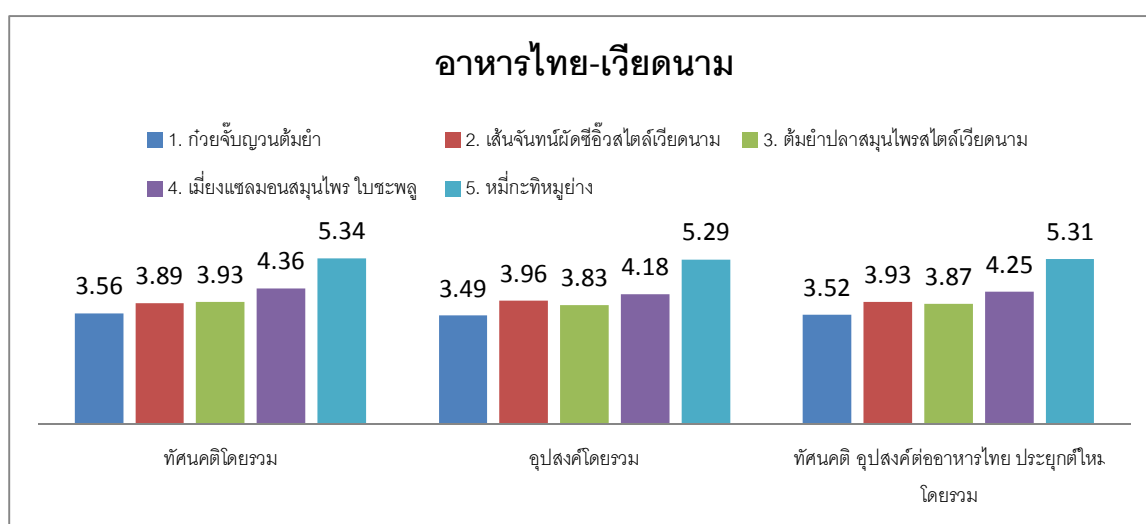
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู



ภาพที่ 5.18 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล 5 เมนู

เมื่อพิจารณาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย – ฮาลาล 5 เมนู โดยรวม พบว่า แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง โรตีสานไก่ทอดหวานเนื้อยอดมะพร้าว สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ และข้าวกล้องหมกไก่

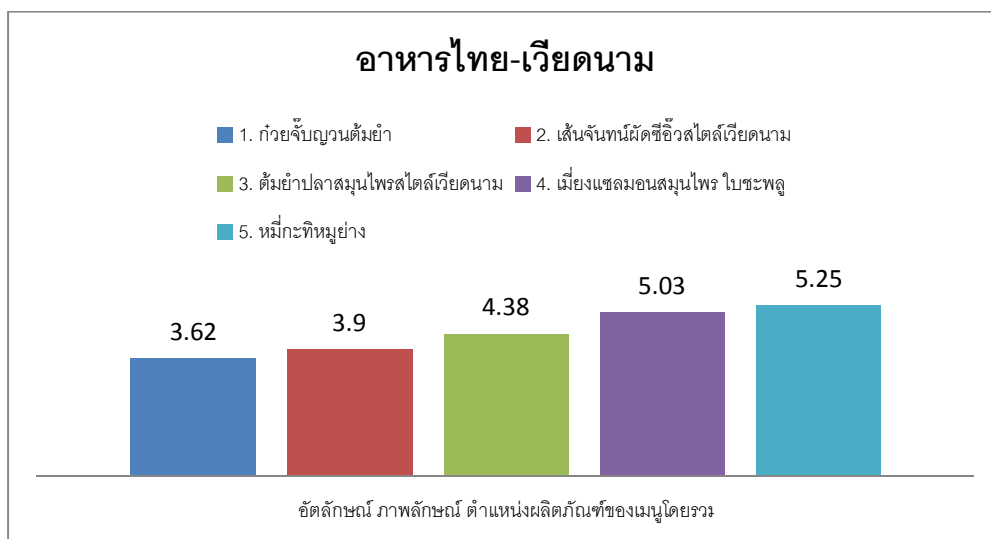
ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม



ภาพที่ 5.19 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

เมื่อพิจารณา ทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม โดยรวม พบว่า หมี่กะทิหมูย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำสมุนไพรสไตล์เวียดนาม และก๋วยจั๊บญวนต้มยำ

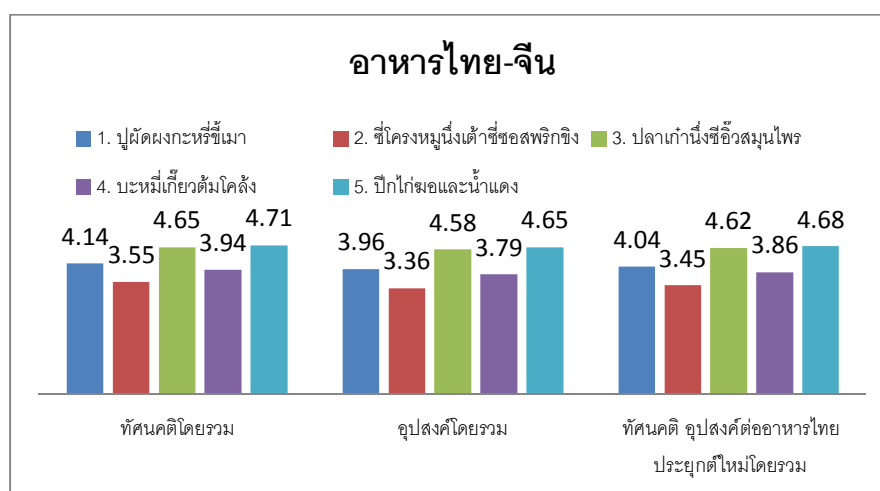
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู



ภาพที่ 5.20 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 เมนู

เมื่อพิจารณา อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม 5 โดยรวม เมนู พบว่า หมี่กะทิหมูย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรรสใบชะพลู ต้มยำสมุนไพรรสสไตล์เวียดนาม เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม และก๋วยจั๊บญวนต้มยำ

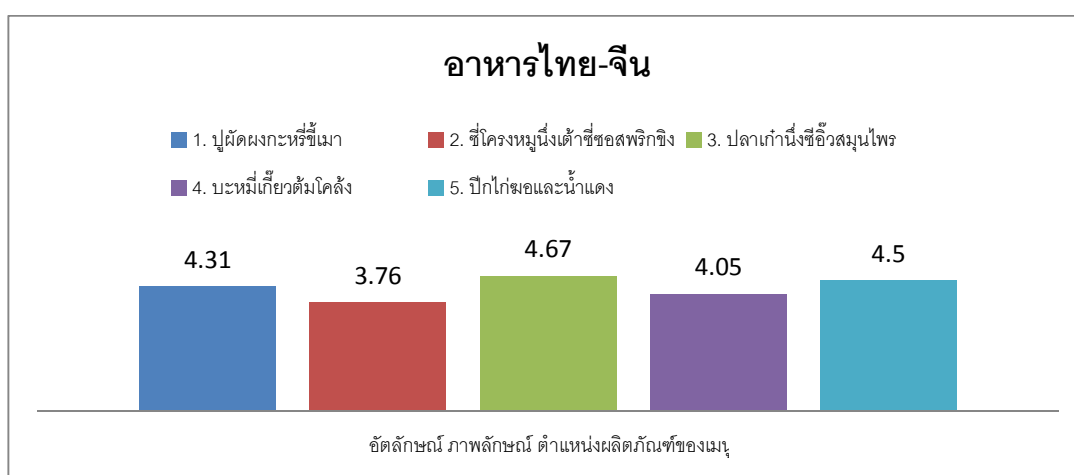
ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน



ภาพที่ 5.21 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน

เมื่อพิจารณาทัศนคติ อุปสงค์ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย – จีน 5 เมนู โดยรวม พบว่า ปีกไก่หมอและน้ำแดง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร ผักผัดผง กระหริ่มี่เฒ่า บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง และซีโครงหมูนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง

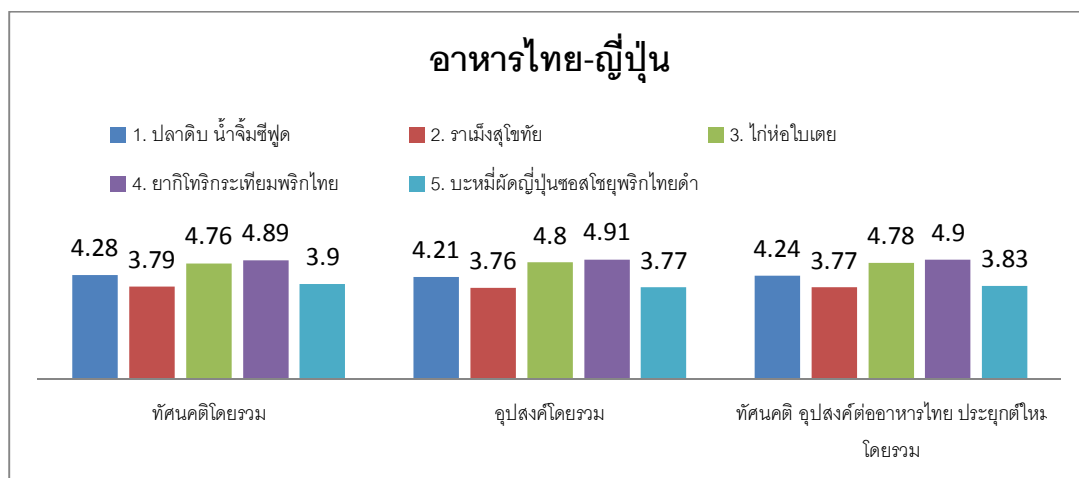
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู



ภาพที่ 5.22 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู

เมื่อพิจารณา อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-จีน 5 เมนู โดยรวม พบว่า ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ปีกไก่หมอและน้ำแดง คือ ผักผัดผงกระหริ่มี่เฒ่า บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง และซีโครงหมูนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง

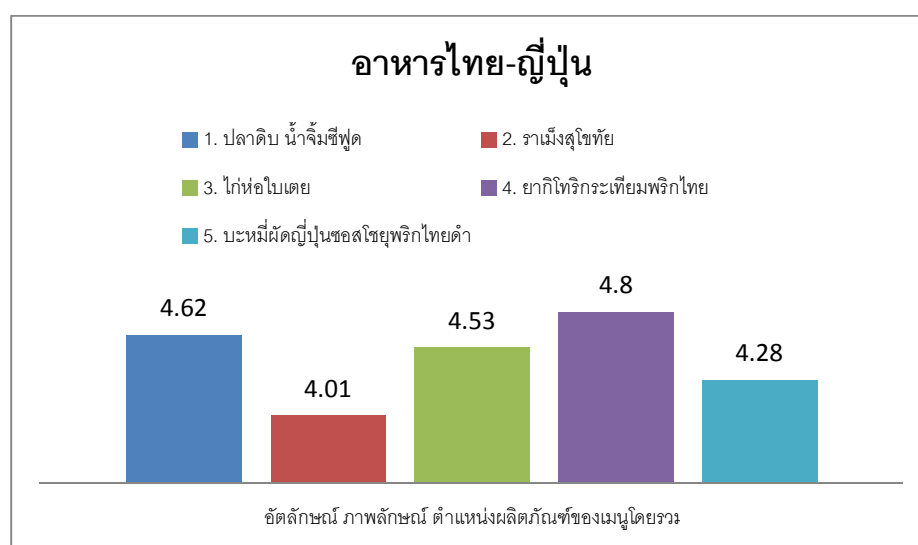
ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น



ภาพที่ 5.23 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

เมื่อพิจารณาทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู โดยรวม พบว่า ยากิโทริกระเทียมพริกไทยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ไก่ทอดใบเตย ปลาดิบน้ำจิ้มซีฟู้ด บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ และราเม็งสุโขทัย

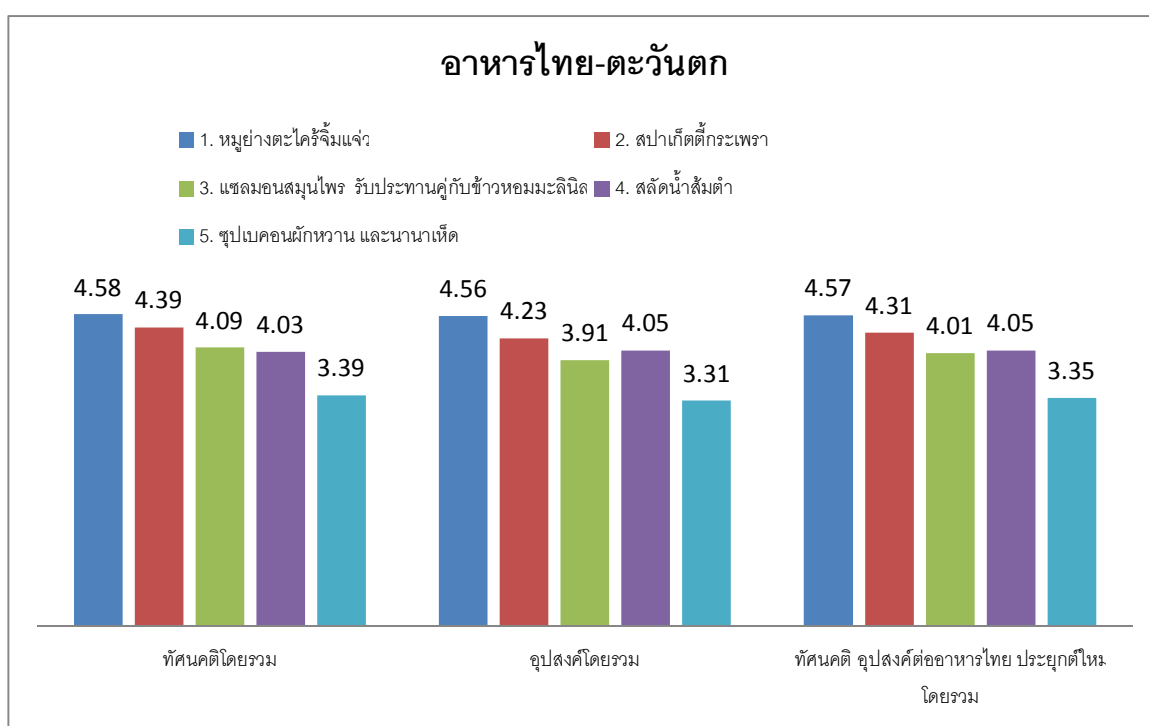
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู



ภาพที่ 5.24 แสดง อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู

เมื่อพิจารณาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น 5 เมนู โดยรวม พบว่า ยากิโทริกระเทียมพริกไทยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ไก่ห่อใบเตย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุพริกไทยดำ และราเม็งสุโขทัย

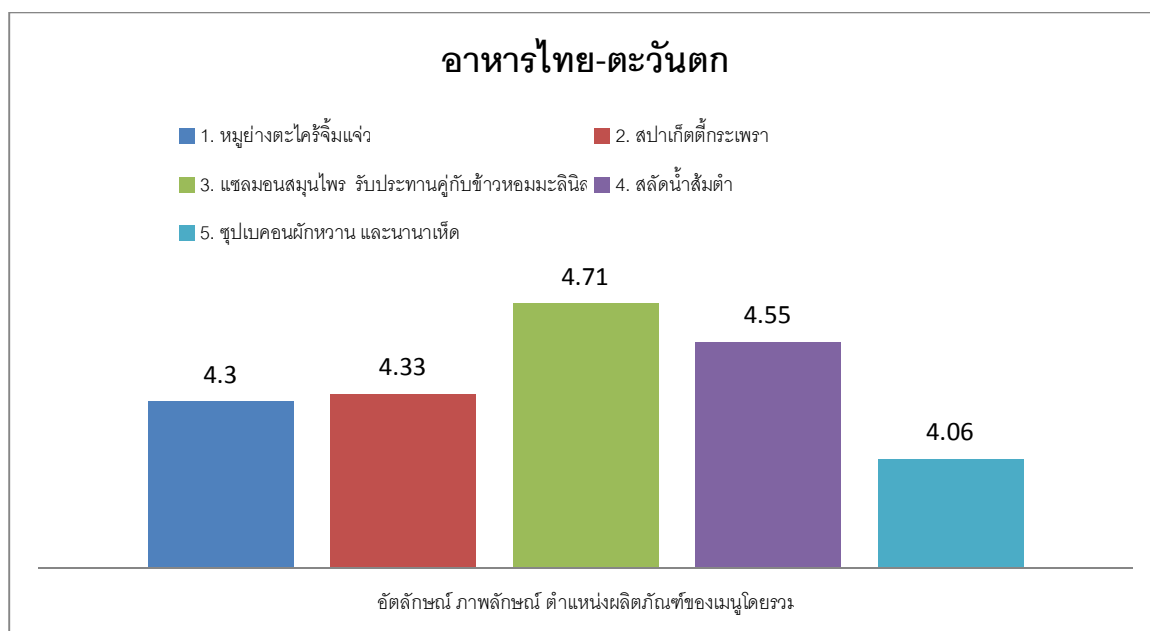
ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก



ภาพที่ 5.25 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

เมื่อพิจารณา ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู โดยรวม พบว่า หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สเปกเก็ตตี้กระเพรา สลัดน้ำส้มตำ แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิล และซุปเบคอนผักหวาน และน่านาเห็ด

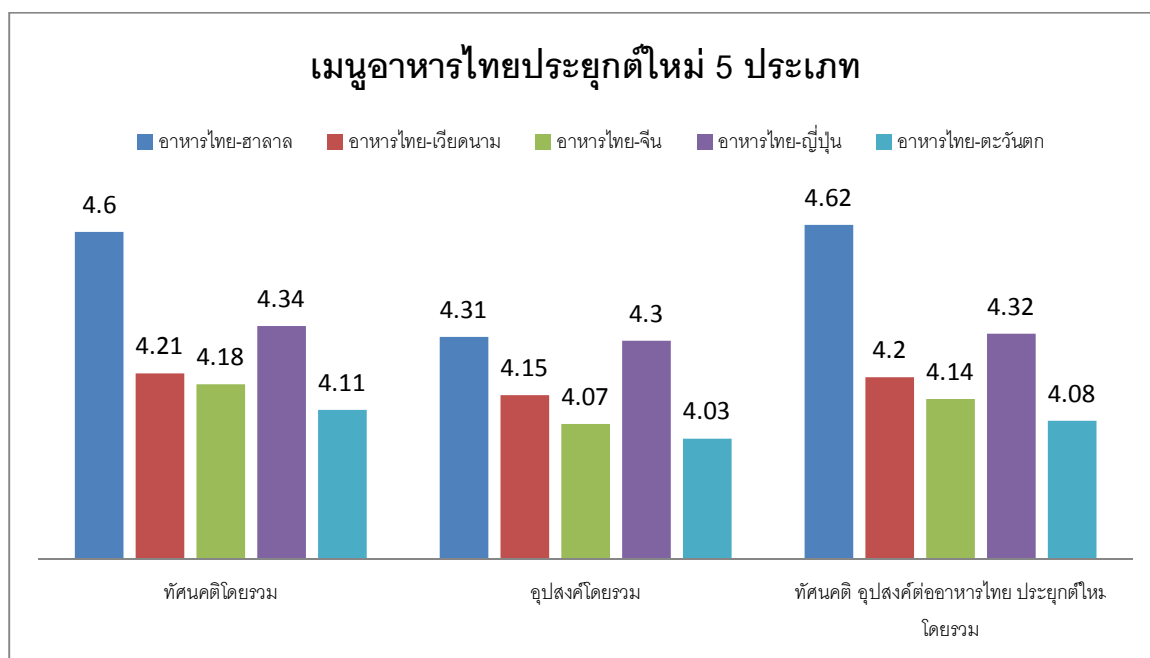
อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภท
อาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู



ภาพที่ 5.26 แสดงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่
ประเภท อาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนู

เมื่ออัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประเภท
อาหารไทย-ตะวันตก 5 เมนูโดยรวม พบว่า แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สลัดน้ำส้มตำ สเปกเก็ตตี้กระเพรา หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว และซุปเบคอน
ผักหวาน และน่านาเห็ด

ทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท



ภาพที่ 5.27 แสดงทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

เมื่อพิจารณาทัศนคติ อุปสงค์ ต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทโดยรวม พบว่า อาหารไทย-ฮาลาลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ อาหารไทย-ญี่ปุ่น อาหารไทย-เวียดนาม อาหารไทย-จีน และ อาหารไทย-ตะวันตก

อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยจะพัฒนา 3 อันดับแรกก่อนแล้วจึงตัดสินใจพัฒนาอีก 2 อันดับต่อไป ดังนี้

เมนูอาหารไทย-ฮาลาล ตามลำดับดังนี้ (1) แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ (2) แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง (3) โรตีสายไหมหวานเนื้อมะพร้าวอ่อน (4) สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ (5) ข้าวกล้องหมกไก่

เมนูอาหารไทย-เวียดนาม ตามลำดับดังนี้ (1) หมี่กะทิหมูย่าง (2) เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู (3) เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม (4) ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม (5) ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ

เมนูอาหารไทย-จีน ตามลำดับดังนี้ (1) ปีกไก่หม้อและน้ำแดง (2) ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร (3) บูดผัดผงกระหรี่ชี้เมา (4) บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง (5) ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง

เมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น ตามลำดับดังนี้ (1) ยากิโทริกระเทียมพริกไทย (2) ไก่ทอดใบเตย (3) ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด (4) บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ (5) ราเม็งสุโขทัย

เมนูอาหารไทย-ตะวันตก ตามลำดับดังนี้ (1) หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว (2) สเปกเก็ตตี้กระเพรา (3) สลัดน้ำส้มตำ (4) แซลมอนสมุนไพร (5) ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด

จากอุปสงค์ดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ระดับอุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่

อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว	ระดับอุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่				
	ไทย-ฮาลาล	ไทย-เวียดนาม	ไทย-จีน	ไทย-ญี่ปุ่น	ไทย-ตะวันตก
อุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่					
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำในอนาคต	ค่อนข้างดี/1	ปานกลาง/3	ปานกลาง/4	ปานกลาง/2	ปานกลาง/5
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือกเมนูนี้	ค่อนข้างดี/1	ปานกลาง/3	ปานกลาง/4	ปานกลาง/2	ปานกลาง/5
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ค่อนข้างดี/1	ปานกลาง/3	ปานกลาง/4	ปานกลาง/2	ปานกลาง/5
รวมอุปสงค์	ปานกลาง/1	ปานกลาง/3	ปานกลาง/4	ปานกลาง/2	ปานกลาง/5
อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยวโดยรวม	ค่อนข้างดี/1	ปานกลาง/3	ปานกลาง/4	ปานกลาง/2	ปานกลาง/5

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม/แนวโน้มพฤติกรรมอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 กลุ่ม ได้แก่ อาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก

สมมติฐานที่ 1. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ศาสนา ลักษณะการเดินทาง และเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พบว่าเพศแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.2 พบว่าอายุแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทย
 ประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✓
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3 พบว่าสถานภาพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทย
 ประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✓	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.4 พบว่าระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.5 พบว่าอาชีพแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.6 พบว่ารายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.7 พบว่าศาสนาแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.7

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.8 พบว่าลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเมนูไทย-จีน ดังตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.8

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✓	✓
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.9 พบว่าเชื้อชาติแตกต่างกัน มีอุปสงค์ที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์แต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเมนูไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.9

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	จำแนกตามเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	1. แนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต	2. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้	3. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✓	✓	✓
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตที่มีค่าสูงสุดของเมนูของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท

