

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การทดสอบตลาด การวิเคราะห์ทางธุรกิจ และการสื่อสารการตลาดให้กับนวัตกรรมและคุณค่าของอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ : กรณีศึกษา วัตถุประสงค์ท้องถิ่นจากจังหวัดเชียงราย หนองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี คณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมอาหาร 5 รายการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ท้องถิ่นจากจังหวัดเชียงราย หนองคาย เพชรบุรี และสุราษฎร์ธานี (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) กับผู้ประกอบการ/พ่อครัว/แม่ครัวธุรกิจอาหารในภาคเหนือ (เชียงราย) ภาคอีสาน (หนองคาย) ภาคกลาง (เพชรบุรี) และภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา-นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ 4 พื้นที่ ได้แก่ ภาคเหนือ (เชียงราย) ภาคอีสาน (หนองคาย) ภาคกลาง (เพชรบุรี) และภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี) โดยกำหนดให้พื้นที่ละ 5 รายการ รวม 4 พื้นที่ เป็น 20 รายการ รวมจำนวน 794 คน สามารถวิเคราะห์ผลได้ตามลำดับดังนี้

(1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาชิมรายการอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