สมมติฐานที่ 2.1 พบว่าทักษะคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคตของเมนูที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท ยกเว้นเมนูไทย-จีน และเมนูไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต					
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4	ตัวแปร X5	ตัวแปร X6
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✗	✗	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗	✗	✗	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗	✓	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✓	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.2 พบว่าทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท ยกเว้นเมนูไทย-ฮาลาล เมนูไทย-เวียดนาม เมนูไทย-จีน ดังตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้					
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4	ตัวแปร X5	ตัวแปร X6
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✓	✗	✗	✓
2. ไทย-เวียดนาม (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗	✗	✓	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗	✗	✓	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.3 พบว่าทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล ไม่มีผลต่ออุปสงค์ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูที่มีค่าสูงสุดของอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภท ยกเว้นเมนูไทย-ฮาลาล เมนูไทย-เวียดนาม เมนูไทย-จีน ดังตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3

เมนูที่มีอุปสงค์สูงสุดในแต่ละประเภทอาหาร	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต					
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4	ตัวแปร X5	ตัวแปร X6
1. ไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✗	✓	✗	✗	✓
2. ไทย-เวียดนาม (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✗	✗	✗	✓	✗
3. ไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✗	✗	✗	✓	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✗	✗	✗	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✗	✗	✗	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคตต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สมมติฐานที่ 3.1 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทยฮาลาล

สมมติฐานที่ 3.1.1 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.1

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✓	✗	✗
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓	✗
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.1.2 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.2

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✗	✗	✓
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓	✗
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.1.3 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.16

ตารางที่ 5.16 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1.3

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✗	✓	✗	✓
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยัด)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่กะหรี่กรอบ)	✗	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.2 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สมมติฐานที่ 3.2.1 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.17

ตารางที่ 5.17 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.1

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ)	✓	✗	✗	✓
2. ไทย-เวียดนาม 2 (เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-เวียดนาม 3 (ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม)	✗	✓	✗	✗
4. ไทย-เวียดนาม 4 (เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู)	✓	✗	✓	✗
5. ไทย-เวียดนาม 5 (หมี่กะทิหมูย่าง)	✓	✗	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.2.2 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.2

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม 2 (เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม)	✗	✓	✗	✗
3. ไทย-เวียดนาม 3 (ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม)	✗	✓	✓	✗
4. ไทย-เวียดนาม 4 (เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-เวียดนาม 5 (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.2.3 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.19

ตารางที่ 5.19 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2.3

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-เวียดนาม 2 (เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-เวียดนาม 3 (ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม)	✗	✓	✓	✗
4. ไทย-เวียดนาม 4 (เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู)	✓	✗	✗	✓
5. ไทย-เวียดนาม 5 (หมี่กะทิหมูย่าง)	✗	✓	✗	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.3 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สมมติฐานที่ 3.3.1 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.20

ตารางที่ 5.20 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.1

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-จีน 1 (ปูดผดงกะหรี่ปั๊มา)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมื่นเต้าซี่ซอสพริกขิง)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✓	✓	✗
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✓	✗
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ทอดและน้ำแดง)	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.3.2 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.21

ตารางที่ 5.21 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.2

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-จีน 1 (ปูดผดงกะหรี่ปั๊มา)	✗	✓	✗	✓
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมื่นเต้าซี่ซอสพริกขิง)	✗	✓	✗	✓
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✓	✓	✗
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✗	✓	✗	✓
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ทอดและน้ำแดง)	✓	✓	✗	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.3.3 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.22

ตารางที่ 5.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3.3

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-จีน 1 (บุฟเฟ่ต์ผัดกะหรี่ซีเม้า)	✓	✓	✗	✓
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมูนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง)	✗	✓	✓	✓
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✗	✓
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✓	✗
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ทอดและน้ำแดง)	✓	✓	✗	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.4 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สมมติฐานที่ 3.4.1 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.23

ตารางที่ 5.23 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.1

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ทอดใบเตย)	✓	✓	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ)	✗	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.4.2 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.24

ตารางที่ 5.24 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.2

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ห่อใบเตย)	✓	✓	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ)	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.4.3 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.25

ตารางที่ 5.25 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4.3

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✗	✗
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✓	✓	✗	✗
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ห่อใบเตย)	✓	✓	✗	✗
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ)	✗	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.5 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารอาหารไทย-ตะวันตก

สมมติฐานที่ 3.5.1 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.26

ตารางที่ 5.26 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.1

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✓	✗	✗	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✓	✓	✗
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์)	✗	✓	✗	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.5.2 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.27

ตารางที่ 5.27 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.2

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✓	✗	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✓	✓	✗
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์)	✗	✓	✗	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3.5.3 พบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์มีผลต่ออุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.28

ตารางที่ 5.28 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5.3

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต			
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3	ตัวแปร X4
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✗	✓	✓	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✗	✓	✗
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์)	✗	✓	✗	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✗	✗
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูเปอร์คอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✗	✓	✗	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ประกอบด้วย ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ และด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท

สมมติฐานที่ 4.1 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทยฮาลาล

สมมติฐานที่ 4.1.1 พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.29

ตารางที่ 5.29 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.1

ทศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✓
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✓	✓
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.1.2 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.30

ตารางที่ 5.30 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.2

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✓
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✗	✓	✓
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✓	✓
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.1.3 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ฮาลาล ดังตารางที่ 5.31

ตารางที่ 5.31 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.1.3

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ฮาลาล 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✓
2. ไทย-ฮาลาล 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-ฮาลาล 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✓	✓
4. ไทย-ฮาลาล 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓
5. ไทย-ฮาลาล 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.2 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม

สมมติฐานที่ 4.2.1 พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.32

ตารางที่ 5.32 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.1

ทศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✓
2. ไทย-เวียดนาม 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-เวียดนาม 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✗	✓
4. ไทย-เวียดนาม 4 (โรตีสี ไก่ย่างหวานเนื้อมะนาว)	✓	✗	✓
5. ไทย-เวียดนาม 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.2.2 พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนาม ดังตารางที่ 5.33

ตารางที่ 5.33 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.2

ทศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✓	✓
2. ไทย-เวียดนาม 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✗	✓	✓
3. ไทย-เวียดนาม 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✓	✓
4. ไทย-เวียดนาม 4 (โรตีสี ไก่ย่างหวานเนื้อมะนาว)	✓	✓	✓
5. ไทย-เวียดนาม 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.2.3 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-เวียดนามดังตารางที่ 5.34

ตารางที่ 5.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.2.3

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-เวียดนาม 1 (ข้าวกล้องหมกไก่)	✓	✗	✓
2. ไทย-เวียดนาม 2 (แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-เวียดนาม 3 (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ)	✓	✗	✓
4. ไทย-เวียดนาม 4 (โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด)	✓	✓	✓
5. ไทย-เวียดนาม 5 (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ)	✗	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.3 ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน

สมมติฐานที่ 4.3.1 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.35

ตารางที่ 5.35 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.1

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-จีน 1 (บุ๊ตผัดผงกะหรี่ซีเม้า)	✓	✓	✓
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✗	✓
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✓
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ขอสและน้ำแดง)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.3.2 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีนดังตารางที่ 5.36

ตารางที่ 5.36 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.2

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-จีน 1 (ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า)	✓	✓	✓
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✓	✓
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✗	✓
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ทอดและน้ำแดง)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.3.3 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-จีน ดังตารางที่ 5.37

ตารางที่ 5.37 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.3.3

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-จีน 1 (ปูผัดผงกะหรี่ซีเม้า)	✓	✓	✓
2. ไทย-จีน 1 (ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง)	✓	✓	✓
3. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✗	✓
4. ไทย-จีน 1 (ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร)	✓	✗	✓
5. ไทย-จีน 1 (ปีกไก่ทอดและน้ำแดง)	✓	✗	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.4 ทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น

สมมติฐานที่ 4.4.1 พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.38

ตารางที่ 5.38 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.1

ทศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✓
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✓	✓	✓
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ห่อใบเตย)	✓	✓	✓
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✓	✓	✓
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.4.2 พบว่าทศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.39

ตารางที่ 5.39 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.2

ทศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✓
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✗	✓	✓
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ห่อใบเตย)	✓	✓	✓
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✓	✓
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.4.3 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ญี่ปุ่น ดังตารางที่ 5.40

ตารางที่ 5.40 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.4.3

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ญี่ปุ่น 1 (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด)	✓	✓	✓
2. ไทย-ญี่ปุ่น 2 (ราเม็งสุโขทัย)	✗	✓	✓
3. ไทย-ญี่ปุ่น 3 (ไก่ห่อใบเตย)	✓	✗	✓
4. ไทย-ญี่ปุ่น 4 (ยากิโทริกระเทียมพริกไทย)	✗	✓	✓
5. ไทย-ญี่ปุ่น 5 (ะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.5 ทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์ต่อแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก

สมมติฐานที่ 4.5.1 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.41

ตารางที่ 5.41 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.1

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านแนวโน้มการบริโภคเมนูซ้ำในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✓	✓	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✗	✓
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลิอินทรีย์)	✓	✓	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✓
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูปรอบคอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.5.2 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้ ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.42

ตารางที่ 5.42 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.2

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านถ้าจะเลือกเมนูอาหารจะเลือกเมนูนี้		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✓	✓	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✓	✓
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลิอินทรีย์)	✓	✓	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✓
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูปรอบคอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4.5.3 พบว่าทัศนคติต่อแต่ละเมนูมีผลต่ออุปสงค์อุปสงค์ ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต ของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ประเภทอาหารไทย-ตะวันตก ดังตารางที่ 5.43

ตารางที่ 5.43 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.5.3

ทัศนคติต่อแต่ละเมนู	ด้านโอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต		
	ตัวแปร X1	ตัวแปร X2	ตัวแปร X3
1. ไทย-ตะวันตก 1 (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว)	✓	✗	✓
2. ไทย-ตะวันตก 2 (สปาเก็ตตี้กระเพรา)	✓	✓	✓
3. ไทย-ตะวันตก 3 (แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่ กับข้าวหอมมะลิอินทรีย์)	✓	✓	✓
4. ไทย-ตะวันตก 4 (สลัดน้ำส้มตำ)	✓	✓	✓
5. ไทย-ตะวันตก 5 (ซูปรอบคอนผักหวานและน่านาเห็ด)	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึงเป็นไปตามสมมติฐาน

✗ หมายถึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

5.3 อภิปรายผล

1. จากสมมติฐานที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 อาหาร-เวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน แนวโน้มการเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละเชื้อชาติย่อมมีวัฒนธรรมในการบริโภคอาหารแตกต่างกันจึงส่งผลต่อแนวโน้มการบริโภคซ้ำแตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ว่า เชื้อชาติต่างกัน มีพฤติกรรมภายหลังการบริโภคแตกต่างกัน (Kotler & Keller, 2009, 254)

1.2 อาหารไทย-จีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มการเลือกบริโภคเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มอายุต่างๆจะมีประสบการณ์การบริโภคอาหารต่างกัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกลุ่มที่มีอายุมากจะมีประสบการณ์ในการบริโภคอาหารมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อย ดังนั้นจึงทำให้เกิดแนวโน้มการบริโภคเมนูใหม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ว่า อายุต่างกัน มีพฤติกรรมภายหลังการบริโภคแตกต่างกัน (ปณิศา มีจินดา, 2551; Schiffman & Kanuk, 2010, p.75)

1.3 อาหารไทย-จีน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ว่า พฤติกรรมแตกต่างกันมีพฤติกรรมภายหลังการบริโภคแตกต่างกันด้วย (Shiffman & Kanuk, 2007, p. 50)

1.4 อาหารไทย-ญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีโอกาสที่จะเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ว่า สถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมภายหลังการบริโภคแตกต่างกันด้วย (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 75)

2. จากสมมติฐานที่ว่า ทศนคติมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า การแสวงหาความหลากหลายมีผลต่อความตั้งใจเลือกและโอกาสที่จะเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Van Trijp & Steenkamp (1992) ที่ว่า ความต้องการแสวงหาความหลากหลายมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค

2.2 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ มีผลต่อความตั้งใจเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Tikkanen (2007, pp. 721-734) ที่ว่า ทศนคติด้านความมีชื่อเสียง การยอมรับมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค

2.3 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า รสชาติดีมีคุณภาพและมีความเข้มข้นของอาหาร มีผลต่อความตั้งใจเลือกและโอกาสที่จะเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด)ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

ทฤษฎีของ Institute of Food Technology, USA (1981) ที่ว่า ทักษะด้านรสชาติ คุณภาพและความเข้มข้นของอาหารมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค

2.4 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความมีชื่อเสียง มีระดับ มีคนยอมรับ มีคนแนะนำบอกต่อ มีผลต่อความตั้งใจเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Tikkanen (2007, pp. 721-734) ที่ว่า ทักษะด้านความมีชื่อเสียง การยอมรับมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค

2.5 เมนูไทย-จีน พบว่า เหตุจูงใจด้านความสะดวก ความคุ้มค่าเงิน มีผลต่อ แนวโน้มการบริโภคในอนาคตและโอกาสที่จะเลือกเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ในอนาคต รสชาติดีมีคุณภาพ และมีความเข้มข้นของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Schiffman และ Kanuk (2010) ที่ว่า ความสะดวก ความคุ้มค่าเงินมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Schiffman และ Kanuk (2010) ; Zeithaml, Bitner และ Gremler (2013)

2.6 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า การแสวงหาความหลากหลาย มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูใหม่ (ที่มีค่าอุปสงค์สูงสุด) ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Van Trijp และ Steenkamp (1992) ที่ว่า การแสวงหาความหลากหลายมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการบริโภค

3. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู และอัตลักษณ์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเมนูข้า สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน ข้าวเหนียวหาวนเนื้อยอดมะพร้าว) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน ข้าวเหนียวหาวนเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (3) คุณค่า (Value) ทางโภชนาการ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (4) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน ข้าวเหนียวหาวนเนื้อยอดมะพร้าว) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (5) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น เอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต (6) คุณค่าทางโภชนาการ

ของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler & Keller (2006, p. 344) (7) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1)

(8) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (9) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (10) คุณค่าทางโภชนาการเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (11) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1)

3.2 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (3) คุณค่าทางโภชนาการเมนูนี้มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (4) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (5) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (6) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (7) คุณค่าทางโภชนาการเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต สอดคล้อง

กับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (8) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (หมีกะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (9) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำข้นต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม เมืองชลมอนสมุนไพรใบชะพลู) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (10) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บน้ำข้นต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม หมีกะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (11) คุณค่าทางโภชนาการเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (12) เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (เมืองชลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมีกะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1)

3.3 เมนูไทย-จีน พบว่า (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่หอและน้ำแดง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่หอและน้ำแดง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (3) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (4) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ปีกไก่หอและน้ำแดง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (5) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่หอและน้ำแดง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (6) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกซิง บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่หอและน้ำแดง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (7) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสมุนไพร) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (8) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ๊ว

ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (9) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีเมาเป็น ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกซิง ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (10) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกซิง บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6)

3.4 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (3) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (4) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (5) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย) เข้าในอนาคต เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (6) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60)

3.5 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า (1) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สเปกเก็ตตี้กระเพรา สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (2) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ตะวันตก (สเปกเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลิอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) เข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (3) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-

ตะวันตก (สปาเก็ตตี้กระเพรา) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (4) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (5) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (สปาเก็ตตี้กระเพรา สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (6) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (7) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (สปาเก็ตตี้กระเพรา) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (8) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (9) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (สปาเก็ตตี้กระเพรา สลัดน้ำส้มตำ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1) (10) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Keller (2008, p. 60) (11) คุณค่าทางโภชนาการของเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา) ข้าในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2010, p. 6) (12) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว แคลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Latter, Phau และ Marchegiani (2010, p.1)

4. ความชอบต่อเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน ข้าวเหนียวหวานเนื้อมะพร้าว) ข้าในอนาคต สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

4.1 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน ข้าวเหนียวหวานเนื้อมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าใน

อนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา (2555, หน้า 166) ที่ว่า รสชาติดีเป็นเหตุจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามารับประทานไทยในพัทยา

4.2 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา (2555, หน้า 5) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น (Subrahmanyam, 2004)

4.4 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

4.5 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.6 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.7 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอด แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

4.8 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสาน แกงเขียวหวานเนื้อยอด แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้อง

กับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.9 เมนูไทย-ฮาลาล พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ฮาลาล (ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอด แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.10 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

4.11 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.12 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.13 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

4.14 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแซลมอนสุมนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) ข้าใน

อนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.15 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก้วยจ๊ับญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.16 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก้วยจ๊ับญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

4.17 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.18 เมนูไทย-เวียดนาม พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-เวียดนาม (ก้วยจ๊ับญวนต้มยำ เส้นจันทน์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม ต้มยำปลาสุมนไพรสไตล์เวียดนาม เมี่ยงแหลมอนสมุนไพรใบชะพลู หมี่กะทิหมูย่าง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.19 เมนูไทย-จีน พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง ปลาเก๋นึ่งซีอิ๊วสุมนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

4.20 เมนูไทย-จีน พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ปูผัดผงกะหรี่ซีเมา ซีโครงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.21 เมนูไทย-จีน พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.22 เมนูไทย-จีน พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.23 เมนูไทย-จีน พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริการ

4.24 เมนูไทย-จีน พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.25 เมนูไทย-จีน พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.26 เมนูไทย-จีน พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริการ

4.27 เมนูไทย-จีน พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-จีน (ผู้ผลิตผัดกะหรี่ปั๊ตมา ซีโครงหนุ่่งเต้าซี่ซอสพริกขิง ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง ปีกไก่ทอดและน้ำแดง) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย

ราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.28 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.29 เมนูไทย-ญี่ปุ่นพบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริการ

4.30 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.31 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ไก่ทอดใบเตย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.32 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริการ

4.33 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.34 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลา ดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ไก่ทอดใบเตย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี ลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.35 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ยากิโทริ กระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.36 เมนูไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่ จะเลือกเมนูไทย-ญี่ปุ่น (ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด ราเม็งสุโขทัย ไก่ทอดใบเตย ยากิโทริกระเทียมพริกไทย บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโซยุ) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความรักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.37 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย- ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สเปกเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลิ นิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) เข้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภค

4.38 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคย รับประทาน มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) เข้าใน อนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริการ

4.39 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อ แนวโน้มการบริโภคเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สเปกเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) เข้าใน อนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและ ความรักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะ จ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบนั้น

4.40 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมู ย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สเปกเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์

สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

4.41 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมบริการ

4.42 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อการเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดีส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบาน

4.43 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความชอบต่อเมนู มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นของผลกระทบ (Hierarchy of effect) ของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบ (Liking) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

4.44 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูเปรียบเทียบกับเมนูอื่นที่เคยรับประทาน มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (สปาเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2003, p. 568) ที่ว่า ความชอบที่มากกว่า (Preference) ส่งผลต่อพฤติกรรมบริการ

4.45 เมนูไทย-ตะวันตก พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้ มีผลต่อโอกาสที่จะเลือกเมนูไทย-ตะวันตก (หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว สปาเก็ตตี้กระเพรา แซลมอนสมุนไพรรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ สลัดน้ำส้มตำ ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด) ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Subrahmanyam (2004) ที่ว่า ความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูง (Price premium) และการที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงจะส่งผลต่อเนื่องไปยังต่อการเลือกตราบาน

5.4 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟในภัตตาคาร/ร้านอาหาร 5 ประเภท ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหารฮาลาล เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และตะวันตก ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และหัวหิน

1. ขั้นตอนการนำเสนอเมนูใหม่นั้นเริ่มต้นจากเชฟจะเป็นผู้นำเสนอให้เจ้าของกิจการ หัวหน้าแผนก และพนักงานเสิร์ฟชิม หลังจากนั้นก็จะให้ลูกค้าชิมโดยให้ลูกค้าทดลองชิมเป็นกลุ่ม โดยทั่วไปจะนำเสนอเมนูใหม่เป็นเมนูแถมให้กับลูกค้าโดยไม่คิดมูลค่า หลังจากนั้น จึงสอบถามลูกค้าถึงความเห็นที่มีต่อเมนูใหม่

สำหรับธุรกิจขนาดเล็กมีการทดสอบการยอมรับของลูกค้าอย่างไม่เป็นทางการโดยสอบถามคำติชมและข้อเสนอแนะจากลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปแก้ไขปรับปรุงเมนูใหม่จนกว่าลูกค้าจะยอมรับต่อไป

2. การสอบถามสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคสำหรับเมนูอาหาร และการนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้านั้น การแสดงความคิดเห็นจากลูกค้าจะได้ผลก็ต่อเมื่อผู้จัดการและพนักงานหน้าร้านต้องให้ความสำคัญกับการรวบรวมความคิดเห็นโดยการสร้างสรรค์เมนูใหม่โดยทั่วไปเป็นหน้าที่ของเชฟกับผู้จัดการหน้าร้านที่ต้องร่วมกันสร้างสรรค์เมนูใหม่ขึ้นมาแล้วนำเสนอผู้ประกอบการ หลังจากนั้นผู้บริหาร เชฟ พนักงานจะช่วยกันชิม ถ้าทุกฝ่ายเห็นว่รสชาติดีก็จะนำออกทดสอบกับลูกค้า

3. การปรับเปลี่ยนเมนูใหม่ๆ และการทดสอบการตลาดก่อนที่จะออกมาเป็นเมนูที่จำหน่ายนั้น เมื่อมีการนำเสนอเมนูใหม่กับลูกค้า วิธีการที่นิยมคือให้ลูกค้าชิมโดยจัดใส่ช้อนหรือเป็นเมนูขนาดเล็กไว้ให้ชิมตามโต๊ะเป็นเมนูแถมไปกับเมนูอื่นที่ลูกค้าสั่ง แล้วให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบลูกค้าก็จะสั่งซื้อเพิ่มเติมหรือซื้อในครั้งต่อไป ถ้าไม่ชอบลูกค้าก็จะไม่สั่งซื้อ ซึ่งพนักงานเสิร์ฟหน้าร้านจะเป็นผู้รวบรวมข้อคิดเห็น ความต้องการ คำติชมและเสนอแนะจากลูกค้า

การทดสอบโดยการชิมอาหาร หากสามารถที่จะแยกวิเคราะห์ได้ในส่วนของคนที่มาจากภูมิภาคที่ต่างกัน ว่าเขามีความชอบอะไรที่แตกต่างกันบ้าง ออกมาเป็นข้อมูลทีวิเคราะห์ได้จะส่งผลชัดเจนมากในเรื่องของการตลาดด้วย

4. คุณสมบัติเฉพาะของพ่อครัวที่จะทำให้อาหารอร่อยจะต้องมีทักษะคือ ตา หู จมูก ลิ้น ต้องแยกออกว่าอะไรมีความอร่อย ต้องชิมแล้วจะรู้ว่าต้องเพิ่มอะไรเข้าไป หรือลดอะไรถึงจะอร่อย ลิ้นของพ่อครัวจะแยกรสเก่ง คนที่ปรุงอาหารเก่งจะมีความรู้สึกเป็นของตัวเอง ไวต่อรสชาติ ซึ่งปัจจุบันร้านอาหารส่วนใหญ่จะนิยมใช้คนอร์ปรุงรส ซึ่งไม่มีผลดีเลย

5. ความเห็นเกี่ยวกับแต่ละเมนู

5.1 เมนูไทย-ฮาลาล ต้องเน้น ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการโดยใช้สมุนไพรไทย ผักผลไม้ไทยเพื่อลดความเลี่ยน ความมัน การตกแต่งและรูปลักษณ์ อีกทั้งยังต้องเน้นสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนู

5.2 เมนูไทย-เวียดนาม ต้องเน้นคุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น

5.3 เมนูไทย-จีน ต้องเน้น ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ

5.4 เมนูไทย-ญี่ปุ่น ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ ความชอบต่อเมนู รสชาติของเมนู ความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

5.5 เมนูไทย-ตะวันตก ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุง

5.5 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ในการบริหาร

จากการบูรณาการผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้ในการบริหาร ดังนี้

1. ใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target market) โดยคาดว่าจะมีลูกค้า ดังนี้ (1) อาหารไทย-ฮาลาล ได้แก่ ลูกค้าคนไทยอิสลามในพื้นที่ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงของแต่ละร้าน (2) อาหารไทย-เวียดนาม ได้แก่ ลูกค้าคนไทยในพื้นที่ นักท่องเที่ยวเวียดนามที่มากับกรุ๊ปทัวร์ กลุ่มที่ซื้ออาหารไทย-เวียดนามบรรจุกล่องเพื่อเป็นของฝาก หรือซื้อไปบริโภคเอง เช่น แหนมเนืองยี่ห้อยี่ห้อ รวมทั้งลูกค้าที่เป็นร้านอาหารไทย-เวียดนามบางร้านก็จะซื้ออาหารไทย-เวียดนามยี่ห้อยี่ห้อเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารไทย-เวียดนามในร้านของตนด้วย (3) อาหารไทย-จีน ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยเชื้อสายจีน กลุ่มชาวจีนที่มาพำนักอยู่ในโรงแรมแล้วบริโภคอาหารไทย-จีนในห้องอาหารของโรงแรม และร้านอาหารจีนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงโรงแรมนั้นๆ (4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยซึ่งนิยมบริโภคอาหารไทย-ญี่ปุ่นในศูนย์การค้า กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่มาพำนักอยู่ในโรงแรม/เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ ซึ่งพำนักระยะยาวแล้วบริโภคอาหารญี่ปุ่นในห้องอาหารญี่ปุ่นของโรงแรม ในศูนย์การค้าและในร้านอาหารญี่ปุ่นในบริเวณใกล้เคียง (5) อาหารไทย-ตะวันตก ได้แก่ ลูกค้าชาวไทยซึ่งนิยมบริโภคอาหารไทย-ตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกันที่พำนักในโรงแรมที่มากับกรุ๊ปทัวร์ หรือเป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่มาพำนักเองและพำนักระยะยาวในกรุงเทพฯ พัทยา และหัวหิน นอกจากจะรับประทานอาหารในห้องอาหารเช้าของโรงแรมแล้วยังรับประทานอาหารไทย-ตะวันตกในมื้อกลางวันและมื้อเย็นบริโภคในห้องอาหารของโรงแรม และภัตตาคารที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงด้วย

2. ใช้หลักการตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) โดยแบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์ เชื้อชาติ อายุ สถานภาพ แล้วปรับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้กลยุทธ์เฉพาะเจาะจงตามคำสั่งของลูกค้า เฉพาะราย/เฉพาะกลุ่ม (Customized marketing) แล้วใช้กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดให้ลูกค้ารับรู้และกระตุ้นเกิดความต้องการในเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ได้

3. ตัดสินใจเลือกพัฒนาเมนูโดยอาศัยค่าอุปสงค์จากเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภทตามลำดับดังนี้ (1) ไทย-ฮาลาล (2) ไทย-ญี่ปุ่น (3) ไทย-เวียดนาม (4) ไทย-จีน (5) ไทย-ตะวันตก นอกจากนี้ยังช่วยตัดสินใจเลือกพัฒนาเมนูที่มีอุปสงค์ต่อแต่ละเมนูอาหารไทย 5 ประเภท ประเภทละ 5 เมนู รวมทั้งสิ้น 25 เมนู โดยจะพัฒนา 3 อันดับแรกก่อนแล้วจึงตัดสินใจพัฒนาอีก 2 อันดับต่อไปดังนี้

3.1 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ฮาลาล สามอันดับแรก ได้แก่ (1) แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ (2) แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง (3) โรตีสานอกข้าวหวานเนื้อมะพร้าวอ่อน สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ (5) ข้าวกล้องหมกไก่

3.2 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-เวียดนาม สามอันดับแรก ได้แก่ (1) หมี่กะทิหมูย่าง (2) เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู (3) เส้นจันทน์ผัดชีอิ้วสไตล์เวียดนาม สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม (5) ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ

3.3 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-จีน สามอันดับแรก ได้แก่ (1) ปีกไก่ผัดและน้ำแดง (2) ปลาเก๋นึ่งชีอิ้วสมุนไพร (3) ปูผัดผงกะหรี่ซีอิ้ว สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง (5) ซีโรงหมูหนึ่งเต้าซีซอสพริกขิง

3.4 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ญี่ปุ่น สามอันดับแรก ได้แก่ (1) ยากิโทริกระเทียมพริกไทย (2) ไก่ทอดใบเตย (3) ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ (5) ราเม็งสุโขทัย

3.5 เลือกพัฒนาเมนูอาหารไทย-ตะวันตก สามอันดับแรก ได้แก่ (1) หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว (2) สเปกเก็ตตี้กระเพรา (3) สลัดน้ำส้มตำ สองอันดับต่อมา ได้แก่ (4) แซลมอนสมุนไพร (5) ซุปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด

4. ควรมีการสำรวจทัศนคติและสังเกตพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่แต่ละประเภทอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จำแนกตามลักษณะเชื้อชาติ อายุ สถานภาพ โดยเน้นกลยุทธ์การตลาดโดยเฉพาะการสื่อสารการตลาดโดยมุ่งที่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเมนูที่มีความหลากหลาย โดยใช้ข่าวสารความมีชื่อเสียง และมีระดับของอาหารไทย สร้างให้เกิดการยอมรับ ซึ่งส่งผลต่อการแนะนำบอกต่อ อีกทั้งจะต้องมีการปรับปรุงเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่โดยมุ่งที่รสชาติดี

มีคุณภาพ และมีความเข้มข้นของอาหาร อีกทั้งต้องใส่ใจด้านความสะอาด และความคุ้มค่าเงินของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ด้วย

5. ควรกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู อัตลักษณ์สำหรับแต่ละเมนูในอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้

5.1 เมนูไทย-ฮาลาล ต้องเน้นความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการโดยใช้สมุนไพรไทย ผักผลไม้ไทยเพื่อลดความเลี่ยน ความมัน การตกแต่งและรูปลักษณ์ อีกทั้งยังต้องเน้นสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนูด้วย

5.2 เมนูไทย-เวียดนาม ต้องเน้นคุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น

5.3 เมนูไทย-จีน ต้องเน้น รสชาติและวัตถุดิบที่หลากหลายให้เลือกความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ

5.4 เมนูไทย-ญี่ปุ่น ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ ความชอบต่อเมนู รสชาติของเมนู ความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

5.5 เมนูไทย-ตะวันตก ต้องเน้น การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ สูตรและกรรมวิธีการปรุงอาหาร

6. เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อแต่ละเมนูให้เกิดความชอบโดยเน้นรสชาติที่ดีของแต่ละเมนู การสร้างสรรค์เมนูให้หลากหลาย เน้นความสะอาดของร้านและความคุ้มค่าเงินของแต่ละเมนู

7. การหาความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยการทดสอบตลาดคู่ขนานกับการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการจะต้องคิดริเริ่มว่าจะต้องมีการสร้างสรรค์เมนูใหม่โดยกระตุ้นให้พ่อครัว/แม่ครัว/เชฟและพนักงานฝ่ายต่างๆ ร่วมกันคิดและแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เชฟจะเป็นผู้นำเสนอให้เจ้าของกิจการ หัวหน้าแผนก และพนักงานเสิร์ฟชิมก่อน แล้วจึงให้ลูกค้าชิม (2) ขั้นตอนการนำเสนอเมนูใหม่นั้นอาจมีการทดสอบการยอมรับของลูกค้า โดยจัดใส่ช้อนหรือเป็นเมนูขนาดเล็ก (3) การทดสอบตลาดอาจจะร่วมกับการส่งเสริมการขาย โดยการแถมเมนูใหม่ให้ลูกค้าชิมฟรี หรือขายในราคาพิเศษในช่วงแนะนำ หลังจากให้ลูกค้าทดลองชิมเป็นกลุ่ม (4) ธุรกิจขนาดเล็กจะมีการทดสอบการยอมรับของลูกค้าอย่างไม่เป็นทางการโดยสอบถามคำติชมและข้อเสนอแนะจากลูกค้าโดยตรงทันที แล้วจะรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปแก้ไขปรับปรุงเมนูใหม่จนกว่าลูกค้าจะยอมรับต่อไป

8. เพื่อให้เกิดพฤติกรรมภายหลังการซื้อที่ดีต่อเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ผู้ประกอบการควรทำดังนี้ (1) โรงแรมขนาดใหญ่ จะต้องมีการปรับปรุงเมนูใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเมนูที่ให้หลากหลาย โดยปรับเปลี่ยนเมนูในแต่ละวันหรือแต่ละ

สัปดาห์ก็ได้ อีกทั้งเน้นความมีชื่อเสียง มีระดับ มีผู้บริโภคมารับ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ (2) เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ จะต้องเน้นรสชาติดีมีคุณภาพ แต่ต้องปรับรสชาติให้เผ็ดน้อยลง เค็ม น้อยลง หวานน้อยลง เปรี้ยวน้อยลง หรือความมันลดลงโดยปรับตามคำสั่งซื้อเฉพาะเจาะจงของลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ชาติต่างๆ หรือลูกค้าในแต่ละโต๊ะหรือแต่ละรายก็ได้ (3) เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ต้องเน้นความคุ้มค่าเงินด้วย

9. จะต้องมุ่งเน้นลักษณะเด่นของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ดังนี้ (1) ตั้งชื่อเมนูให้น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับลักษณะสำคัญในเมนูนั้น เช่น ข้าวกล้องหมกไก่ แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง สะเต๊ะเนื้อส้มตำ โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อยอดมะพร้าว (2) ตกแต่งรูปลักษณ์เมนูให้โดดเด่น เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะทดลองบริโภคได้ (3) คุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ (4) สูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ของเมนูอาหารไทยร่วมกับอาหารของแต่ละชาติ

10. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ดังนี้ (1) ดึงวัตถุดิบ (เครื่องปรุง เครื่องเทศ สมุนไพร ผัก และผลไม้ไทย) ที่ใช้ในการปรุงอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากประเทศอื่น ตัวอย่างเช่น ข้าวกล้องของไทยมีหลายชนิดซึ่งแต่ละชนิดก็มีคุณค่าทางโภชนาการค่อนข้างสูง ใบเตยก็มีกลิ่นหอมทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงรสชาติทางสมุนไพรที่น่ารับประทาน และเครื่องปรุง เครื่องเทศต่างๆ ไม่ให้มีรสชาติที่จัดจ้านจนเกินไป รวมถึงน้ำจิ้ม ซอสต่างๆ เหล่านี้เป็นจุดเด่นที่ทำให้อาหารไทยได้รับความนิยม (2) เน้นความถูกต้องตามหลักศาสนา เช่น อาหารฮาลาล ต้องปรุงและใช้วัสดุตามหลักของอาหารฮาลาลอย่างครบถ้วน

5.6 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาและการศึกษาความเป็นไปได้ของเมนูอาหารสมุนไพรไทย
2. การพัฒนาและการศึกษาความเป็นไปได้ของเมนูขนมไทยประยุกต์ใหม่

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). **การวิเคราะห์สถิติ : สำหรับการบริหารและวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา. (2555). **รายงานการวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราโดยการบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทย และการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย**.

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ชมิมมรา ประธานศิริ. (2548). **กลยุทธ์การส่งออกอาหารฮาลาลจากประเทศไทยสู่ตลาดโลก**.

วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปณิศา มีจินดา. (2551). **รายงานการวิจัยเรื่อง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต**. ปทุมธานี : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

วาริรัตน์ ปั่นทอง. (2543). **วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในเขต**

เทศบาลเมืองอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สาขาวิชาไทยคดีศึกษา กลุ่มสังคมศาสตร์). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล (2546). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขต**

กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Institute of Food Technology, USA, (1981)

Keller, K. L. (2008). **Strategic Brand Management**. (3rd ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. (11th ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). **Marketing Management**. (12th ed). New Jersey : Prentice Hall.

_____. (2009). **Marketing Management**. (13th ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). **Marketing 3.0**. (2nd ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Keane, M. (2012). “Grand to Ground: Capturing Local Value Creating Global Impact”. (March 26th -27th), CentaraGrand Hotel at Central World.

Latter, C., I. Phau, & Marchegiani, C. (2010). The Role of Consumers Need for Uniqueness and Status Consumption in Haute Couture Luxury Brands. **Journal of Global Fashion Marketing**, 1-4, pp. 205-213.

Mason, M., C. & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. **Tourism Management**, Vol. 33, Iss: 6, pp. 1329-1336.

Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D.L. (2005). **Microeconomics**. (6th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2007). **Consumer Behavior**. (9th ed). New Jersey : Prentice-Hall.

_____. (2010). **Consumer Behavior**. (10th ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Subrahmanyam, S. (2004). "Effects of Price Premium and Product Type on the Choice of Cause-related Brands: a Singapore Perspective", **Journal of Product & Brand Management**, Vol. 13 Iss: 2, pp. 116 –124.

Tikkanen, I. (2007). "Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases", **British Food Journal**, Vol. 109 Iss: 9, pp. 721 – 734.

University of Teesside. (2004). **Introduction to Sensory Analysis**. [Online]. Available URL: <http://sst-web.tees.ac.uk/external/U0000504/Notes/skills/sklmenu.html>, [2557, กันยายน 29].

Van Trijp, H. J. C. M. & Steenkamp, J.-B.E.M. (1992). Consumers' variety seeking tendency with respect to foods: Measurement and managerial implications.

European Review of Agricultural Economic. Vol. 19, pp. 181-195.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D., (2013). **Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm.** (6th ed). New York : McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย

ประวัติที่ปรึกษา

ภาคผนวก ก

1. อาหารไทย-ฮาลาล

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามโครงการย่อย 3

ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, ดร.ปณิศา มีจินดา,ม.ราชภัฏสวนดุสิต ร่วมกับ มศรินทร์พรวิโรฒ โทร. 081-3358777

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2. 25 - 34 ปี ☐ 3. 35 - 44 ปี
☐ 4. 45 - 54 ปี ☐ 5. 55 - 64 ปี ☐ 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ☐ 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบโปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) ☐ 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส
☐ 3. พนักงานบริษัท ☐ 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต ☐ 5. เกษตรกร
☐ 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 7. แม่บ้าน ☐ 8. นักศึกษา/นักเรียน
☐ 9. ผู้ประกอบการ ☐ 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. 6,750-13,499 บาท/ US\$ 225 – 449 ☐ 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. 27,000-40,499 บาท/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. 108,000 บาทขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over
7. ศาสนา: ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์ ☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ/.....
8. ลักษณะการเดินทาง: ☐ 1. ท่องเที่ยวโดยลำพัง ☐ 2. มากับครอบครัว/เพื่อน ☐ 3. มากับกลุ่มทัวร์ ☐ 4. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
☐ 5. นักท่องเที่ยวแบกเป้ ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ/
9. เชื้อชาติของท่าน: ☐ 1. ตะวันตก ☐ 2. ญี่ปุ่น ☐ 3. จีน ☐ 4. เวียดนาม
☐ 5. อินโดนีเซีย ☐ 6. มาเลเซีย ☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal Attitudes and Behaviors) (ย่อย 3)

A1. ความเชื่อถือในหลักศาสนาของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A6. ท่านจะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรมของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A7. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A3. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ของท่าน เมื่อเทียบกับ บุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A8. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A9. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีค ยอมรับ; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A5. ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวท่านจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A10. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต้ออาหารไทยประยุกต์ (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) (ย่อย 3)

อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว	เมนูไทย-ฮาลาล 1 ข้าวกล้อหมกไก่ Halal yellow chicken with brown- rice	เมนูไทย-ฮาลาล 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง Thai-style Massaman Curry Chicken	เมนูไทย-ฮาลาล 3 Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad	เมนูไทย-ฮาลาล 4 โรตี่ แกงเขียวหวานน้อยอด Thai Green curry with Roti pan cake	เมนูไทย-ฮาลาล 5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ Curry Chicken with deep-fried noodle
E1. ความชอบของท่านต่อเมนูนี้	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ที่ท่านเคย รับประทาน	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำใน อนาคต	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือก เมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก
E6. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่า เมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E7. โปรดระบุข้อดีของเมนูนี้					
E8. โปรดระบุ สิ่งที่ต้องปรับปรุง เกี่ยวกับ เมนูนี้					

ส่วนที่ 7 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู (Menu positioning and identity)					
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุง ที่เป็นเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

QUESTIONNAIRE FOR THAI-HALAL ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน (27 ธค 56 บ่าย) ไทย-ฮาลาล

Dear Respondents

We are conducting a research titled "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods" There is no right or wrong answers. Your honest response will be valuable to us. All of your answers will be kept strictly confidential and only be aggregated with all other responses to form an overall picture. Thank you very much for your kindness and effort.

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda Tel. 081-3358777

Please place a tick mark (✓) in the blank that best represents your attitude and opinions.

Part 1 Personal characteristics(ลักษณะส่วนบุคคล) (ย่อย 3)

1. Gender: ☐ 1. Male ☐ 2. Female
2. Age: ☐ 1. Under 25 years ☐ 2. 25-34 years ☐ 3. 35-44 years ☐ 4. 45-54 years ☐ 5. 55-64 years ☐ 6. Over 64 years
3. Marital status: ☐ 1. Single ☐ 2. Married/Living Together ☐ 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Educational level: ☐ 1. Lower than Bachelor degree ☐ 2. Bachelor degree ☐ 3. Higher than Bachelor degree
5. Occupation: ☐ 1. Professionals ☐ 2. Administrative and Managerial ☐ 3. Commercial personnel
☐ 4. Laborers production ☐ 5. Agricultural workers ☐ 6. Government /State enterprise officers ☐ 7. Housewives
☐ 8. Students ☐ 9. Retired / Unemployed ☐ 10. Entrepreneurs ☐ 11. Others, please specify
6. Monthly personal Income: ☐ 1. Lower than THB 6,750/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. THB 6,750-13,499/ US\$ 225 - 449 ☐ 7. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over
7. Your religion: ☐ 1. Buddhism ☐ 2. Christ ☐ 3. Islam ☐ 4. Hinduism ☐ 5. Others, please specify.....
8. Travel characteristics: tourist ☐ 1. Travel by yourself ☐ 2. Travel with family/friend ☐ 3. Travel with group tour
☐ 4. Business tour ☐ 5. Backpacker ☐ 6. Others, please specify.....
9. Your ethnics: ☐ 1. Western ☐ 2. Japanese ☐ 3. Chinese ☐ 4. Vietnamese
☐ 5. Indonesian ☐ 6. Malaysian ☐ 7. Others, please specify.....

Part 2 Personal Attitudes and Behaviors (ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล) (ย่อย 3.)

A1. Your devotion to religious beliefs compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A6. You choose restaurant based on convenient location; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A2. Your religious/cultural activities compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	B7. You choose food menu based on economic cost/ reasonable price / good value for money; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A3. Your reluctance to try unfamiliar food compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A8. You choose food menu based on good taste and quality; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Trying unfamiliar food is a great experience; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A9. You choose food menu based on reputation / luxury/ acceptance from others ; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Every time you travel you often choose local menu because it will give you the pleasure of trying new things; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A10. You choose food menu that has intense flavor; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree

Part 6 Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์) (ย่อย 3)

Demand and Attitudes of Tourists (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว)	Thai-Halal Menu 1 ข้าวกลิ้งหมกไก่ Halal yellow chicken with brown-rice	Thai-Halal Menu 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง Thai-style Massaman Curry Chicken	Thai-Halal Menu 3 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad	Thai-Halal Menu 4 โรตีสี แกงเขียวหวานเนื้อทอด Thai Green curry with Roti pan cake	Thai-Halal Menu 5 แกงกะหรี่ไก่บะหมี่กรอบ Curry Chicken with deep-fried noodle
E1. Your preference towards this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most
E2. Your opinion towards the taste of this menu compared other menus you have taken before.	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
E3. Your tendency in choosing this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently
E4. If I have to choose food menus, I will select this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E5. The chance that I will select this menu in the future is...	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high
E6. If the prices of this menu is higher than other menu, I still prefer this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E7. Press identify the advantage of this menu.					
E8. Please specify how we can improve this menu					

Part 7 Menu positioning and identity (อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู)

F1. This menu is unique and stand out from other menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F2. The look and feel of this menu compared other menus;	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
F3. This menu has nutritional value.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F4. This menu has unique recipe & cooking method	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree

Thank you very much

调查问卷

ย่อย 3 กรุงเทพฯ [.....] (1) แพทย์ [.....] (2) หัวหน้า [.....] (3) ภาษาจีน อาหารไทย-ฮาลาล

致 答调查问卷者：本人及院系正研究课题“Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods”，您的回答对我们的研究十分有价值，因此，此次调查没有对与错，我们只希望看到您的想法和正面直接的回答，我们会保密您的每个答复，将只显示整体的信息资料。本人及院系对您致以崇高的谢意，感谢您的帮助和努力对我们这次调查问卷所做的回答。

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda 081-3358777(手机) 0-22818181,0-2628-6007

在以下表格中的意见/建议中填写✓或文字

第 1 部分：个人情况

1. 性别	[] 1. 男	[] 2. 女	
2. 年龄	[] 1. 低于 25 岁	[] 2. 25-34 岁	[] 3. 35-44 岁
	[] 4. 45-54 岁	[] 5. 55-64 岁	[] 6. 65 岁 以上
3. 婚姻状况	[] 1. 未婚	[] 2. 已婚/同居	[] 3. 丧偶/离异/分居
4. 学历	[] 1. 低于本科	[] 2. 本科	[] 3. 本科以上
5. 职业	[] 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）		
	[] 2. 董事长/经理/高级管理人员	[] 5. 农民	[] 8. 大学生/学生
	[] 3. 商人	[] 6. 公务员/国企职员	[] 9. 企业家
	[] 4. 生产工人	[] 7. 家庭妇女/退休/待业	[] 10. 其他(请注明).....
6. 家庭收入/月：			
[] 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元	[] 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元		
[] 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元	[] 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元		
[] 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元	[] 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元		
[] 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元	[] 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元		
[] 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元	[] 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上		

第 2 部分 个人态度和行为

A1. 相较于其他人，您的宗教信仰 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A6. 您会特别选择路程近/便捷的餐厅 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A2. 相较于其他人，您的宗教及文化活动； 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A7. 您特别选择价格节约/合理/物有所值的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A3. 相较于其他人，您对食用新食物的恐惧 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A8. 您特别选择味道佳并且质量高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A4. 尝试食用新食物对您来说是好的经验 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A9. 您特别选择名声高/档次高/口耳相传/接受度高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A5. 每次您旅游时会选择当地的菜单，是因为 能够尝试新鲜食物的满足感 非常不同意(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A10. 您特别选择味道浓郁的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

第 6 部分

游客对泰国食物的需求和态度

游客的需求和态度	菜單 1 海南鸡饭 ข้าวกล้องหมกไก่	菜單 2 泰式咖喱鸡汤 แกงมัสมั่นไก่ ตะลิงปลิง	菜單 3 泰式沙拉牛排 สะเต๊ะเนื้อ ส้มตำ	菜單 4 泰式绿咖喱汤 โรตีสายเลี้ยวหวานเนื้อยอด	菜單 5 米粉鸡肉咖喱汤 แกงกะหรี่ไก่กะหมึกกรอบ
E1. 您这份菜单的喜好	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多
E2. 与其他菜单相比，您对份菜单味道的评价	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
E3. 在未来再次食用本菜单的意向	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常
E4. 您会选择本菜单	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E5. 在未来有机会选择本菜单	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高
E6. 您会为这份菜单支付高额价格	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E7. 指明这份菜单的优点					
E8. 指明这份菜单需要调整的部分					

第 7 部分 菜单的优势和卖点

F1. 具有独特特点	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F2. 与其他菜单相比具有不同的风格	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
F3. 本菜单营养价值高	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F4. 本菜单烹调方式独树一帜	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

感谢您的合作填写调查问卷

サブプロジェクト3+4アンケートに回答してくださいの方へ

私とチームは「外国人観光客に関する、タイ料理の付加価値創造のためのマーケティングプラン及び統合マーケティング：料理ケーススタディ タイ-ハラル、タイ-ベトナム、タイ-中国、タイ-日本、タイ-西洋」という研究を行っています。ご回答いただいた回答は、私達の研究にとって価値を持つものであり、正しい回答及び間違った回答はありません。私達の関心は回答者の考えにあり、回答者の事実に基づいた回答を希望しています。すべての回答は、その秘密を保って回収され、情報を使用し全体像としてのみ提示します。私及びチーム一同は、今回のアンケートへのご回答について、回答者の親切さとその試みに深く感謝致します。

Dr. Jirawat Anuwitthanon, Dr. Phaibun Acharungrot, Dr. Panisa Meejinda, with the cooperation of Suan Dusit Rajabhat University and Srinakharinwirot University, Tel.081-3358777

回答者の考え、または事実にあたるものに✓印をつけるか、空白に記入してください。

第1部 個人の特徴

1. 性別 ☐ 1. 男性 ☐ 2. 女性
2. 年齢 ☐ 1. 25才以下 ☐ 2. 25-34才 ☐ 3. 35-44才
☐ 4. 45-54才 ☐ 5. 55-64才 ☐ 6. 65才以上
3. 立場 ☐ 1. 独身 ☐ 2. 結婚/同棲 ☐ 3. 未亡人/離婚/別居
4. 学歴 ☐ 1. 大卒未満 ☐ 2. 大卒 ☐ 3. 大卒以上
5. 職業 ☐ 1. 専門的職業（医者、エンジニア、法律家、教師、教授、会計士、IT専門家、画家、デザイナー、プログラマー、医療エージェント）
☐ 2. 経営者/マネージャー/上級職員
☐ 3. 会社員 ☐ 4. 工場労働者 ☐ 5. 農業従事者
☐ 6. 公務員/国営企業従業員 ☐ 7. 主婦 ☐ 8. 学生
☐ 9. 事業家 ☐ 10. その他(記入して下さい).....
6. 月あたりの所得 ☐ 1. 6750バーツ以下/225米ドル以下 ☐ 6. 54000-67499バーツ/1800-2249米ドル
☐ 2. 6750-13499バーツ/225-449米ドル ☐ 7. 67500-80999バーツ/2250-2699米ドル
☐ 3. 13500-26999バーツ/450-899米ドル ☐ 8. 81000-94449バーツ/2700-3149米ドル
☐ 4. 27000-40999バーツ/900-1349米ドル ☐ 9. 94500-107999バーツ/3150-3599米ドル
☐ 5. 40500-53999バーツ/1350-1799米ドル ☐ 10. 108000バーツ以上/3600米ドル以上
7. 宗教 ☐ 1. 仏教 ☐ 2. キリスト教 ☐ 3. イスラム教
☐ 4. ヒンドゥー教 ☐ 5. その他(記入して下さい).....
8. 旅行の種類 ☐ 1. 一人旅 ☐ 2. 家族/友人との旅行 ☐ 3. グループツアー
☐ 4. 商用旅行 ☐ 5. バックパック旅行
☐ 6. その他(記入して下さい).....
9. 国籍 ☐ 1. ヨーロッパ・アメリカ ☐ 2. 日本 ☐ 3. 中国 ☐ 4. ベトナム
☐ 5. インドネシア ☐ 6. マレーシア
☐ 7. その他(記入して下さい).....

第2部 個人の態度と行動 (サブ3)

A 1. あなたの宗教の教義への信頼は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 6. あなたは近場、便利な場所にある店を選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 2. 宗教教義/文化に従った活動は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 7. あなたは節約できる/リーズナブルな/支払う価値のある料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 3. 新しい料理を食べることへの恐怖は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 8. 味がよく、質の良い料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 4. 新しい料理に挑戦することは、良い経験だ 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 9. 有名な/高級な/人から紹介された/肯定する人がいる料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 5. 新しいことへ挑戦することから満足を得るため、旅行する度に、その地方の料理を選択する。 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 10. コクのあるメニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する

第6部 タイ料理融合メニューに対する観光客の需要と考え (サブ3)

観光客の需要と考え	タイー日本メニュー 1 ข้าวกล้องหมกไก่ Halal yellow chicken with brown-rice スパイシーなチキンライス	タイー日本メニュー 2 แกงมัสมั่นไก่ตะลิงปลิง Thai-style Massaman Curry Chicken タイ風カレーチキンMassaman	タイー日本メニュー 3 สเต๊ะเนื้อ ส้มตำ Beef satay with Thai Som-Tum spicy papaya salad 牛肉のサテ+青パパイヤのサラダ	タイー日本メニュー 4 โรตีสานเขียวหวานเนื้อยออด Thai Green curry with Roti pan cake ロティパンケーキとタイのグリーンカレー。	タイー日本メニュー 5 แกงกะหรี่ไก่แบบหมกกรอบ Curry Chicken with deep-fried noodle 揚げ麺とチキンカレー。
E 1. メニューに対するあなたの好み	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 2. これまでに食べたことのある他のメニューと比較した、このメニューの味に対するあなたの考え	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 3. 将来このメニューを反復して食べる傾向	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 4. もし料理メニューを選択するなら、このメニューを選ぶ	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 5. 将来このメニューを選ぶ機会	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 6. あなたは、他のメニューよりこのメニューに進んで多くのお金を支払う	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 7. このメニューの長所を記述して下さい					
E 8. このメニューに関して改良すべき点を記述して下さい					

第7部 商品/メニューのアイデンティティ、イメージ、ポジション					
F 1. 目立ち、また独自性がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 2. その他のメニューと比較した時の飾りつけと外観	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 3. このメニューは栄養学的に価値がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 4. このメニューには、独自性のあるレシピと調理プロセスが用いられている	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

2. อาหารไทย-เวียดนาม

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามโครงการย่อย 3

ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, ดร.ปณิศา มีจินดา, ม.ราชภัฏสวนดุสิต ร่วมกับ มศวินครินทร์วิโรฒ โทร. 081-3358777

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2. 25 - 34 ปี ☐ 3. 35 - 44 ปี
☐ 4. 45 - 54 ปี ☐ 5. 55 - 64 ปี ☐ 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ☐ 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) ☐ 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส
☐ 3. พนักงานบริษัท ☐ 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต ☐ 5. เกษตรกร
☐ 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 7. แม่บ้าน ☐ 8. นักศึกษา/นักเรียน
☐ 9. ผู้ประกอบการ ☐ 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. 6,750-13,499 บาท/ US\$ 225 – 449 ☐ 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. 27,000-40,499 บาท/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. 108,000 บาทขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over
7. ศาสนา: ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์ ☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ/.....
8. ลักษณะการเดินทาง: ☐ 1. ท่องเที่ยวโดยลำพัง ☐ 2. มากับครอบครัว/เพื่อน ☐ 3. มากับกลุ่มทัวร์ ☐ 4. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
☐ 5. นักท่องเที่ยวแบกเป้ ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ/
9. เชื้อชาติของท่าน: ☐ 1. ตะวันตก ☐ 2. ญี่ปุ่น ☐ 3. จีน ☐ 4. เวียดนาม
☐ 5. อินโดนีเซีย ☐ 6. มาเลเซีย ☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal Attitudes and Behaviors) (ย่อย 3)

A1. ความเชื่อถือในหลักศาสนาของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A6. ท่านจะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรมของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A7. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A3. ความกังวลต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ของท่าน เมื่อเทียบกับ บุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A8. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A9. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีค่านับต่อ/มีค ยอมรับ; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A5. ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวท่านจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A10. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต้ออาหารไทยประยุกต์ (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) (ย่อย 3)

อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว	เมนูไทย-เวียดนาม 1 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom- Yum soup	เมนูไทย-เวียดนาม 2 เส้นจันหน่อดี้อีสโตลเวียดนาม Vietamnese style Thai fried rice noodle	เมนูไทย-เวียดนาม 3 ต้มยำปลาสมุนไพรสโตลเวียดนาม Vietamnese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup	เมนูไทย-เวียดนาม 4 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู Salmon wraped in Thai Chaplu herbal leaf	เมนูไทย-เวียดนาม 5 หมี่กะทิหมูย่างCoconut-milk noodle with grilled pork
E1. ความชอบของท่านต่อเมนูนี้	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ที่ท่านเคย รับประทาน	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำใน อนาคต	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือก เมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก
E6. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่า เมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E7. โปรดระบุข้อดีของเมนูนี้					
E8. โปรดระบุ สิ่งที่ควรปรับปรุง เกี่ยวกับ เมนูนี้					

ส่วนที่ 7 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู (Menu positioning and identity)					
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุง ที่เป็นเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

调查问卷

ย่อย 3 กรุงเทพฯ [.....] (1) พัทยา [.....] (2) หัวหิน [.....] (3) อาหารไทย-เวียดนาม (ภาษาจีน)

致 答调查问卷者：本人及院系正研究课题 "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods"，您的回答对我们的研究十分有价值，因此，此次调查没有对与错，我们只希望看到您的想法和正面直接的回答，我们会保密您的每个答复，将只显示整体的信息资料。本人及院系对您致以崇高的谢意，感谢您的帮助和努力对我们这次调查问卷所做的回答。

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda 081-3358777(手机) 0-22818181,0-2628-6007

在以下表格中的意见/建议中填写✓或文字

第 1 部分：个人情况

1. 性别	[] 1. 男	[] 2. 女	
2. 年龄	[] 1. 低于 25 岁	[] 2. 25-34 岁	[] 3. 35-44 岁
	[] 4. 45-54 岁	[] 5. 55-64 岁	[] 6. 65 岁 以上
3. 婚姻状况	[] 1. 未婚	[] 2. 已婚/同居	[] 3. 丧偶/离异/分居
4. 学历	[] 1. 低于本科	[] 2. 本科	[] 3. 本科以上
5. 职业	[] 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）		
	[] 2. 董事长/经理/高级管理人员	[] 5. 农民	[] 8. 大学生/学生
	[] 3. 商人	[] 6. 公务员/国企职员	[] 9. 企业家
	[] 4. 生产工人	[] 7. 家庭妇女/退休/待业	[] 10. 其他(请注明).....
6. 家庭收入/月：			
[] 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元	[] 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元		
[] 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元	[] 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元		
[] 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元	[] 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元		
[] 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元	[] 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元		
[] 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元	[] 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上		

第 2 部分 个人态度和行为

A1. 相较于其他人，您的宗教信仰 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A6. 您会特别选择路程近/便捷的餐厅 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A2. 相较于其他人，您的宗教及文化活动； 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A7. 您特别选择价格节约/合理/物有所值的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A3. 相较于其他人，您对食用新食物的恐惧 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A8. 您特别选择味道佳并且质量高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A4. 尝试食用新食物对您来说是好的经验 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A9. 您特别选择名声高/档次高/口耳相传/接受度高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A5. 每次您旅游时会选择当地的菜单，是因为 能够尝试新鲜食物的满足感 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A10. 您特别选择味道浓郁的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

第 6 部分

游客对泰国食物的需求和态度

游客的需求和态度	菜單 1 酸辣越南米粉 ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ	菜單 2 越南卷粉 เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม	菜單 3 越南酸辣草药鱼 ต้มยำปลาสมุนไพรรสไทยเวียดนาม	菜單 4 草药鱿鱼 เมี่ยงแซลมอนสมุนไพربهะพุด	菜單 5 椰汁烤肉面 หมี่กะทิหมูย่าง
E1. 您这份菜单的喜好	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多
E2. 与其他菜单相比，您对份菜单味道的评价	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
E3. 在未来再次食用本菜单的意向	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常
E4. 您会选择本菜单	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E5. 在未来有机会选择本菜单	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高
E6. 您会为这份菜单支付高额价格	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E7. 指明这份菜单的优点					
E8. 指明这份菜单需要调整的部分					

第 7 部分

菜单的优势和卖点

F1. 具有独特特点	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F2. 与其他菜单相比具有不同的风格	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
F3. 本菜单营养价值高	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F4. 本菜单烹调方式独树一帜	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

感谢您的合作填写调查问卷

Kính thưa các đối tượng trả lời mẫu trắc nghiệm, mẫu trắc nghiệm tiểu dự án 3

Tôi và đội ngũ làm việc đang nghiên cứu về chủ đề "Kế hoạch tiếp thị và tiếp thị truyền thông tích hợp nhằm tăng thêm giá trị cho ẩm thực Thái Lan ứng dụng mới cho khách du lịch nước ngoài: Nghiên cứu ẩm thực Thái- Hà Lan, Thái- Việt Nam, Thái- Trung Quốc, Thái- Nhật Bản và Thái- Phương Đông". Câu trả lời của các bạn có giá trị cho việc nghiên cứu của chúng tôi, những câu hỏi dưới đây không mang tích chất đúng hay sai, chúng tôi chỉ quan tâm đến những ý kiến đóng góp và cần những câu trả lời đúng với thực tế của các bạn. Những câu trả lời của các bạn sẽ được thu thập và lưu trữ bí mật bằng việc lấy số liệu thống kê chung một cách tổng quát. Tôi và đội ngũ làm việc xin chân thành cảm ơn rất nhiều đến sự nhiệt tình và cố gắng của các anh chị trong việc trả lời mẫu câu hỏi trắc nghiệm lần này.

TS. Chi-rá-vất A-nụ-vít-cha-nôn, TS. Phay-bun A-cha-rùng-rốt, TS. Pạ-ni-sả Mi-chin-đa, Trưởng ĐH Hoàng gia Suan Dusit cùng với trường ĐH Srinakharinwirot. ĐT. 081-3358777

Xin đánh dấu ✓ hoặc thêm từ vào trong ô trống đúng với ý kiến/ thực tế của anh chị trong các phần sau đây:

Phần 1: Đặc điểm cá nhân.

1. Giới tính

☐ 1. Trai

☐ 2. Gái
2. Độ tuổi

☐ 1. Dưới 25 tuổi☐ 2. 25 - 34 tuổi

☐ 3. 35 - 44 tuổi

☐ 4. 45 - 54 tuổi☐ 5. 55 - 64 tuổi

☐ 6. 65 tuổi trở lên.
3. Tình trạng hôn nhân

☐ 1. Độc thân☐ 2. Kết hôn/ở cùng nhau

☐ 3. Góa/ly hôn/ở riêng
4. Trình độ học vấn

☐ 1. Thấp hơn cử nhân☐ 2. Cử nhân

☐ 3. Cao hơn cử nhân
5. Nghề nghiệp

☐ 1. Nhà chuyên môn (Bác sĩ, kỹ sư, luật sư, giáo viên, giảng viên, kế toán, chuyên gia IT, nhà tâm lý học, nhà thiết kế, lập trình viên máy tính, nhân viên y tế.)☐ 2. Nhà lãnh đạo/quản lý/nhân viên cấp cao.

☐ 3. Nhân viên công ty☐ 4. Người lao động

☐ 5. Nông dân

☐ 6. Biên chế/ nhân viên chính quy☐ 7. Nội trợ

☐ 8. Sinh viên/học sinh

☐ 9. Nhà kinh doanh☐ 10. Khác (Xin nêu rõ).....

6. Thu nhập cá nhân/ tháng

- ☐ 1. Thấp hơn 6,750 Bat/ Lower than US\$ 225

☐ 6. 54,000-67,499 Bat/ US\$ 1,800 – 2,249
- ☐ 2. 6,750-13,499 Bat/ US\$ 225 – 449

☐ 7. 67,500-80,999 Bat/ US\$ 2,250 - 2,699
- ☐ 3. 13,500-26,999 Bat/ US\$ 450 - 899

☐ 8. 81,000- 94,499 Bat/ US\$ 2,700 – 3,149
- ☐ 4. 27,000-40,499 Bat/ US\$ 900 – 1,349

☐ 9. 94,500-107,999 Bat/ US\$ 3,150 - 3,599
- ☐ 5. 40,500- 53,999 Bat/ US\$ 1,350 - 1,799

☐ 10. 108,000 Bat trở lên/ US\$ 3,600 and over

7. Tôn giáo: ☐ 1. Phật giáo ☐ 2. Thiên chúa giáo ☐ 3. Hồi giáo ☐ 4. Ấn độ giáo ☐ 5. Khác nêu rõ/.....

8. Cách thức du lịch: ☐ 1. Du lịch một mình ☐ 2. Đi cùng gia đình/bạn ☐ 3. Đi cùng nhóm tour ☐ 4. Du lịch kết hợp kinh doanh ☐ 5. Tây ba lô ☐ 6. Khác nêu rõ /

9. Quốc tịch của anh chị: ☐ 1. Phương đông ☐ 2. Nhật Bản ☐ 3. Trung Quốc ☐ 4. Việt Nam ☐ 5. Indônêxia ☐ 6. Malaysia ☐ 7. Khác nêu rõ

Phần 2 Thái độ và hành vi cá nhân (Personal Attitudes and Behaviors) (tiểu dự án 3)

A1. Sự tin tưởng vào quan điểm tôn giáo so với người khác. ít hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A6. Bạn lựa chọn quán dựa vào vị trí ở gần/ tiện lợi. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A2. Hoạt động tôn giáo/văn hóa của bạn so với người khác ít hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A7. Bạn lựa chọn Menu thức ăn có giá tiếp kiệm/ hợp lý/ đáng giá tiền. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A3. Việc e ngại trước việc ăn các thức ăn mới lạ của bạn so với người khác hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A8. Bạn lựa chọn Menu thức ăn mùi vị ngon đảm bảo chất lượng. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A4. Việc thử ăn các thức ăn mới lạ được coi là kinh nghiệm tốt. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý	A9. Bạn lựa chọn Menu thức ăn nổi tiếng/có tầm cỡ/có người giới thiệu/có người công nhận; Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A5. Mỗi lần đi du lịch bạn sẽ chọn menu thức ăn của địa phương đó bởi vì nó làm cho anh chị thấy vừa lòng khi được thưởng thức cái mới. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý	A10. Bạn lựa chọn Menu thức ăn có mùi vị mặn mà. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý

Phần 6. Nhu cầu, quan điểm của du khách đối với ẩm thực Thái Lan ứng dụng (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) (Tiểu dự án 3)

Nhu cầu, quan điểm của du khách	Thực đơn Thái – Việt 1 Bánh canh việt nam chua cay Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ	Thực đơn Thái – Việt 2 Phở sào dầu hào kiểu Việt nam Vietamnese style Thai fried rice noodle เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม	Thực đơn Thái – Việt 3 Tom-Yum cá thảo dược kiểu Việt Nam Vietamnese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม	Thực đơn Thái – Việt 4 Nem lá cá hồi thảo dược lá lốt Salmon wraped in Thai Chaplu herbal leaf เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู	Thực đơn Thái – Việt 5 Mì cốt dừa với thịt lợn nướng. Coconut-milk noodle with grilled pork หมี่กะทิหมูย่าง
E1. Bạn thích thực đơn này	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất
E2. Cảm nhận về hương vị của thực đơn này so với các thực đơn khác mà bạn đã từng thưởng thức	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều
E3. Xu hướng tiếp tục dùng thực đơn này trong tương lai	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất
E4. Nếu chọn thực đơn tôi sẽ chọn thực đơn này	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
E5. Cơ hội để chọn thực đơn này trong tương lai	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất
E6. Bạn sẵn sàng trả tiền cho thực đơn này cao hơn thực đơn khác	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
E7. Vui lòng chỉ ra những ưu điểm của thực đơn này					
E8. Vui lòng chỉ ra những khuyết điểm cần điều chỉnh đối với thực đơn này					

Phần 7. Bản sắc, hình ảnh và vị trí của thực đơn (Menu positioning and identity)					
F1. Nổi bật và độc đáo	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
F2. Cách trang trí và sự hấp dẫn về hình thức so với các thực đơn khác	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều
F3. Thực đơn này có chất lượng dinh dưỡng cao	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
F4. Thực đơn này có công thức và cách thức chế biến độc đáo.	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất

Xin chân thành cảm ơn các bạn đã hợp tác trong việc trả lời câu hỏi trắc nghiệm

Kính thưa các đối tượng trả lời mẫu trắc nghiệm, mẫu trắc nghiệm tiểu dự án 3

Tôi và đội ngũ làm việc đang nghiên cứu về chủ đề "Kế hoạch tiếp thị và tiếp thị truyền thông tích hợp nhằm tăng thêm giá trị cho ẩm thực Thái Lan ứng dụng mới cho khách du lịch nước ngoài: Nghiên cứu ẩm thực Thái- Hà Lan, Thái- Việt Nam, Thái- Trung Quốc, Thái- Nhật Bản và Thái- Phương Đông". Câu trả lời của các bạn có giá trị cho việc nghiên cứu của chúng tôi, những câu hỏi dưới đây không mang tích chất đúng hay sai, chúng tôi chỉ quan tâm đến những ý kiến đóng góp và cần những câu trả lời đúng với thực tế của các bạn. Những câu trả lời của các bạn sẽ được thu thập và lưu trữ bí mật bằng việc lấy số liệu thống kê chung một cách tổng quát. Tôi và đội ngũ làm việc xin chân thành cảm ơn rất nhiều đến sự nhiệt tình và cố gắng của các anh chị trong việc trả lời mẫu câu hỏi trắc nghiệm lần này.

TS. Chi-rá-vất A-nụ-vít-cha-nôn, TS. Phay-bun A-cha-rùng-rốt, TS. Pạ-ni-sả Mi-chin-đa, Trường ĐH Hoàng gia Suan Dusit cùng với trường ĐH Srinakharinwirot. ĐT. 081-3358777

Xin đánh dấu ✓ hoặc thêm từ vào trong ô trống đúng với ý kiến/ thực tế của anh chị trong các phần sau đây:

Phần 1: Đặc điểm cá nhân.

1. Giới tính

☐ 1. Trai

☐ 2. Gái
2. Độ tuổi

☐ 1. Dưới 25 tuổi☐ 2. 25 - 34 tuổi

☐ 3. 35 - 44 tuổi

☐ 4. 45 - 54 tuổi☐ 5. 55 - 64 tuổi

☐ 6. 65 tuổi trở lên.
3. Tình trạng hôn nhân

☐ 1. Độc thân☐ 2. Kết hôn/ở cùng nhau

☐ 3. Góa/ly hôn/ở riêng
4. Trình độ học vấn

☐ 1. Thấp hơn cử nhân☐ 2. Cử nhân

☐ 3. Cao hơn cử nhân
5. Nghề nghiệp

☐ 1. Nhà chuyên môn (Bác sĩ, kỹ sư, luật sư, giáo viên, giảng viên, kế toán, chuyên gia IT, nhà tâm lý học, nhà thiết kế, lập trình viên máy tính, nhân viên y tế.)☐ 2. Nhà lãnh đạo/quản lý/nhân viên cấp cao.

☐ 3. Nhân viên công ty☐ 4. Người lao động

☐ 5. Nông dân

☐ 6. Biên chế/ nhân viên chính quy☐ 7. Nội trợ

☐ 8. Sinh viên/học sinh

☐ 9. Nhà kinh doanh☐ 10. Khác (Xin nêu rõ).....

6. Thu nhập cá nhân/ tháng

- ☐ 1. Thấp hơn 6,750 Bat/ Lower than US\$ 225

☐ 6. 54,000-67,499 Bat/ US\$ 1,800 – 2,249
- ☐ 2. 6,750-13,499 Bat/ US\$ 225 – 449

☐ 7. 67,500-80,999 Bat/ US\$ 2,250 - 2,699
- ☐ 3. 13,500-26,999 Bat/ US\$ 450 - 899

☐ 8. 81,000- 94,499 Bat/ US\$ 2,700 – 3,149
- ☐ 4. 27,000-40,499 Bat/ US\$ 900 – 1,349

☐ 9. 94,500-107,999 Bat/ US\$ 3,150 - 3,599
- ☐ 5. 40,500- 53,999 Bat/ US\$ 1,350 - 1,799

☐ 10. 108,000 Bat trở lên/ US\$ 3,600 and over

7. Tôn giáo: ☐ 1. Phật giáo ☐ 2. Thiên chúa giáo ☐ 3. Hồi giáo ☐ 4. Ấn độ giáo ☐ 5. Khác nêu rõ/.....

8. Cách thức du lịch: ☐ 1. Du lịch một mình ☐ 2. Đi cùng gia đình/bạn ☐ 3. Đi cùng nhóm tour ☐ 4. Du lịch kết hợp kinh doanh ☐ 5. Tây ba lô ☐ 6. Khác nêu rõ /

9. Quốc tịch của anh chị: ☐ 1. Phương đông ☐ 2. Nhật Bản ☐ 3. Trung Quốc ☐ 4. Việt Nam ☐ 5. Indônêxia ☐ 6. Malaysia ☐ 7. Khác nêu rõ

Phần 2 Thái độ và hành vi cá nhân (Personal Attitudes and Behaviors) (tiểu dự án 3)

A1. Sự tin tưởng vào quan điểm tôn giáo so với người khác. ít hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A6. Bạn lựa chọn quán dựa vào vị trí ở gần/ tiện lợi. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A2. Hoạt động tôn giáo/văn hóa của bạn so với người khác ít hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A7. Bạn lựa chọn Menu thức ăn có giá tiếp kiệm/ hợp lý/ đáng giá tiền. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A3. Việc e ngại trước việc ăn các thức ăn mới lạ của bạn so với người khác hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều hơn	A8. Bạn lựa chọn Menu thức ăn mùi vị ngon đảm bảo chất lượng. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A4. Việc thử ăn các thức ăn mới lạ được coi là kinh nghiệm tốt. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý	A9. Bạn lựa chọn Menu thức ăn nổi tiếng/có tầm cỡ/có người giới thiệu/có người công nhận; Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý
A5. Mỗi lần đi du lịch bạn sẽ chọn menu thức ăn của địa phương đó bởi vì nó làm cho anh chị thấy vừa lòng khi được thưởng thức cái mới. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý	A10. Bạn lựa chọn Menu thức ăn có mùi vị mặn mà. Hoàn toàn không đồng ý (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Hoàn toàn đồng ý

Phần 6. Nhu cầu, quan điểm của du khách đối với ẩm thực Thái Lan ứng dụng (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) (Tiểu dự án 3)

Nhu cầu, quan điểm của du khách	Thực đơn Thái – Việt 1 Bánh canh việt nam chua cay Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup ก๋วยจั๊บญวนต้มยำ	Thực đơn Thái – Việt 2 Phở sào dầu hào kiểu Việt nam Vietamnese style Thai fried rice noodle เส้นจันท์ผัดซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม	Thực đơn Thái – Việt 3 Tom-Yum cá thảo dược kiểu Việt Nam Vietamnese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup ต้มยำปลาสมุนไพรสไตล์เวียดนาม	Thực đơn Thái – Việt 4 Nem lá cá hồi thảo dược lá lốt Salmon wraped in Thai Chaplu herbal leaf เมี่ยงแซลมอนสมุนไพรใบชะพลู	Thực đơn Thái – Việt 5 Mì cốt dừa với thịt lợn nướng. Coconut-milk noodle with grilled pork หมี่กะทิหมูย่าง
E1. Bạn thích thực đơn này	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất	Ít nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều nhất
E2. Cảm nhận về hương vị của thực đơn này so với các thực đơn khác mà bạn đã từng thưởng thức	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều
E3. Xu hướng tiếp tục dùng thực đơn này trong tương lai	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất	Ít lần (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Nhiều lần Nhất Nhất
E4. Nếu chọn thực đơn tôi sẽ chọn thực đơn này	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
E5. Cơ hội để chọn thực đơn này trong tương lai	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất	Thấp nhất (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Cao nhất
E6. Bạn sẵn sàng trả tiền cho thực đơn này cao hơn thực đơn khác	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
E7. Vui lòng chỉ ra những ưu điểm của thực đơn này					
E8. Vui lòng chỉ ra những khuyết điểm cần điều chỉnh đối với thực đơn này					

Phần 7. Bản sắc, hình ảnh và vị trí của thực đơn (Menu positioning and identity)					
F1. Nổi bật và độc đáo	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
F2. Cách trang trí và sự hấp dẫn về hình thức so với các thực đơn khác	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều	Kém hơn (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Ngon hơn Nhiều Nhiều
F3. Thực đơn này có chất lượng dinh dưỡng cao	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất
F4. Thực đơn này có công thức và cách thức chế biến độc đáo.	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất	Không nhất trí (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)Nhất trí Rất Rất

Xin chân thành cảm ơn các bạn đã hợp tác trong việc trả lời câu hỏi trắc nghiệm

QUESTIONNAIRE FOR THAI-VIETNAMESE ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน ไทย-เวียดนาม

Dear Respondents

We are conducting a research titled "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods" There is no right or wrong answers. Your honest response will be valuable to us. All of your answers will be kept strictly confidential and only be aggregated with all other responses to form an overall picture. Thank you very much for your kindness and effort.

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda Tel. 081-3358777

Please place a tick mark (✓) in the blank that best represents your attitude and opinions.

Part 1 Personal characteristics(ลักษณะส่วนบุคคล) (ย่อย 3)

1. Gender: ☐ 1. Male ☐ 2. Female
2. Age: ☐ 1. Under 25 years ☐ 2. 25-34 years ☐ 3. 35-44 years ☐ 4. 45-54 years ☐ 5. 55-64 years ☐ 6. Over 64 years
3. Marital status: ☐ 1. Single ☐ 2. Married/Living Together ☐ 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Educational level: ☐ 1. Lower than Bachelor degree ☐ 2. Bachelor degree ☐ 3. Higher than Bachelor degree
5. Occupation: ☐ 1. Professionals ☐ 2. Administrative and Managerial ☐ 3. Commercial personnel
☐ 4. Laborers production ☐ 5. Agricultural workers ☐ 6. Government /State enterprise officers ☐ 7. Housewives
☐ 8. Students ☐ 9. Retired / Unemployed ☐ 10. Entrepreneurs ☐ 11. Others, please specify
6. Monthly personal Income: ☐ 1. Lower than THB 6,750/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. THB 6,750-13,499/ US\$ 225 - 449 ☐ 7. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over
7. Your religion: ☐ 1. Buddhism ☐ 2. Christ ☐ 3. Islam ☐ 4. Hinduism ☐ 5. Others, please specify.....
8. Travel characteristics: tourist ☐ 1. Travel by yourself ☐ 2. Travel with family/friend ☐ 3. Travel with group tour
☐ 4. Business tour ☐ 5. Backpacker ☐ 6. Others, please specify.....
9. Your ethnics: ☐ 1. Western ☐ 2. Japanese ☐ 3. Chinese ☐ 4. Vietnamese
☐ 5. Indonesian ☐ 6. Malaysian ☐ 7. Others, please specify.....

Part 2 Personal Attitudes and Behaviors (ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล) (ย่อย 3.)

A1. Your devotion to religious beliefs compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A6. You choose restaurant based on convenient location; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A2. Your religious/cultural activities compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	B7. You choose food menu based on economic cost/ reasonable price / good value for money; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A3. Your reluctance to try unfamiliar food compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A8. You choose food menu based on good taste and quality; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Trying unfamiliar food is a great experience; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A9. You choose food menu based on reputation / luxury/ acceptance from others ; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Every time you travel you often choose local menu because it will give you the pleasure of trying new things; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A10. You choose food menu that has intense flavor; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree

Part 6 Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์) (ย่อย 3)

Demand and Attitudes of Tourists (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว)	Thai-Vietnamese Menu 1 ก๋วยจั๊บน้ำร้อนต้มยำ Vietnamese Noodle in Thai-style spicy Tom-Yum soup	Thai-Vietnamese Menu 2 เส้นจันท์ผัด ซีอิ๊วสไตล์เวียดนาม Vietnamese style Thai fried rice noodle	Thai-Vietnamese Menu 3 ต้มยำปลา สมุนไพรสไตล์เวียดนามVietamnese style herbal fish in Thai spicy Tom-Yum soup	Thai-Vietnamese Menu 4 เมี่ยงแซลมอน สมุนไพรใบชะพลู Salmon wraped in Thai Chaplu herbal leaf	Thai-Vietnamese Menu 5 หมี่กะทิหมูย่าง Coconut-milk noodle with grilled pork
E1. Your preference towards this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most
E2. Your opinion towards the taste of this menu compared other menus you have taken before.	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
E3. Your tendency in choosing this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently
E4. If I have to choose food menus, I will select this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E5. The chance that I will select this menu in the future is...	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high
E6. If the prices of this menu is higher than other menu, I still prefer this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E7. Press identify the advantage of this menu.					
E8. Please specify how we can improve this menu					

Part 7 Menu positioning and identity (อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู)

F1. This menu is unique and stand out from other menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F2. The look and feel of this menu compared other menus;	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
F3. This menu has nutritional value.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F4. This menu has unique recipe & cooking method	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree

Thank you very much

3. อาหารไทย-จีน

แบบสอบถาม ไทย-จีน ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน (23 ธค 56) ไทย-จีน

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามโครงการย่อย 3 + 4

ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.ไพบลีย์ อาษารุ่งโรจน์, ดร.ปณิศา มีจินดา,ม.ราชภัฏสวนดุสิต ร่วมกับ มศรีนครินทรวโรฒ โทร. 081-3358777

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ [] 1. ชาย [] 2.หญิง
2. อายุ [] 1. ต่ำกว่า 25 ปี [] 2. 25 - 34 ปี [] 3. 35 - 44 ปี
[] 4. 45 - 54 ปี [] 5. 55 - 64 ปี [] 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ [] 1. โสด [] 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน [] 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา [] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี [] 2. ปริญญาตรี [] 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ [] 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์/วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที/ดีทรกร นักออกแบบโปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) [] 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส
[] 3. พนักงานบริษัท [] 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต [] 5. เกษตรกร
[] 6. ชาวราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ [] 7. แม่บ้าน [] 8. นักศึกษา/นักเรียน
[] 9. ผู้ประกอบการ [] 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน [] 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/ Lower than US\$ 225 [] 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249
[] 2. 6,750-13,499 บาท/ US\$ 225 – 449 [] 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699
[] 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 [] 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149
[] 4. 27,000-40,499 บาท/ US\$ 900 – 1,349 [] 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599
[] 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 [] 10. 108,000 บาทขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over
7. ศาสนา: [] 1. พุทธ [] 2. คริสต์ [] 3. อิสลาม [] 4. ฮินดู [] 5. อื่นๆ โปรดระบุ/.....
8. ลักษณะการเดินทาง: [] 1. ท่องเที่ยวโดยลำพัง [] 2. มากับครอบครัว/เพื่อน [] 3. มากับกลุ่มทัวร์ [] 4. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
[] 5. นักท่องเที่ยวแบกเป้ [] 6. อื่นๆ โปรดระบุ/
9. เชื้อชาติของท่าน: [] 1. ตะวันตก [] 2. ญี่ปุ่น [] 3. จีน [] 4. เวียดนาม
[] 5. อินโดนีเซีย [] 6. มาเลเซีย [] 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ทศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal Attitudes and Behaviors) ย่อย 3

A1. ความเชื่อถือในหลักศาสนาของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A6. ท่านจะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรมของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A7. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A3. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ของท่าน เมื่อเทียบกับ บุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A8. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A9. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคนยอมรับ; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์ (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) ย่อย 3 ทั้หน้า

อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยว	เมนูไทยจีน 1 ปูผัดผงกะหรี่ซี่เมา Fried crap in Thai-style spicy curry	เมนูไทยจีน 2 ซี่โครงหมูนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli	เมนูไทยจีน 3 ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce	เมนูไทยจีน 4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom- Klong soup	เมนูไทยจีน 5 ปีกไก่หมอและน้ำแดง Chicken wing in red sauce
E1. ความชอบของท่านต่อเมนูนี้	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ที่ท่านเคย รับประทาน	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำใน อนาคต	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือก เมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก
E6. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่า เมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E7. โปรดระบุข้อดีของเมนูนี้					
E8. โปรดระบุ สิ่งที่ควรปรับปรุง เกี่ยวกับ เมนูนี้					
ส่วนที่ 7 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู (Menu positioning and identity)					
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับเมนูอื่น	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุง ที่เป็นเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

致 答调查问卷者：本人及院系正研究课题“Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods”，您的回答对我们的研究十分有价值，因此，此次调查没有对与错，我们只希望看到您的想法和正面直接的回答，我们会保密您的每个答复，将只显示整体的信息资料。本人及院系对您致以崇高的谢意，感谢您的帮助和努力对我们这次调查问卷所做的回答。

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda 081-3358777(手机) 0-22818181,0-2628-6007

在以下表格中的意见/建议中填写✓或文字

第 1 部分：个人情况

1. 性别 ☐ 1. 男 ☐ 2. 女
2. 年龄 ☐ 1. 低于 25 岁 ☐ 2. 25-34 岁 ☐ 3. 35-44 岁
☐ 4. 45-54 岁 ☐ 5. 55-64 岁 ☐ 6. 65 岁 以上
3. 婚姻状况 ☐ 1. 未婚 ☐ 2. 已婚/同居 ☐ 3. 丧偶/离异/分居
4. 学历 ☐ 1. 低于本科 ☐ 2. 本科 ☐ 3. 本科以上
5. 职业 ☐ 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）
☐ 2. 董事长/经理/高级管理人员 ☐ 5. 农民 ☐ 8. 大学生/学生
☐ 3. 商人 ☐ 6. 公务员/国企职员 ☐ 9. 企业家
☐ 4. 生产工人 ☐ 7. 家庭妇女/退休/待业 ☐ 10. 其他(请注明).....
6. 家庭收入/月：
- ☐ 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元 ☐ 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元
☐ 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元 ☐ 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元
☐ 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元 ☐ 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元
☐ 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元 ☐ 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元
☐ 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元 ☐ 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上

第 2 部分 个人态度和行为

A1. 相较于其他人，您的宗教信仰 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A6. 您会特别选择路程近/便捷的餐厅 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A2. 相较于其他人，您的宗教及文化活动； 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A7. 您特别选择价格节约/合理/物有所值的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A3. 相较于其他人，您对食用新食物的恐惧 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A8. 您特别选择味道佳并且质量高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A4. 尝试食用新食物对您来说是好的经验 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A9. 您特别选择名声高/档次高/口耳相传/接受度高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A5. 每次您旅游时会选择当地的菜单，是因为能够尝试新鲜食物的满足感 非常不同意(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A10. 您特别选择味道浓郁的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

第 6 部分

游客对泰国食物的需求和态度

游客的需求和态度	中泰菜单 1 ปูผัดผงกะหรี่ที่เมษา 咖喱蟹肉	中泰菜单 2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ทอด พริกขิง 姜汁豆豉排骨	中泰菜单 3 ปลาเก๋านึ่งซีอิ๊วสมุนไพร 草药酱汁鱼	中泰菜单 4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง 酱汤馄饨	中泰菜单 5 ปีกไก่หมอบและน้ำแดง 红汁鸡翅
E1. 您对这份菜单的喜好	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多
E2. 与其他菜单相比，您对份菜单味道的评价	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
E3. 在未来再次食用本菜单的意向	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常
E4. 您会选择本菜单	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E5. 在未来有机会选择本菜单	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高
E6. 您会为这份菜单支付高额价格	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E7. 指明这份菜单的优点					
E8. 指明这份菜单需要调整的部分					

第 7 部分 菜单的优势和卖点

F1. 具有独特特点	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F2. 与其他菜单相比具有不同的风格	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
F3. 本菜单营养价值高	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F4. 本菜单烹调方式独树一帜	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

感谢您的合作填写调查问卷

サブプロジェクト3+4アンケートに回答してくださいの方へ

私とチームは「外国人観光客に関する、タイ料理の付加価値創造のためのマーケティングプラン及び統合マーケティング：料理ケーススタディ タイ-ハラル、タイ-ベトナム、タイ-中国、タイ-日本、タイ-西洋」という研究を行っています。ご回答いただいた回答は、私達の研究にとって価値を持つものであり、正しい回答及び間違った回答はありません。私達の関心は回答者の考えにあり、回答者の事実に基づいた回答を希望しています。すべての回答は、その秘密を保って回収され、情報を使用し全体像としてのみ提示します。私及びチーム一同は、今回のアンケートへのご回答について、回答者の親切さとその試みに深く感謝致します。

Dr. Jirawat Anuwitthanon, Dr. Phaibun Acharungrot, Dr. Panisa Meejinda, with the cooperation of Suan Dusit Rajabhat University and Srinakharinwirot University, Tel.081-3358777

回答者の考え、または事実にあたるものに✓印をつけるか、空白に記入してください。

第1部 個人の特徴

1. 性別 ☐ 1. 男性 ☐ 2. 女性
2. 年齢 ☐ 1. 25才以下 ☐ 2. 25-34才 ☐ 3. 35-44才
☐ 4. 45-54才 ☐ 5. 55-64才 ☐ 6. 65才以上
3. 立場 ☐ 1. 独身 ☐ 2. 結婚/同棲 ☐ 3. 未亡人/離婚/別居
4. 学歴 ☐ 1. 大卒未満 ☐ 2. 大卒 ☐ 3. 大卒以上
5. 職業 ☐ 1. 専門的職業（医者、エンジニア、法律家、教師、教授、会計士、IT専門家、画家、デザイナー、プログラマー、医療エージェント）
☐ 2. 経営者/マネージャー/上級職員
☐ 3. 会社員 ☐ 4. 工場労働者 ☐ 5. 農業従事者
☐ 6. 公務員/国営企業従業員 ☐ 7. 主婦 ☐ 8. 学生
☐ 9. 事業家 ☐ 10. その他(記入して下さい).....
6. 月あたりの所得 ☐ 1. 6750バーツ以下/225米ドル以下 ☐ 6. 54000-67499バーツ/1800-2249米ドル
☐ 2. 6750-13499バーツ/225-449米ドル ☐ 7. 67500-80999バーツ/2250-2699米ドル
☐ 3. 13500-26999バーツ/450-899米ドル ☐ 8. 81000-94449バーツ/2700-3149米ドル
☐ 4. 27000-40999バーツ/900-1349米ドル ☐ 9. 94500-107999バーツ/3150-3599米ドル
☐ 5. 40500-53999バーツ/1350-1799米ドル ☐ 10. 108000バーツ以上/3600米ドル以上
7. 宗教 ☐ 1. 仏教 ☐ 2. キリスト教 ☐ 3. イスラム教
☐ 4. ヒンドゥー教 ☐ 5. その他(記入して下さい).....
8. 旅行の種類 ☐ 1. 一人旅 ☐ 2. 家族/友人との旅行 ☐ 3. グループツアー
☐ 4. 商用旅行 ☐ 5. バックパック旅行
☐ 6. その他(記入して下さい).....
9. 国籍 ☐ 1. ヨーロッパ・アメリカ ☐ 2. 日本 ☐ 3. 中国 ☐ 4. ベトナム
☐ 5. インドネシア ☐ 6. マレーシア
☐ 7. その他(記入して下さい).....

第2部 個人の態度と行動 (サブ3)

A 1. あなたの宗教の教義への信頼は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 6. あなたは近場、便利な場所にある店を選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 2. 宗教教義/文化に従った活動は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 7. あなたは節約できる/リーズナブルな/支払う価値のある料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 3. 新しい料理を食べることへの恐怖は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 8. 味がよく、質の良い料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 4. 新しい料理に挑戦することは、良い経験だ 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 9. 有名な/高級な/人から紹介された/肯定する人がいる料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 5. 新しいことへ挑戦することから満足を得るため、旅行する度に、その地方の料理を選択する。 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 10. コクのあるメニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する

第6部 タイ料理融合メニューに対する観光客の需要と考（サブ3）

観光客の需要と考	タイー日本メニュー1 ปูผัดผงกะหรี่ Fried crap in Thai-style spicy curry	タイー日本メニュー2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli	タイー日本メニュー3 ปลาเก๋านึ่งซี่อ้วนสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce	タイー日本メニュー4 บะหมี่เกี๊ยวต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup	タイー日本メニュー5 ปีกไก่หมอละน้ำแดง Chicken wing in red sauce
E 1. メニューに対するあなたの好み	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 2. これまでに食べたことのある他のメニューと比較した、このメニューの味に対するあなたの考	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 3. 将来このメニューを反復して食べる傾向	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 4. もし料理メニューを選択するなら、このメニューを選ぶ	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 5. 将来このメニューを選ぶ機会	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 6. あなたは、他のメニューよりこのメニューに進んで多くのお金を支払う	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 7. このメニューの長所を記述して下さい					
E 8. このメニューに関して改良すべき点を記述して下さい					
第7部 商品/メニューのアイデンティティ、イメージ、ポジション					
F 1. 目立ち、また独自性がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 2. その他のメニューと比較した時の飾りつけと外観	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 3. このメニューは栄養学的に価値がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 4. このメニューには、独自性のあるレシピと調理プロセスが用いられている	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

アンケートの回答にご協力いただき、ありがとうございます

Dear Respondents

We are conducting a research titled "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods" There is no right or wrong answers. Your honest response will be valuable to us. All of your answers will be kept strictly confidential and only be aggregated with all other responses to form an overall picture. Thank you very much for your kindness and effort.

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda Tel. 081-3358777

Please place a tick mark (✓) in the blank that best represents your attitude and opinions.

Part 1 Personal characteristics(ลักษณะส่วนบุคคล) (ย่อย 3)

1. Gender: ☐ 1. Male ☐ 2. Female
2. Age: ☐ 1. Under 25 years ☐ 2. 25-34 years ☐ 3. 35-44 years ☐ 4. 45-54 years ☐ 5. 55-64 years ☐ 6. Over 64 years
3. Marital status: ☐ 1. Single ☐ 2. Married/Living Together ☐ 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Educational level: ☐ 1. Lower than Bachelor degree ☐ 2. Bachelor degree ☐ 3. Higher than Bachelor degree
5. Occupation: ☐ 1. Professionals ☐ 2. Administrative and Managerial ☐ 3. Commercial personnel
☐ 4. Laborers production ☐ 5. Agricultural workers ☐ 6. Government /State enterprise officers ☐ 7. Housewives
☐ 8. Students ☐ 9. Retired / Unemployed ☐ 10. Entrepreneurs ☐ 11. Others, please specify
6. Monthly personal Income: ☐ 1. Lower than THB 6,750/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. THB 6,750-13,499/ US\$ 225 - 449 ☐ 7. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over
7. Your religion: ☐ 1. Buddhism ☐ 2. Christ ☐ 3. Islam ☐ 4. Hinduism ☐ 5. Others, please specify.....
8. Travel characteristics: tourist ☐ 1. Travel by yourself ☐ 2. Travel with family/friend ☐ 3. Travel with group tour
☐ 4. Business tour ☐ 5. Backpacker ☐ 6. Others, please specify.....
9. Your ethnics: ☐ 1. Western ☐ 2. Japanese ☐ 3. Chinese ☐ 4. Vietnamese
☐ 5. Indonesian ☐ 6. Malaysian ☐ 7. Others, please specify.....

Part 2 Personal Attitudes and Behaviors (ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล) (ย่อย 3.)

A1. Your devotion to religious beliefs compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A6. You choose restaurant based on convenient location; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A2. Your religious/cultural activities compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	B7. You choose food menu based on economic cost/ reasonable price / good value for money; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A3. Your reluctance to try unfamiliar food compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A8. You choose food menu based on good taste and quality; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Trying unfamiliar food is a great experience; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A9. You choose food menu based on reputation / luxury/ acceptance from others ; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Every time you travel you often choose local menu because it will give you the pleasure of trying new things; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A10. You choose food menu that has intense flavor; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree

Part 6 Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่องานอาหารไทยประยุกต์) (ย่อย 3)					
Demand and Attitudes of Tourists (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว)	Thai-Chinese Menu 1 ปูผัดผงกะหรี่ซี่มา Fried crap in Thai-style spicy curry	Thai-Chinese Menu 2 ซี่โครงหมูหนึ่งเต้าซี่ซอสพริกขิง Steamed Pork rip in Chinese bean and Thai chilli	Thai-Chinese Menu 3 ปลาเก๋านึ่งซี่อิ้วสมุนไพร Steamed Grouper Fish in herbal Soy Sauce	Thai-Chinese Menu 4 บะหมี่เกี๊ยว ต้มโคล้ง Dumpling noodle in Thai-style sour and spicy Tom-Klong soup	Thai-Chinese Menu 5 ปีกไก่หมอละน้ำแดง Chicken wing in red sauce
E1. Your preference towards this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most
E2. Your opinion towards the taste of this menu compared other menus you have taken before.	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
E3. Your tendency in choosing this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently
E4. If I have to choose food menus, I will select this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E5. The chance that I will select this menu in the future is...	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high
E6. If the prices of this menu is higher than other menu, I still prefer this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E7. Press identify the advantage of this menu.					
E8. Please specify how we can improve this menu					
Part 7 Menu positioning and identity (อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู)					
F1. This menu is unique and stand out from other menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F2. The look and feel of this menu compared other menus;	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
F3. This menu has nutritional value.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F4. This menu has unique recipe & cooking method	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree

Thank you very much

4. อาหารไทย-ญี่ปุ่น

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามโครงการย่อย 3 + 4

ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, ดร.ปณิศา มีจินดา, ม.ราชภัฏสวนดุสิต ร่วมกับ มศรินทร์พรวิโรฒ โทร. 081-3358777

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2. 25 - 34 ปี ☐ 3. 35 - 44 ปี
☐ 4. 45 - 54 ปี ☐ 5. 55 - 64 ปี ☐ 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ☐ 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) ☐ 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส
☐ 3. พนักงานบริษัท ☐ 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต ☐ 5. เกษตรกร
☐ 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 7. แม่บ้าน ☐ 8. นักศึกษา/นักเรียน
☐ 9. ผู้ประกอบการ ☐ 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. 6,750-13,499 บาท/ US\$ 225 – 449 ☐ 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. 27,000-40,499 บาท/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. 108,000 บาทขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over
7. ศาสนา: ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์ ☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ/.....
8. ลักษณะการเดินทาง: ☐ 1. ท่องเที่ยวโดยลำพัง ☐ 2. มากับครอบครัว/เพื่อน ☐ 3. มากับกลุ่มทัวร์ ☐ 4. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
☐ 5. นักท่องเที่ยวแบกเป้ ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ/
9. เชื้อชาติของท่าน: ☐ 1. ตะวันตก ☐ 2. ญี่ปุ่น ☐ 3. จีน ☐ 4. เวียดนาม
☐ 5. อินโดนีเซีย ☐ 6. มาเลเซีย ☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal Attitudes and Behaviors) (ย่อย 3)

A1. ความเชื่อถือในหลักศาสนาของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A6. ท่านจะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรมของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A7. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A3. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ของท่าน เมื่อเทียบกับ บุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A8. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A9. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีค ยอมรับ; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A5. ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวท่านจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A10. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยวต้ออาหารไทยประยุกต์ (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) (ย่อย 3)

อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยว	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด Raw fish served with Thai-style seafood sauce	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 2 ราเม็งสุโขทัย Thai-Sukhothai Style Japanese Ramen	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 3 ไก่ทอดใบเตย Chicken in Thai Pandan leaf	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย Yakitori in Thai-style galic and peper	เมนูไทย-ญี่ปุ่น 5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ Japanese Yakisoba noodle in Thai-style pepper suace
E1. ความชอบของท่านต่อเมนูนี้	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ที่ท่านเคยรับประทาน	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำในอนาคต	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้ง มากมาก
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือกเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก
E6. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
E7. โปรดระบุข้อดีของเมนูนี้					
E8. โปรดระบุ สิ่งที่ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ เมนูนี้					
ส่วนที่ 7 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู (Menu positioning and identity)					
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่า มากมาก
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง
F4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วย อย่างยิ่งอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

QUESTIONNAIRE FOR THAI-JAPANESE ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน ไทย-ญี่ปุ่น

Dear Respondents

We are conducting a research titled "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods" There is no right or wrong answers. Your honest response will be valuable to us. All of your answers will be kept strictly confidential and only be aggregated with all other responses to form an overall picture. Thank you very much for your kindness and effort.

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda Tel. 081-3358777

Please place a tick mark (✓) in the blank that best represents your attitude and opinions.

Part 1 Personal characteristics(ลักษณะส่วนบุคคล) (ย่อย 3)

1. Gender: ☐ 1. Male ☐ 2. Female
2. Age: ☐ 1. Under 25 years ☐ 2. 25-34 years ☐ 3. 35-44 years ☐ 4. 45-54 years ☐ 5. 55-64 years ☐ 6. Over 64 years
3. Marital status: ☐ 1. Single ☐ 2. Married/Living Together ☐ 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Educational level: ☐ 1. Lower than Bachelor degree ☐ 2. Bachelor degree ☐ 3. Higher than Bachelor degree
5. Occupation: ☐ 1. Professionals ☐ 2. Administrative and Managerial ☐ 3. Commercial personnel
☐ 4. Laborers production ☐ 5. Agricultural workers ☐ 6. Government /State enterprise officers ☐ 7. Housewives
☐ 8. Students ☐ 9. Retired / Unemployed ☐ 10. Entrepreneurs ☐ 11. Others, please specify
6. Monthly personal Income: ☐ 1. Lower than THB 6,750/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. THB 6,750-13,499/ US\$ 225 - 449 ☐ 7. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over
7. Your religion: ☐ 1. Buddhism ☐ 2. Christ ☐ 3. Islam ☐ 4. Hinduism ☐ 5. Others, please specify.....
8. Travel characteristics: tourist ☐ 1. Travel by yourself ☐ 2. Travel with family/friend ☐ 3. Travel with group tour
☐ 4. Business tour ☐ 5. Backpacker ☐ 6. Others, please specify.....
9. Your ethnics: ☐ 1. Western ☐ 2. Japanese ☐ 3. Chinese ☐ 4. Vietnamese
☐ 5. Indonesian ☐ 6. Malaysian ☐ 7. Others, please specify.....

Part 2 Personal Attitudes and Behaviors (ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล) (ย่อย 3.)

A1. Your devotion to religious beliefs compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A6. You choose restaurant based on convenient location; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A2. Your religious/cultural activities compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	B7. You choose food menu based on economic cost/ reasonable price / good value for money; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A3. Your reluctance to try unfamiliar food compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A8. You choose food menu based on good taste and quality; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Trying unfamiliar food is a great experience; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A9. You choose food menu based on reputation / luxury/ acceptance from others ; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Every time you travel you often choose local menu because it will give you the pleasure of trying new things; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A10. You choose food menu that has intense flavor; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree

Part 6 Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยประยุกต์) (ย่อย 3)					
Demand and Attitudes of Tourists (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว)	Thai-Japanese Menu 1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด Raw fish served with Thai-style seafood sauce	Thai-Japanese Menu 2 ราเม็งสุโขทัย Thai-Sukhothai Style Japanese Ramen	Thai-Japanese Menu 3 ไก่ห่อใบเตย Chicken in Thai Pandan leaf	Thai-Japanese Menu 4 ยากิโทริกระเทียม พริกไทย Yakitori in Thai-style galic and peper	Thai-Japanese Menu 5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่น ซอสโซยุพริกไทยดำ Japanese Yakisoba noodle in Thai-style pepper suace
E1. Your preference towards this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most
E2. Your opinion towards the taste of this menu compared other menus you have taken before.	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
E3. Your tendency in choosing this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently
E4. If I have to choose food menus, I will select this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E5. The chance that I will select this menu in the future is...	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high
E6. If the prices of this menu is higher than other menu, I still prefer this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E7. Press identify the advantage of this menu.					
E8. Please specify how we can improve this menu					
Part 7 Menu positioning and identity (อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู)					
F1. This menu is unique and stand out from other menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F2. The look and feel of this menu compared other menus;	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
F3. This menu has nutritional value.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F4. This menu has unique recipe & cooking method	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree

Thank you very much

サブプロジェクト3+4アンケートに回答してくださいの方へ

私とチームは「外国人観光客に関する、タイ料理の付加価値創造のためのマーケティングプラン及び統合マーケティング：料理ケーススタディ タイ-ハラル、タイ-ベトナム、タイ-中国、タイ-日本、タイ-西洋」という研究を行っています。ご回答いただいた回答は、私達の研究にとって価値を持つものであり、正しい回答及び間違った回答はありません。私達の関心は回答者の考えにあり、回答者の事実に基づいた回答を希望しています。すべての回答は、その秘密を保って回収され、情報を使用し全体像としてのみ提示します。私及びチーム一同は、今回のアンケートへのご回答について、回答者の親切さとその試みに深く感謝致します。

Dr. Jirawat Anuwitchanon, Dr. Phaibun Acharungrot, Dr. Panisa Meejinda, with the cooperation of Suan Dusit Rajabhat University and Srinakharinwirot University, Tel.081-3358777

回答者の考え、または事実にあたるものに✓印をつけるか、空白に記入してください。

第1部 個人の特徴

1. 性別 ☐ 1. 男性 ☐ 2. 女性
2. 年齢 ☐ 1. 25才以下 ☐ 2. 25-34才 ☐ 3. 35-44才
☐ 4. 45-54才 ☐ 5. 55-64才 ☐ 6. 65才以上
3. 立場 ☐ 1. 独身 ☐ 2. 結婚/同棲 ☐ 3. 未亡人/離婚/別居
4. 学歴 ☐ 1. 大卒未満 ☐ 2. 大卒 ☐ 3. 大卒以上
5. 職業 ☐ 1. 専門的職業（医者、エンジニア、法律家、教師、教授、会計士、IT専門家、画家、デザイナー、プログラマー、医療エージェント）
☐ 2. 経営者/マネージャー/上級職員
☐ 3. 会社員 ☐ 4. 工場労働者 ☐ 5. 農業従事者
☐ 6. 公務員/国営企業従業員 ☐ 7. 主婦 ☐ 8. 学生
☐ 9. 事業家 ☐ 10. その他(記入して下さい).....
6. 月あたりの所得 ☐ 1. 6750バーツ以下/225米ドル以下 ☐ 6. 54000-67499バーツ/1800-2249米ドル
☐ 2. 6750-13499バーツ/225-449米ドル ☐ 7. 67500-80999バーツ/2250-2699米ドル
☐ 3. 13500-26999バーツ/450-899米ドル ☐ 8. 81000-94449バーツ/2700-3149米ドル
☐ 4. 27000-40999バーツ/900-1349米ドル ☐ 9. 94500-107999バーツ/3150-3599米ドル
☐ 5. 40500-53999バーツ/1350-1799米ドル ☐ 10. 108000バーツ以上/3600米ドル以上
7. 宗教 ☐ 1. 仏教 ☐ 2. キリスト教 ☐ 3. イスラム教
☐ 4. ヒンドゥー教 ☐ 5. その他(記入して下さい).....
8. 旅行の種類 ☐ 1. 一人旅 ☐ 2. 家族/友人との旅行 ☐ 3. グループツアー
☐ 4. 商用旅行 ☐ 5. バックパック旅行
☐ 6. その他(記入して下さい).....
9. 国籍 ☐ 1. ヨーロッパ・アメリカ ☐ 2. 日本 ☐ 3. 中国 ☐ 4. ベトナム
☐ 5. インドネシア ☐ 6. マレーシア
☐ 7. その他(記入して下さい).....

第2部 個人の態度と行動 (サブ3)

A 1. あなたの宗教の教義への信頼は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 6. あなたは近場、便利な場所にある店を選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 2. 宗教教義/文化に従った活動は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 7. あなたは節約できる/リーズナブルな/支払う価値のある料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 3. 新しい料理を食べることへの恐怖は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 8. 味がよく、質の良い料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 4. 新しい料理に挑戦することは、良い経験だ 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 9. 有名な/高級な/人から紹介された/肯定する人がいる料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 5. 新しいことへ挑戦することから満足を得るため、旅行する度に、その地方の料理を選択する。 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 10. コクのあるメニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する

第6部 タイ料理融合メニューに対する観光客の需要と考（サブ3）

観光客の需要と考	タイー日本メニュー1 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด 刺し身とタイ風海鮮つけだれ	タイー日本メニュー2 ราเม็งสุโขทัย スコタイ風ラーメンp	タイー日本メニュー3 ไก่ทอดใบเตย 鶏肉パンダヌース葉包み蒸し	タイー日本メニュー4 ยากิโทริกระเทียมพริกไทย ニンニクと胡椒のタイ風焼き鳥	タイー日本メニュー5 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นรสแซ่บพริกไทยดำ タイ風黒胡椒しょうゆ焼きそば
E 1. メニューに対するあなたの好み	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 2. これまでに食べたことのある他のメニューと比較した、このメニューの味に対するあなたの考	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 3. 将来このメニューを反復して食べる傾向	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 4. もし料理メニューを選択するなら、このメニューを選ぶ	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 5. 将来このメニューを選ぶ機会	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 6. あなたは、他のメニューよりこのメニューに進んで多くのお金を支払う	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 7. このメニューの長所を記述して下さい					
E 8. このメニューに関して改良すべき点を記述して下さい					

第7部 商品/メニューのアイデンティティ、イメージ、ポジション

F 1. 目立ち、また独自性がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 2. その他のメニューと比較した時の飾りつけと外観	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 3. このメニューは栄養学的に価値がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 4. このメニューには、独自性のあるレシピと調理プロセスが用いられている	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

アンケートの回答にご協力いただき、ありがとうございます

在以下表格中的意见/建议中填写✓或文字

第 1 部分：个人情况

1. 性别

[] 1. 男

[] 2. 女

2. 年龄

[] 1. 低于 25 岁

[] 2. 25-34 岁

[] 3. 35-44 岁

[] 4. 45-54 岁

[] 5. 55-64 岁

[] 6. 65 岁 以上

3. 婚姻状况

[] 1. 未婚

[] 2. 已婚/同居

[] 3. 丧偶/离异/分居

4. 学历

[] 1. 低于本科

[] 2. 本科

[] 3. 本科以上

5. 职业

[] 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）

[] 2. 董事长/经理/高级管理人员

[] 3. 商人

[] 4. 生产工人

[] 5. 农民

[] 6. 公务员/国企职员

[] 7. 家庭妇女/退休/待业

[] 8. 大学生/学生

[] 9. 企业家

[] 10. 其他(请注明).....

6. 家庭收入/月：

[] 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元

[] 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元

[] 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元

[] 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元

[] 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元

[] 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元

[] 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元

[] 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元

[] 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元

[] 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上

第 2 部分 个人态度和行为	
A1. 相较于其他人，您的宗教信仰 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A6. 您会特别选择路程近/便捷的餐厅 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A2.相较于其他人，您的宗教及文化活动； 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A7. 您特别选择价格节约/合理/物有所值的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A3. 相较于其他人，您对食用新食物的恐惧 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A8. 您特别选择味道佳并且质量高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A4. 尝试食用新食物对您来说是好的经验 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A9. 您特别选择名声高/档次高/口耳相传/接受度高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A5.每次您旅游时会选择当地的菜单，是因为 能够尝试新鲜食物的满足感 非常不同意(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A10. 您特别选择味道浓郁的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

第 6 部分

游客对泰国食物的需求和态度

游客的需求和态度	菜單 1 海鲜酱鱼 ปลาดิบ น้ำจิ้มซีฟู้ด	菜單 2 素可泰拉面 ราเม็งสุโขทัย	菜單 3 帕德叶鸡肉 ไก่ทอดใบเตย	菜單 4 黑胡椒烤肉 ยากิโทริ กระเทียมพริกไทย	菜單 5 黑胡椒日式拉面 บะหมี่ผัดญี่ปุ่นซอสโชยุพริกไทยดำ
E1. 您这份菜单的喜好	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多
E2. 与其他菜单相比，您对份菜单味道的评价	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
E3. 在未来再次食用本菜单的意向	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常
E4. 您会选择本菜单	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E5. 在未来有机会选择本菜单	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高
E6. 您会为这份菜单支付高额价格	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E7. 指明这份菜单的优点					
E8. 指明这份菜单需要调整的部分					

第 7 部分 菜单的优势和卖点					
F1. 具有独特特点	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F2. 与其他菜单相比具有不同的风格	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
F3. 本菜单营养价值高	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F4. 本菜单烹调方式独树一帜	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

感谢您的合作填写调查问卷

5. อาหารไทย-ตะวันตก

แบบสอบถาม อาหารไทย-ตะวันตก ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน (23 ธค 56)

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามโครงการย่อย 3 + 4

ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.ไพบุลย์ อาษารุ่งโรจน์, ดร.ปณิศา มีจินดา, ม.ราชภัฏสวนดุสิต ร่วมกับ มศวินครินทวิโรฒ โทร. 081-3358777

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2. 25 - 34 ปี ☐ 3. 35 - 44 ปี
☐ 4. 45 - 54 ปี ☐ 5. 55 - 64 ปี ☐ 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ☐ 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์/วิศวกร/นักกฎหมาย/ครู/อาจารย์/นักบัญชี/ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที/วิศวกร/นักออกแบบโปรแกรมเมอร์/ตัวแทนทางการแพทย์) ☐ 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส
☐ 3. พนักงานบริษัท ☐ 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต ☐ 5. เกษตรกร
☐ 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 7. แม่บ้าน ☐ 8. นักศึกษา/นักเรียน
☐ 9. ผู้ประกอบการ ☐ 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. 6,750-13,499 บาท/ US\$ 225 – 449 ☐ 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. 27,000-40,499 บาท/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. 108,000 บาทขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over
7. ศาสนา: ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์ ☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ/.....
8. ลักษณะการเดินทาง: ☐ 1. ท่องเที่ยวโดยลำพัง ☐ 2. มากับครอบครัว/เพื่อน ☐ 3. มากับกลุ่มทัวร์ ☐ 4. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
☐ 5. นักท่องเที่ยวแบกเป้ ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ/
9. เชื้อชาติของท่าน: ☐ 1. ตะวันตก ☐ 2. ญี่ปุ่น ☐ 3. จีน ☐ 4. เวียดนาม
☐ 5. อินโดนีเซีย ☐ 6. มาเลเซีย ☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล (Personal Attitudes and Behaviors) ย่อย 3

A1. ความเชื่อถือในหลักศาสนาของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A6. ท่านจะจงเลือกร้าน โดยยึดทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวก ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A2. กิจกรรมตามหลักศาสนา/วัฒนธรรมของท่าน เมื่อเทียบกับบุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A7. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่ราคาประหยัด/สมเหตุสมผล/คุ้มค่าเงิน; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A3. ความกลัวต่อการบริโภคอาหารแปลกใหม่ของท่าน เมื่อเทียบกับ บุคคลอื่น; น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากกว่า	A8. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่รสชาติดี มีคุณภาพ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A4. การทดลองบริโภคอาหารแปลกใหม่ ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A9. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีชื่อเสียง/มีระดับ/มีคนแนะนำบอกต่อ/มีคน ยอมรับ; ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
A5. ทุกครั้งที่ท่องเที่ยวท่านจะเลือกเมนูอาหารในท้องถิ่นนั้น เพราะจะทำให้ ท่านเกิดความพึงพอใจจากการได้ลองสิ่งใหม่ๆ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	A10. ท่านจะจงเลือกเมนูอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยวต้ออาหารไทยประยุกต์ (Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu) ย่อย 3 ทั้งหมด

อุปสงค์ ทศนคติ ของนักท่องเที่ยว	เมนูไทยตะวันตก 1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว	เมนูไทยตะวันตก 2 สปาเก็ตตี้กระเพรา	เมนูไทยตะวันตก 3 แซลมอนสมุนไพร รับประทานคู่กับข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์	เมนูไทยตะวันตก 4 สลัดน้ำส้มตำ	เมนูไทยตะวันตก 5 ซูปเบคอนผักหวานและน่านาเห็ด
E1. ความชอบของท่านต่อเมนูนี้	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด	น้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) มากที่สุด
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของเมนูนี้เปรียบเทียบกับเมนูอื่น ที่ท่านเคยรับประทาน	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก
E3. แนวโน้มการบริโภคเมนูนี้ซ้ำในอนาคต	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้งมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้งมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้งมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้งมาก	น้อยครั้ง (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) บ่อยครั้งมาก
E4. ถ้าจะเลือกเมนูอาหารฉันจะเลือกเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
E5. โอกาสที่จะเลือกเมนูนี้ในอนาคต	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก	ต่ำมาก (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) สูงมาก
E6. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่าเมนูอื่นเพื่อเมนูนี้	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
E7. โปรดระบุข้อดีของเมนูนี้					
E8. โปรดระบุ สิ่งที่ต้องปรับปรุงเกี่ยวกับ เมนูนี้					

ส่วนที่ 7 อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู (Menu positioning and identity)					
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับเมนูอื่น	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก	น้อยกว่า (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เหนือกว่ามาก
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
F4. เมนูนี้มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

QUESTIONNAIRE FOR THAI WESTERN ย่อย 3 เก็บที่ [.....] (1) กรุงเทพฯ [.....] (2) พัทยา [.....] (3) หัวหิน (สีเหลืองอ่อน)

Dear Respondents

We are conducting a research titled "Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods" There is no right or wrong answers. Your honest response will be valuable to us. All of your answers will be kept strictly confidential and only be aggregated with all other responses to form an overall picture. Thank you very much for your kindness and effort.

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda Tel. 081-3358777

Please place a tick mark (✓) in the blank that best represents your attitude and opinions.

Part 1 Personal characteristics(ลักษณะส่วนบุคคล) (ย่อย 3)

1. Gender: ☐ 1. Male ☐ 2. Female
2. Age: ☐ 1. Under 25 years ☐ 2. 25-34 years ☐ 3. 35-44 years ☐ 4. 45-54 years ☐ 5. 55-64 years ☐ 6. Over 64 years
3. Marital status: ☐ 1. Single ☐ 2. Married/Living Together ☐ 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Educational level: ☐ 1. Lower than Bachelor degree ☐ 2. Bachelor degree ☐ 3. Higher than Bachelor degree
5. Occupation: ☐ 1. Professionals ☐ 2. Administrative and Managerial ☐ 3. Commercial personnel
☐ 4. Laborers production ☐ 5. Agricultural workers ☐ 6. Government /State enterprise officers ☐ 7. Housewives
☐ 8. Students ☐ 9. Retired / Unemployed ☐ 10. Entrepreneurs ☐ 11. Others, please specify
6. Monthly personal Income: ☐ 1. Lower than THB 6,750/ Lower than US\$ 225 ☐ 6. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249
☐ 2. THB 6,750-13,499/ US\$ 225 - 449 ☐ 7. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699
☐ 3. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 ☐ 8. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149
☐ 4. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599
☐ 5. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over
7. Your religion: ☐ 1. Buddhism ☐ 2. Christ ☐ 3. Islam ☐ 4. Hinduism ☐ 5. Others, please specify.....
8. Travel characteristics: tourist ☐ 1. Travel by yourself ☐ 2. Travel with family/friend ☐ 3. Travel with group tour
☐ 4. Business tour ☐ 5. Backpacker ☐ 6. Others, please specify.....
9. Your ethnics: ☐ 1. Western ☐ 2. Japanese ☐ 3. Chinese ☐ 4. Vietnamese
☐ 5. Indonesian ☐ 6. Malaysian ☐ 7. Others, please specify.....

Part 2 Personal Attitudes and Behaviors (ทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล) (ย่อย 3.)

A1. Your devotion to religious beliefs compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A6. You choose restaurant based on convenient location; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A2. Your religious/cultural activities compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	B7. You choose food menu based on economic cost/ reasonable price / good value for money; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A3. Your reluctance to try unfamiliar food compared to others; less (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) more	A8. You choose food menu based on good taste and quality; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Trying unfamiliar food is a great experience; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A9. You choose food menu based on reputation / luxury/ acceptance from others ; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree
A5. Every time you travel you often choose local menu because it will give you the pleasure of trying new things; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree	A10. You choose food menu that has intense flavor; Strongly disagree (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Strongly agree

Part 6 Demand and Attitudes of Tourists toward Thai-Fusion food menu (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่องานอาหารไทยประยุกต์) (ย่อย 3)

Demand and Attitudes of Tourists (อุปสงค์ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว)	Thai-Western Menu 1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว Grilled Pork with Thai-Style Spicy Sauce	Thai-Western Menu 2 สปาเก็ตตี้กระเพรา Thai-Style Spaghetti with basil leaf	Thai-Western Menu 3 แซลมอนสมุนไพร + ข้าวหอมมะลินิลอินทรีย์ Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice	Thai-Western Menu 4 สลัดน้ำส้มตำ Thai-Style Som-Tum sauce Salad	Thai-Western Menu 5 ซุปเบคอนผักหวาน และนํานาเห็ด Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup
E1. Your preference towards this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most
E2. Your opinion towards the taste of this menu compared other menus you have taken before.	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
E3. Your tendency in choosing this menu	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently	least (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) most frequently frequently
E4. If I have to choose food menus, I will select this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E5. The chance that I will select this menu in the future is...	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high	very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) very low high
E6. If the prices of this menu is higher than other menu, I still prefer this menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
E7. Press identify the advantage of this menu.					
E8. Please specify how we can improve this menu					

Part 7 Menu positioning and identity (อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เมนู)

F1. This menu is unique and stand out from other menu.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F2. The look and feel of this menu compared other menus;	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior	Very (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) Very inferior superior
F3. This menu has nutritional value.	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree
F4. This menu has unique recipe & cooking method	Strongly (1) (2) (3) (4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree	Strongly (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7) Strongly disagree agree

サブプロジェクト3+4アンケートに回答してくださいの方へ

私とチームは「外国人観光客に関する、タイ料理の付加価値創造のためのマーケティングプラン及び統合マーケティング：料理ケーススタディ タイ-ハラル、タイ-ベトナム、タイ-中国、タイ-日本、タイ-西洋」という研究を行っています。ご回答いただいた回答は、私達の研究にとって価値を持つものであり、正しい回答及び間違った回答はありません。私達の関心は回答者の考えにあり、回答者の事実に基づいた回答を希望しています。すべての回答は、その秘密を保って回収され、情報を使用し全体像としてのみ提示します。私及びチーム一同は、今回のアンケートへのご回答について、回答者の親切さとその試みに深く感謝致します。

Dr. Jirawat Anuwitthanon, Dr. Phaibun Acharungrot, Dr. Panisa Meejinda, with the cooperation of Suan Dusit Rajabhat University and Srinakharinwirot University, Tel.081-3358777

回答者の考え、または事実にあたるものに✓印をつけるか、空白に記入してください。

第1部 個人の特徴

1. 性別 ☐ 1. 男性 ☐ 2. 女性
2. 年齢 ☐ 1. 25才以下 ☐ 2. 25-34才 ☐ 3. 35-44才
☐ 4. 45-54才 ☐ 5. 55-64才 ☐ 6. 65才以上
3. 立場 ☐ 1. 独身 ☐ 2. 結婚/同棲 ☐ 3. 未亡人/離婚/別居
4. 学歴 ☐ 1. 大卒未満 ☐ 2. 大卒 ☐ 3. 大卒以上
5. 職業 ☐ 1. 専門的職業（医者、エンジニア、法律家、教師、教授、会計士、IT専門家、画家、デザイナー、プログラマー、医療エージェント）
☐ 2. 経営者/マネージャー/上級職員
☐ 3. 会社員 ☐ 4. 工場労働者 ☐ 5. 農業従事者
☐ 6. 公務員/国営企業従業員 ☐ 7. 主婦 ☐ 8. 学生
☐ 9. 事業家 ☐ 10. その他(記入して下さい).....
6. 月あたりの所得 ☐ 1. 6750バーツ以下/225米ドル以下 ☐ 6. 54000-67499バーツ/1800-2249米ドル
☐ 2. 6750-13499バーツ/225-449米ドル ☐ 7. 67500-80999バーツ/2250-2699米ドル
☐ 3. 13500-26999バーツ/450-899米ドル ☐ 8. 81000-94449バーツ/2700-3149米ドル
☐ 4. 27000-40999バーツ/900-1349米ドル ☐ 9. 94500-107999バーツ/3150-3599米ドル
☐ 5. 40500-53999バーツ/1350-1799米ドル ☐ 10. 108000バーツ以上/3600米ドル以上
7. 宗教 ☐ 1. 仏教 ☐ 2. キリスト教 ☐ 3. イスラム教
☐ 4. ヒンドゥー教 ☐ 5. その他(記入して下さい).....
8. 旅行の種類 ☐ 1. 一人旅 ☐ 2. 家族/友人との旅行 ☐ 3. グループツアー
☐ 4. 商用旅行 ☐ 5. バックパック旅行
☐ 6. その他(記入して下さい).....
9. 国籍 ☐ 1. ヨーロッパ・アメリカ ☐ 2. 日本 ☐ 3. 中国 ☐ 4. ベトナム
☐ 5. インドネシア ☐ 6. マレーシア
☐ 7. その他(記入して下さい).....

第2部 個人の態度と行動 (サブ3)

A 1. あなたの宗教の教義への信頼は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 6. あなたは近場、便利な場所にある店を選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 2. 宗教教義/文化に従った活動は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 7. あなたは節約できる/リーズナブルな/支払う価値のある料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 3. 新しい料理を食べることへの恐怖は、他人と比べて低い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 高い	A 8. 味がよく、質の良い料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 4. 新しい料理に挑戦することは、良い経験だ 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 9. 有名な/高級な/人から紹介された/肯定する人がいる料理メニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する
A 5. 新しいことへ挑戦することから満足を得るため、旅行する度に、その地方の料理を選択する。 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する	A 10. コクのあるメニューを選択する 全く同意しない(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常に同意する

第6部 タイ料理融合メニューに対する観光客の需要と考え（サブ3）

観光客の需要と考え	タイー日本メニュー1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว Grilled Pork with Thai-Style Spicy Sauce タイ風スパイシーソースのグリル ポーク	タイー日本メニュー2 สปาเก็ตตี้กระเพรา Thai-Style Spaghetti with basil leaf バジルの葉とのタイ風スパゲッテ イ	タイー日本メニュー3 แซลมอนสมุนไพร + ข้าวหอมมะลินิล อินทรี Thai-Style Herbal Salmon Steak with Thai Jasmine rice ハーブサーモン+ライス	タイー日本メニュー4 สลัดน้ำส้มตำ Thai-Style Som-Tum sauce Salad タイスタイル・ソムタム醬油サラ ダ。	タイー日本メニュー5 ซูปเบคอนผักหวานและนํานาเห็ด Thai-Style Bacon & Mixed Vegetable soup タイ風ベーコン&ミックス野菜ス ープ。
E 1. メニューに対するあなたの好み	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	最少 最大 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 2. これまでに食べたことのある他のメニューと比較した、このメニューの味に対するあなたの考え	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 3. 将来このメニューを反復して食べる傾向	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 4. もし料理メニューを選択するなら、このメニューを選ぶ	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 5. 将来このメニューを選ぶ機会	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	非常に少ない 非常に多い (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 6. あなたは、他のメニューよりこのメニューに進んで多くのお金を支払う	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
E 7. このメニューの長所を記述して下さい					
E 8. このメニューに関して改良すべき点を記述して下さい					

第7部 商品/メニューのアイデンティティ、イメージ、ポジション

F 1. 目立ち、また独自性がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 2. その他のメニューと比較した時の飾りつけと外観	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	とても劣る とても凌ぐ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 3. このメニューは栄養学的に価値がある	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
F 4. このメニューには、独自性のあるレシピと調理プロセスが用いられている	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	全く同意しない 非常に同意する (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

アンケートの回答にご協力いただき、ありがとうございます

调查问卷

ย่อย 3 กรุงเทพฯ [.....] (1) พัทยา [.....] (2) หัวหิน [.....] (3) อาหารไทย-ตะวันตก

致 答调查问卷者：本人及院系正研究课题“Marketing Feasibility Study, Analysis of Demand and Behavior of Foreign Tourists Marketing Plan and Integrated Marketing Communication towards Thai Modern Fusion Foods: Case Studies of Thai-Halal, Thai-Vietnamese, Thai-Chinese, Thai-Japanese and Thai- Western Foods”，您的回答对我们的研究十分有价值，因此，此次调查没有对与错，我们只希望看到您的想法和正面直接的回答，我们会保密您的每个答复，将只显示整体的信息资料。本人及院系对您致以崇高的谢意，感谢您的帮助和努力对我们这次调查问卷所做的回答。

Dr. Jirawat Anuwichanont, Dr. Paiboon Archarungroj, Assoc.Prof. Dr. Panisa Mechinda 081-3358777(手机) 0-22818181,0-2628-6007

在以下表格中的意见/建议中填写✓或文字

第 1 部分：个人情况

1. 性别	☐ 1. 男	☐ 2. 女	
2. 年龄	☐ 1. 低于 25 岁	☐ 2. 25-34 岁	☐ 3. 35-44 岁
	☐ 4. 45-54 岁	☐ 5. 55-64 岁	☐ 6. 65 岁 以上
3. 婚姻状况	☐ 1. 未婚	☐ 2. 已婚/同居	☐ 3. 丧偶/离异/分居
4. 学历	☐ 1. 低于本科	☐ 2. 本科	☐ 3. 本科以上
5. 职业	☐ 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）		
	☐ 2. 董事长/经理/高级管理人员	☐ 5. 农民	☐ 8. 大学生/学生
	☐ 3. 商人	☐ 6. 公务员/国企职员	☐ 9. 企业家
	☐ 4. 生产工人	☐ 7. 家庭妇女/退休/待业	☐ 10. 其他(请注明).....
6. 家庭收入/月：			
	☐ 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元	☐ 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元	
	☐ 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元	☐ 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元	
	☐ 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元	☐ 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元	
	☐ 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元	☐ 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元	
	☐ 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元	☐ 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上	

第 2 部分 个人态度和行为

A1. 相较于其他人，您的宗教信仰 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A6. 您会特别选择路程近/便捷的餐厅 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A2. 相较于其他人，您的宗教及文化活动； 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A7. 您特别选择价格节约/合理/物有所值的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A3. 相较于其他人，您对食用新食物的恐惧 少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 多	A8. 您特别选择味道佳并且质量高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A4. 尝试食用新食物对您来说是好的经验 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A9. 您特别选择名声高/档次高/口耳相传/接受度高的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
A5. 每次您旅游时会选择当地的菜单，是因为 能够尝试新鲜食物的满足感 非常不同意(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	A10. 您特别选择味道浓郁的菜单 非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

第 6 部分

游客对泰国食物的需求和态度

游客的需求和态度	菜單 1 หมูย่างตะไคร้จิ้มแจ่ว 香茅猪肉浸	菜單 2 สเปกเก็ตกระเพรา 意大利面罗勒。	菜單 3 แซลมอนสมุนไพร + ข้าวหอมมะลิ นิลอินทรีย์ 香草三文鱼有机水稻缇玛瑙。	菜單 4 สลัดน้ำส้มตำ 青木瓜沙拉	菜單 5 ซุปเบคอนผักหวาน และنانาเห็ด 培根，蘑菇汤，蔬菜，以及众 多的
E1. 您对这份菜 单的喜好	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多	最少 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最多
E2. 与其他菜单相 比，您对份菜单 味道的评价	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
E3. 在未来再次 食用本菜单的意 向	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常	绝不 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 经常
E4. 您会选择本 菜单	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E5. 在未来有机 会选择本菜单	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高	极低 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极高
E6. 您会为这份 菜单支付高额价 格	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
E7. 指明这份菜 单的优点					
E8. 指明这份菜 单需要调整的部分					

第 7 部分 菜单的优势和卖点					
F1. 具有独特特点	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F2. 与其他菜单 相比具有不同的 风格	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好	极差 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 极好
F3. 本菜单营养 价值高	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意
F4. 本菜单烹调 方式独树一帜	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意	非常不同意 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 非常同意

谢谢您的合作填写调查问卷

แนวทางการสัมภาษณ์

แนวทางการสัมภาษณ์โครงการย่อยที่ 3

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และ ไทย-ตะวันตก

1. การทดสอบการยอมรับของลูกค้าในเมนูใหม่
2. เมนูที่ทำอยู่ เคยสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือไม่ และนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
3. เมนูใหม่ๆ ที่มีการปรับเปลี่ยน ทำการทดสอบการตลาดก่อนที่จะออกมาเป็นเมนูที่จำหน่าย
4. การทำแบบทดสอบ/แบบสอบถาม หรือถามผู้บริโภคว่า อาหารแต่ละชนิดในร้าน เพื่อมาปรับปรุงเมนูอาหารในร้าน
5. เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยกับแต่ละเมนู
6. ข้อเสนอแนะโดยคณะกรรมการนำเสนอ

ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ภาพกิจกรรมเก็บแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ โครงการย่อยที่ 3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์อุปสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยประยุกต์ใหม่ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล, ไทย-เวียดนาม, ไทย-จีน, ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตกใน 3 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และหัวหิน ดังภาพประกอบ

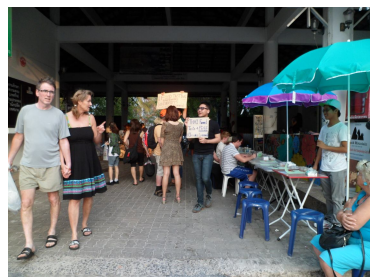
ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลที่กรุงเทพฯ



ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลที่พัทยา



ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลที่หัวหิน



ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับที่	ชื่อ	สกุล	ตำแหน่ง
1	คุณพัฒนา	สงวนเจียม	หัวหน้าฝ่ายบริหารงานสาธารณสุข
2	คุณหิรัญญา	เดชอุดม	นักวิชาการสุขาภิบาล 4
3	คุณวรวิทย์	อุ้นจิตร	พนักงานการตลาด 4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน ประจวบคีรีขันธ์
4	คุณปณณดา	พานิชเจริญ	Manager, Long Beach Cha-Am Hotel
5	GAEL	LARDIERE	Executive Chef
6	คุณณรงค์ศักดิ์	ทองเชื้อ	Sous Chef
7	คุณบุญยืน	พูลลาภ	Executive Chef, ประธาน/ชมรมพ่อครัว ชะอำ-หัวหิน
8	คุณนภดล	นุชเจริญ	Chef
9	คุณบุญสืบ	แก้วศรี	Chef
10	คุณนิธิต	วงศ์ศรีวิโรจน์	Chef
11	คุณวิทวัส	โชติสุขชาติ	ห้องอาหารเช้า HuaHin White Villa
12	คุณเบญจมาศ	สุขสะอาด	ห้องอาหารเช้า HuaHin White Villa
13	คุณปณิดดา (กั้ง)	แสนหมุด	ผู้ประกอบการร้านอาหารเจเดือน/ข้าวแกง
14	คุณวิชุดา	วงศ์สเถียร	ผู้ประกอบการร้านอาหาร
15	คุณธิติการณ์	ฝากมงคล	ผู้ประกอบการร้านอาหาร
16	Mr. Prakasit	Sirime	F&B Manager, Hyatt Regency Hua Hin
17	Mr. Anan	Chanpetch	Chet
18	คุณจกกล	แจ่มจำรัส	Chef, Hua Hin Golf Villa
19	คุณจรรยา	กล่อมใจ	Chef, Hua Hin Golf Villa
20	ก๊วกชม	กลักระโทก	ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย-ตะวันตก
21	คุณธีรภัทร	กองฟู	ผู้ช่วยผู้จัดการร้านอาหาร Blue elephant
22	เชฟ Charles	บุรณะสิงห์	ร้านอาหาร Blue Elephant
23	เชฟแก่ง ชูติชัย	สิงห์ทะไกลพันธ์	ร้านอาหาร Blue Elephant
24	คุณสินชัย วัฒน	ศาสตรสาทร	นายกสมาคมธุรกิจและท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ลำดับที่	ชื่อ	สกุล	ตำแหน่ง
25	เชฟสุรศักดิ์	ปั้นเคลือบ	ประธาน/นายกสมาคมเชฟเมืองพัทยา
26	คุณน้อย	(แม่ครัว)	ร้านลองดู อาหารเวียดนาม กรุงเทพฯ
27	คุณเปรมฤดี	จิตติวุฒิการณ์	เจ้าของร้านอาหาร คิงส์ เรสเตอรองค์ พัทยา
28	เชฟ คุณสุชาติ		
29	คุณอนันต์	จันทร์เพชร	รอยัล พาวิลเลียน หัวหิน
30	ร้านแม่ไหม	คุณดวงกมล เครือเนตร	ร้านอาหารเวียดนาม หัวหิน

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นายไพบุลย์ อาçarรุ่งโรจน์
(ภาษาอังกฤษ) Mr. Paiboon Archarungroj
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3 1014 00591 54 0
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์, รองประธานโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
ที่อยู่ (ที่ทำงาน) ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110
โทรศัพท์ 02-664-0013 โทรสาร 0-2664-1818
ที่อยู่ (ที่บ้าน) 1503/1 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์มือถือ 08-1835-2340, 08-6600-9664
Email: paiboonswu@hotmail.com

5.1	ปริญญาตรีสาขา สถาบัน	Bachelor of Business Administration in Marketing มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
5.2	ปริญญาโทสาขา สถาบัน	Master of Management Sciences and Public Policy Studies Graduate School of Management Sciences and Public Policy Studies University of Tsukuba, Japan
5.3	ปริญญาเอก สถาบัน	Doctor of Philosophy in Management Science and Engineering Doctoral Program in Policy and Planning Sciences University of Tsukuba, Japan

—

—

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย

ปี 2553

- กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจจัดบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมหนุนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ)

ปี 2552

- การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเลยบแม่น้ำที่ยั่งยืน

ปี 2551

- ค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ร่วมวิจัยลำดับที่ 1: รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวดา สิริกุดตา
(ภาษาอังกฤษ) Mrs. Supada Sirikudta
2. เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน 3100500276602
3. ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A. & Executive-M.B.A.)

9. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

ที่อยู่ (ที่ทำงาน) ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา

จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110

โทรศัพท์ 0-2664-1110 โทรสาร 0-2664-1818

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 57/216 ซอยแจ้งวัฒนะ 19 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงบางพลู เขตปากเกร็ด

จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11120

โทรศัพท์ 0-2582-0894 โทรสาร 0-2582-0894 มือถือ 089-117-8074

E-mail Address supadaonline@gmail.com

5. ประวัติการศึกษา

5.1 ปริญญาตรีสาขา บช.บ. (บัญชี)

สถาบัน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ปีที่สำเร็จ พ.ศ. 2521

5.2 ปริญญาโทสาขา พศ.ม. (บุคลากร)

สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีที่สำเร็จ พ.ศ. 2525

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความต้องการด้านกำลังคนของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์
ในประเทศไทย

6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ

6.1 การสอน-การบรรยาย

บรรยายทางด้านการบัญชี

ระดับปริญญาตรี

- หลักการบัญชี
- บัญชีขั้นสูง
- บัญชีบริหาร
- การภาษีอากร

ระดับปริญญาโท

- วิชาบัญชีบริหาร
- การวิจัยทางธุรกิจ
- การจัดการภาษีอากร
- การบัญชีผู้ประกอบการ

7. ประสบการณ์ทำงาน

2549 – ปัจจุบัน	(1) ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
	(2) ที่ปรึกษาชมรมศิษย์เก่าบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ก.ย.2554 – ปัจจุบัน	(1) คณะบรรณาธิการวารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2553 – ปัจจุบัน	(2) บรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
	(3) กรรมการทำงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ (พ.ศ.2551-2553)
2548 – 2551	(1) คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โรงเรียนเตรียม อุดมศึกษาพัฒนาการรัชดา
2551	(1) คณะกรรมการตรวจสอบประจำสถานศึกษา วิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
	(2) กรรมการออกข้อสอบมาตรฐานของภาควิชาการบัญชี โรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจ
	(3) กรรมการประเมินผลบทความวิชาการในการประชุม

“ศรีนครินทรวิโรฒวิชาการ ครั้งที่ 2”

- (4) กรรมการระดมความคิดเพื่อจัดทำคู่มือหลักสูตรสำหรับวิทยาการ
และที่ปรึกษาโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่”
ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยสำนักพัฒนาธุรกิจ
อุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ
- 2544 – 2549 (1) รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
- 2548 – 2550 (2) คณะกรรมการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาตำแหน่งทางวิชาการ
คณาจารย์ คณะสังคมศาสตร์
- (3) กรรมการร่วมดำเนินโครงการ “การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชน
ให้เป็นจริงและยั่งยืน” โดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
- (4) คณะอนุกรรมการการบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (5) คณะกรรมการบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (6) ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมินข้อเสนอโครงการวิจัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (7) คณะกรรมการกลั่นกรองผลงานทางวิชาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ก.ย. 2546 – มิ.ย. 2547 (1) ดำรงตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
- 2542 – 2543 (2) กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- 2538 – 2541 (1) ผู้ประสานงานภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
วิทยาเขตบางเขน

8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

8.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย

- กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในความร่วมมือของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาตามแนวพื้นที่ชายฝั่งตอนใต้จากประเทศไทยไปราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (2 โครงการย่อย): หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม) ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2554

8.2 หัวหน้าโครงการวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

ปี 2554

ปี 2553

9. การพัฒนาสู่ความสำเร็จของเกษตรกรชุมชนของจังหวัดเพชรบูรณ์ (วิจัยเดี่ยว)
ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2553
เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมสัมมนาวิชาการ 2011 Barcelona European Business & Economics Conference เมือง Barcelona ประเทศสเปน
2. บทบาทของผู้บริหารฝ่ายบัญชีที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในทัศนะของนักบัญชี : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2553

ปี 2552

9. จริยธรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2552
ตีพิมพ์และเผยแพร่ (บทความย่อ) ในวารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา ฉบับที่ 1
เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมศรีนครินทรวิโรฒวิชาการครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 29-30 ม.ค. 2553 ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
9. การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเลยแบบน้ำเจ้าพระยาที่ยั่งยืน หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดินประจำปี 2552
ตีพิมพ์และเผยแพร่ ใน International Business & Economics Research Journal, October 2010, Volume9, Number 10 ISSN: 1535-0754
เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมสัมมนาวิชาการ 2010 European Applied Business Research Conference (EABR) เมือง Dublin ประเทศไอร์แลนด์ และนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมศรีนครินทรวิโรฒ วิชาการครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 29-30 ม.ค. 2553 ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปี 2550

9. ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) แบบทวิภาษา (Bilingual) และภาคภาษาอังกฤษ (English Program) กรณีศึกษา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พ.ศ.2549) (หัวหน้าโครงการวิจัย) (วิจัยร่วม)
ตีพิมพ์และเผยแพร่ ในวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พุทธศักราช 2550 ISSN: 0859-2055
เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมวิชาการ European Applied Business Research Conference ที่ Salzburg ประเทศ ออสเตรีย

2. ค่านิยมและพฤติกรรม การซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม)

ตีพิมพ์และเผยแพร่ในวารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 มกราคม-มิถุนายน 2553 ISSN: 0857-5290

3. แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร (ทุนกรุงเทพมหานคร ปี 2550) (วิจัยร่วม)

ปี 2549

9. การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป.ลาว (พ.ศ. 2549) (วิจัยร่วม)

ตีพิมพ์และเผยแพร่ใน Journal of Global business Review, Burapha University Volume 8 (August 2006) ISSN : 1686-7165 (หน้า 43-56)

9. ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) แบบทวิภาษา (Bilingual) และภาคภาษาอังกฤษ (English Program) กรณีศึกษา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ (พ.ศ.2549) (หัวหน้าโครงการวิจัย) (วิจัยร่วม)

ปี 2541

1. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่าง Thai Airways International กับ Singapore Airlines (วิจัยร่วม)
2. การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) ของบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เปรียบเทียบระหว่างโครงการบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (M.B.A.) และ โครงการพิเศษบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร (X-M.B.A.) (วิจัยร่วม)
3. การรายงานการวิจัยเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี Amazing Thailand พ.ศ. 2541 (วิจัยร่วม)
9. จริยธรรมของนักธุรกิจ ในทรรศนะผู้ประกอบการ (วิจัยร่วม) การเปรียบเทียบการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่: ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร (วิจัยร่วม)

8.3 ผลงานวิจัยที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

1. ความเป็นไปได้ทางการตลาดในการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ: หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม)

ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2554

9. กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในความร่วมมือของกลุ่ม

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาตามแนวนพื้นที่ชายฝั่งตอนใต้จากประเทศไทยไป
ราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (2โครงการย่อย): หัวหน้า
โครงการวิจัย (วิจัยร่วม)
ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2554

9. การศึกษาดูงาน

1. Certificate in General Management from Oregon State University, U.S.A.
2. Certificate in General Management from Oregon State University, U.S.A.
3. Certificate in Total Quality Management from Oregon State University, U.S.A.
and Srinakharinwirot University
4. Certificate in Case Teaching and Writing form Oregon Oregon State University,
U.S.A. and Srinakharinwirot University
5. Certificate in Global Strategy China Success Story from International Business
and Economic University Beijing
6. Certificate in Study in Competitive Strategic management from The University of
Sydney,Australia
7. Certificate in Competitive Service Strategies for Excellence in Tourism from
University of Hawaii School of Travel Industry Management
8. Certificate in New Business Opportunities in China from the Fudan University
9. Certificate in The Key Success Factors of Business & Innovative Marketing
Management from Sungkyunkwan University,Korea.

9. ผลงานทางวิชาการ

หลักการบัญชี การบัญชี 1 (เขียนร่วม) การบัญชี 2 บัญชีการเงิน (เขียนร่วม)
การบัญชีบริหาร การบัญชีเพื่อการจัดการ การบัญชีภาษีอากร การภาษีอากร การเงินธุรกิจ
(เขียนร่วม) สถิติธุรกิจ (เขียนร่วม) การวางแผนและการบริหารโครงการ (เขียนร่วม)

ผู้ร่วมงานลำดับที่ 2: ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล

- 1.ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) วรินทรา ศิริสุทธิกุล
(ภาษาอังกฤษ) Varintra Sirisuthikul
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3100901820940

3. ที่อยู่ 35/2 สุขุมวิท 31 (ซอยสวัสดี)
แขวงคลองเตยเหนือ เขตพระโขนง
กรุงเทพ 10110
โทรศัพท์มือถือ 08-13731733, 08-1638-7437
Email: varintra.s@gmail.com
4. ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
5. สังกัด ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โทรศัพท์ 02-664-0013

6. ประวัติการศึกษา

- ปริญญาเอก Doctor of Business Administration (hon.)
สาขาที่เชี่ยวชาญ Marketing and Tourism Management
Monash University, Australia
- ปริญญาโท **Master of Science in Marketing**
Major in Marketing
University of Colorado, USA
- ปริญญาตรี **Bachelor of Business Administration**
Major in Marketing
University of Colorado, USA

7. งานวิจัยที่ตีพิมพ์

Sirisuthikul, V. (2010). 'Truth or Falsity Who to Define, Ethical Consideration in Cross-Cultural Context', European Applied Business Research Conference, Dublin, Ireland. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2009). Case Study 15: McDonald's: the fast food giant--can we say 'no'? In P. Kotler, S. Adam, S. Denize & G. Armstrong, *Principles of Marketing* (4 ed.). French Forest, NSW: Pearson Education Australia.

Sirisuthikul, V., Weiler, B. and Reid, M. (2007) 'The Brand of Thailand: Past, Present and Future', 2nd International Conference on Destination Branding and Marketing, Macau, China, Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Kong, E. (2007) 'Social Responsibility Framework and Business-Nonprofit-Government Partnerships', Paper presented at the Australian and

New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) Conference, Dunedin, New Zealand, Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Kong, E. (2006) '*Business-Charity-Government Strategic Partnership: Applying Cause-Related Marketing in Thailand's Tourism Program*', Paper presented at the Australian and New Zealand Academy of Management (ANZAM) Conference, Queensland, Australia. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2006) '*Destination Positioning and Brand Elements: An Evaluation of NTO Websites*', Paper presented at the 11th Annual Conference of Asia Pacific Decision Sciences Institute. Hong Kong. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2006) '*Thailand's Brand Positioning in the Indochinese Marketplace: An Online Analysis*', Paper presented at the Global Business Conference: New Paradigm, New Technique for Global business Development and Strategy. Bangkok, Thailand. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Nguyen, H. (2005) '*Ethics in Research: Interpreting Data and Reporting Findings in Cross-Cultural Perspective*', Paper presented at the Australian and New Zealand Academy of Management (ANZAM) Conference Refereed Paper Proceedings. Canberra, Australia. Full Paper Accepted and Published.

ประวัติที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาคนที่ 1: รศ. ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์

Assoc. Prof. Dr. Sukhum Chaleysub

2. ตำแหน่งปัจจุบัน ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี

3. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

เลขที่ 295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

หมายเลขโทรศัพท์ 02-244-5004/ 081-939-4692 โทรสาร 02-243-3089

E-mail : sukhum_cha@dusit.ac.th

4. ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2513 สำเร็จการศึกษาระดับ กศ.บ. (ภูมิศาสตร์) จาก มศว.

พ.ศ. 2519 สำเร็จการศึกษาระดับ กศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์) จาก มศว.

พ.ศ. 2531 ได้รับประกาศนียบัตรบัณฑิต (หลักสูตรสูงกว่าปริญญาโท)

สาขาวิชาสารนิเทศศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2534 ได้รับ Cert, In Applied Information Technology University

of Newcastle (Australia) โดยได้รับทุนจากกรมการฝึกหัดครู

กระทรวงศึกษาธิการ

พ.ศ. 2538 สำเร็จหลักสูตรการอบรมผู้บริหาร จากสถาบันราชภัฏ

พ.ศ. 2542 สำเร็จหลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 4 (ปปร.4) จากสถาบัน

พระปกเกล้า

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรการจัดการดุสิต

บัณฑิตสาขาการจัดการการสื่อสารจากมหาวิทยาลัย

ราชภัฏสวนดุสิต

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดย

ระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

6.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้การท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน:

กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐ

ประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) (ปี 2555)

6.2 ผู้ร่วมวิจัย : เรื่อง บทบาทของภาครัฐต่อการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยร่วมมือกับภาคเอกชนและชุมชนตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) [สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว](#) (เชียงใหม่ หลวงพระบาง) (ปี 2555)

6.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- 1) การคาดคะเนความต้องการบรรณารักษ์ในโรงเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายและมัธยมศึกษาความสามารถในการผลิตครูบรรณารักษ์ของกรมการฝึกหัดครู ระหว่างปี พ.ศ. 2519-2524 (ปี 2519)
- 2) การศึกษาสารนิเทศศาสตร์ของวิทยาลัยครู ในปีพุทธศักราช 2540 (ปี 2533)
- 3) ภาพลักษณ์และความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อหนังสือพิมพ์ (ปี 2548)
- 4) การบริหารจัดการข้อมูลจากการสำรวจสาธารณสมบัติในการวางยุทธวิธีทางการเมืองและนโยบายสาธารณะ (ปี 2549)
- 5) ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตในสายตาประชาชน : กรณีศึกษาชุมชนสวนอ้อย (ปี 2550)
- 6) รูปแบบการส่งเสริมการอ่านของเด็กปฐมวัยในทศวรรษของครูและผู้บริหาร

ที่ปรึกษาคนที่ 2: ผศ.ดร.นฤมล นันทรักษ์

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ : ผศ.ดร.นฤมล นามสกุล : นันทรักษ์

Name : ASST.PROF.DR. NARUEMON Surname NANTARAGSA

1.2 สถานที่ทำงาน : โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ที่อยู่ : 228 – 228 / 1 – 3 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ถนนสีรินธร

แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

โทรศัพท์ : 02 – 423 – 9426 – 30 , 081-841-1956 โทรสาร : 02 – 423 – 9431

E-mail Address : monnanta@hotmail.com

ตำแหน่งปัจจุบัน : ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรอุตสาหกรรมอาหารและการบริการ
โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2. ประวัติการศึกษา

2.1 การศึกษา

ระดับปริญญาเอก สถาบัน TECHNOLOGICAL UNIVERSITY OF THE PHILIPINE

	คณะ/สาขา INDUSTRIAL EDUCATION MANAGEMENT
ระดับปริญญาโท	สถาบัน TECHNOLOGICAL UNIVERSITY OF THE PHILIPPINE
	คณะ/สาขา HOME ECONOMICS
ระดับปริญญาตรี	สถาบัน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
	คณะ/สาขา ศษ.บ. (คหกรรมศาสตร์)

3. ประสบการณ์การทำงาน

1. อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ
2. ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรอุตสาหกรรมอาหารและการบริการคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอาหารสุขภาพไทยจากท้องถิ่นสู่ครัวโลก ระดับประเทศ
4. คณะกรรมการดำเนินงานโครงการวิจัยเครือข่ายคอกกลางตอนบน
5. คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานโครงการครัวไทยสู่โลก
6. คณะกรรมการจัดทำหลักสูตรและเอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรผู้ปรุงอาหารไทย (พ่อครัว-แม่ครัว) และหลักสูตรการบริหารจัดการร้านอาหารไทย ของสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม
7. ที่ปรึกษาสมาคมพ่อครัวไทย
8. ที่ปรึกษาสมาคมภัตตาคารไทย
9. คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
10. คณะกรรมการประเมินมาตรฐานหลักสูตรของโรงเรียนสอนอาหาร (ภาคเอกชน)
11. ที่ปรึกษาและผู้บริหารจัดการโครงการเปิดศูนย์ฝึกอบรมสอนอาหารไทยในต่างประเทศ
12. คณะกรรมการตัดสินการแข่งขัน Restaurant Champion ระดับประเทศ
13. ประธานโครงการพัฒนาการจัดการคุณภาพอาหารของ Food Park ในศูนย์การค้า BIG C ทั่วประเทศ (ปี พ.ศ. 2549)

รายวิชาที่สอน (อดีต – ปัจจุบัน) (1) อาหารไทย (2) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม (3) การจัดการร้านอาหารและภัตตาคาร (4) การ (5) จัดการครัวมาตรฐาน (6) ศิลปะการขายร้านอาหารและภัตตาคาร (7) การจัดการอุตสาหกรรมบริการ (8) การจัดการโรงแรม (9) การจัดซื้อ และการควบคุมต้นทุน (10) ศิลปะการต้อนรับ และการสื่อสารในงานบริการ

4. กิจกรรมต่างประเทศ (พอสั่งเขป)

1. สาธิต, สอนและทดสอบอาหารไทย ที่ (1) งานเทศกาลอาหารไทย Amazing Thailand เมือง Surrey ประเทศอังกฤษ (27-29 ส.ค. 2548) (2) งาน “2005 Chicago’s Taste of Thailand” สถานที่ ชิคาโก ประเทศ สหรัฐอเมริกา (20-22 มิ.ย. 2548)

2. **สาธิตอาหารไทยและจัดเทศกาลอาหารไทย (1)** งาน Annual Worlds of Flavor International Conference and Festival สถานที่ Culinary Institute of America ประเทศสหรัฐอเมริกา (31 ต.ค. – 6 พ.ย. 2548) **(2)** งาน Thai Week จัดโดยสถานเอกอัครราชทูต **สถานที่** ศูนย์การค้า Ansal Plaza กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย (20-25 ก.ค. 2548)

3. **รับเชิญเป็นวิทยากร (1)** หลักสูตรการบริหารจัดการร้านอาหารให้กับเจ้าของสถานประกอบการร้านอาหารไทย **สถานที่** กรุงเทพมหานคร ประเทศออสเตรเลีย (5-8 ก.ย. 2548) **(2)** อบรมการประกอบอาหารไทยให้กับพ่อครัวชาวแคนาดา เพื่อพัฒนารายการอาหารไทย **สถานที่** เมืองแวนคูเวอร์ **ประเทศ** แคนาดา (18-20 ก.ค. 2548)

4. **ได้รับทุนสัมมนาในต่างประเทศ (1)** ทุนจากประเทศสเปน สัมมนาเรื่อง Hotel Management Today สถานที่ เมืองซานติเอโก ประเทศ สเปน (2548) **(2)** ทุนจาก Asian Productivity Organization สัมมนาเรื่อง Hotel and Catering Management สถานที่เมืองนาดี (Nadi) ประเทศฟิจิ (Fiji) (2542)

5 **การประชุม (1)** ศึกษาดูงานที่สถาบันการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ในโครงการความร่วมมือแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษา สถานที่เชียงใหม่ ประเภทสาธารณรัฐประชาชนจีน (2548) **(2)** ประชุมโครงการครัวไทยสู่โลกร่วมกับสมาคมภัตตาคารไทย โดยมีนายจาตุรนต์ ฉายแสง รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน สถานที่ ชิดนีย์ ประเภทออสเตรเลีย (2547)

ฯลฯ

5. ผลงานดีเด่นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ภายในประเทศ

1. งานสำนักกิจการพิเศษ

มีโครงการต่างๆ ภายใต้การกำกับ ควบคุมดูแลของผู้อำนวยการสำนักกิจการพิเศษ ทั้งหมด 13 โครงการ คือ 1) โครงการอาคารอเนกประสงค์ 2) โครงการอาหารกลางวัน 3) โครงการศูนย์บริหารกายเพื่อสุขภาพ 4) โครงการศูนย์หนังสือ 5) โครงการน้ำดื่มสุรดา 6) โครงการโรงเรียนการอาหารนานาชาติ 7) โครงการโรงสีข้าว 8) โครงการบริการอาหารศูนย์สุพรรณบุรี 9) โครงการบริการอาหารศูนย์นครนายก (10) โครงการจัดบริการอาหารฯ ศูนย์หัวหิน (11) โครงการจัดบริการอาหารฯ ณ สโมสรรัฐสภา (12) โครงการเบเกอรี่ศูนย์พญา (13) โครงการจัดบริการอาหารฯ ศูนย์หนองคาย

2. งานครัวไทยสู่ครัวโลก

ตลอดระยะเวลา 5 ปี ตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งมีโอกาสได้ร่วมงานกับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน, สถาบันอาหาร กรมพัฒนา

ธุรกิจการค้า กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเตรียมการในการพัฒนาคน โดยได้ร่วมมือกับกระทรวงต่างๆ ดังนี้

- ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์
- ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- ร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับโรงเรียนการอาหารนานาชาติ สอนดุสิต
- ร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ร่วมกับสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

งานวิจัย

ได้รับมอบหมายในฐานะผู้ประสานงานระดับประเทศ จากสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ในปีงบประมาณ 2547 ในชุดโครงการอาหารสุขภาพไทย: จากท้องถิ่นสู่ครัวโลก ชุดโครงการวิจัยและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ด้านน้ำพริกและขนมไทย ในงานนี้เป็นการทำงานวิจัยแบบบูรณาการที่นักวิจัยต้องลงพื้นที่ ชุมชนที่ได้กำหนดไว้ จึงมีโอกาสได้ลงพื้นที่จริง เข้าไปศึกษาเรียนรู้ และให้ข้อเสนอแนะแก่ชาวบ้าน นักวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ โดยมีงานวิจัยทางด้านอาหารพื้นบ้าน น้ำพริกและขนมไทย ถึง 53 โครงการ โดยศึกษาความเป็นมาของอาหาร พัฒนาอาหารและรูปแบบพร้อมทั้งบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการตลาด และศึกษาแหล่งที่มาของวัตถุดิบเพื่อความยั่งยืน อีกทั้งเชื่อมโยงวิถีชีวิตกับการท่องเที่ยว จากนั้นได้มีการนำงานวิจัยมาเสนอให้ chefs จากโรงแรมที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพ มาคัดเลือกอาหารเพื่อศึกษาร่วมกับชาวบ้าน พัฒนาอาหารเพื่อให้อยู่ในรายการอาหารของโรงแรมได้ตามนโยบาย From Farm to Table ซึ่งได้รวบรวมและจัดทำเป็นรูปเล่มพร้อมเผยแพร่ เพื่อให้คนได้รู้จักและเข้าไปถึงพื้นที่จริงเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ก็จะเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งและได้อนุรักษ์อาหารไทย เพื่อไม่ให้สูญหายไป และในอนาคตจะทำเป็นภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ไปในต่างประเทศ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการของบประมาณอยู่

ในปีงบประมาณ 2548 ได้รับงบประมาณต่อเนื่องในงานวิจัยทางด้านอาหาร ซึ่งในปีนี้ได้จัดทำชุดโครงการสำหรับอาหารสุขภาพไทย จากท้องถิ่นสู่ครัวโลก แต่มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยของอาหารซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินการ มี 8 ชุดโครงการทั่วประเทศ คือ ชุดชั้นโตก ชุดผลิตภัณฑ์จากข้าวชุดส้มตำ 3 ชุด ตั้งแต่อีสานตอนบน ตอนล่าง จนถึงภาคกลาง เพื่อให้เห็นเส้นทางวัฒนธรรมและวิถีพัฒนาการ สำหรับส้มตำ ชุดข้าวแช่ และชุดข้าวยา ซึ่งเป็นการศึกษาเจาะลึกถึงที่มา วิถีชีวิต วิวัฒนาการ และความปลอดภัยของอาหารแต่ละสำหรับ

ในงานที่เป็นคณะกรรมการของเครือข่ายภาคกลางตอนบน ได้มีการร่วมกับทางจังหวัดเพื่อตั้งโจทย์วิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของจังหวัดและชุมชน มีการประชุมร่วมกัน และลงไปในพื้นที่เพื่อศึกษาถึงปัญหา

ที่ปรึกษา

ได้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาหลายด้านเพื่อให้บริการแก่คนทั่วไป และบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหาร เช่น

- ร่วมกับบริษัทจัดงาน ไฮเนส จูเนียร์ เซฟ 2004, 2005 เพื่อปลูกฝังให้นักเรียนสนใจ และรักการปรุงอาหาร อีกทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ครู เพื่อน และครอบครัว ถือว่าเป็นการเสริมสร้างทักษะ การปรุงอาหารที่ถูกสุขลักษณะ พร้อมทั้งเรียนรู้เรื่องคุณค่า ทางโภชนาการในบรรยากาศที่สนุกสนาน

- ให้คำปรึกษา ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหาร และพัฒนาธุรกิจร้านอาหารที่กำลังดำเนินการอยู่ในด้านบริหารจัดการ การควบคุมต้นทุนและการพัฒนารายการอาหาร

- ร่วมกับบริษัท S&P ในการสร้างบุคลากร เพื่อไปเป็นระดับหัวหน้างานคือ จากผู้ช่วยผู้จัดการร้าน ไปเป็นผู้จัดการร้าน โดยการคัดเลือกนักศึกษาและนักลงทุน พร้อมทั้งให้นักศึกษาใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์โดยการไปฝึกปฏิบัติงานที่ร้าน

- ให้คำปรึกษาผู้ที่สนใจจะไปเป็นพ่อครัวแม่ครัวในต่างประเทศ พร้อมทั้งชี้แนะแนวทางในความเป็นไปได้ที่จะเดินทางไปทำงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และการเตรียมความพร้อมก่อนไปทำงาน

การร่วมกับสมาคมพ่อครัวไทย ในฐานะที่ปรึกษา และได้ร่วมงานกับกระทรวงต่างๆ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำมาตรฐานอาชีพด้านการท่องเที่ยว ระยะที่ 1 ของพ่อครัว/แม่ครัว ผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัว/แม่ครัว และหัวหน้าพ่อครัว/แม่ครัว เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทั้ง 3 อาชีพ เพื่อให้ได้คุณภาพเป็นที่ยอมรับของนานาชาติและตลาดแรงงานโลก อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอาหารและการบริการระหว่างประเทศได้ จึงได้วางแผนร่วมกันกับสมาคมพ่อครัวไทยในการพัฒนาและยกระดับพ่อครัวที่ปฏิบัติงานอยู่ ให้มีการอบรมและเทียบโอนให้ได้ Certificate Diploma ไปจนถึงระดับปริญญาได้ ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีมาตรฐานอาชีพที่เป็นที่ยอมรับและมีการวางแผนจัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรในระดับหัวหน้างานระดับผู้บริหาร จะได้สามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ เมื่อมีการเปิดการค้าเสรี

งานต่างประเทศ

- ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งเดินทางไปให้คำแนะนำและจัดทำระบบการบริหารจัดการร้าน และการพัฒนารายการอาหาร เช่น วันที่ 17-26 กุมภาพันธ์ 2549 ร้านอาหารไทย ณ เมือง Klagenfurt

ประเทศออสเตรเลีย เปิดร้านใหม่จากเดิม 30 ที่นั่งขยายเป็น 200 ที่นั่ง จึงได้รับเชิญไปให้คำปรึกษาและเตรียมการในการเปิดร้านอาหาร ชื่อร้าน Siam Jaritz ซึ่งจะเปิดดำเนินการในวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2549

- มีแผนงานร่วมกับโครงการครัวไทยสู่โลก ในการเดินทางไปอบรมผู้สนใจ พ่อครัว แม่ครัว เพื่อให้ได้รับความรู้การประกอบอาหารไทยที่ถูกต้อง การพัฒนารายการอาหาร การบริหารจัดการร้าน ตามนโยบายของรัฐบาลในการเตรียมบุคลากร รองรับการขายร้านอาหารไทยให้ได้ถึง 20,000 ร้าน

6. รางวัลที่เคยได้รับ

6.1 รางวัลบุคคลตัวอย่างประจำปี 2548 จากมูลนิธิเพื่อสังคมไทยในสาขาบริหารจัดการ และส่งเสริมงานโภชนาการ
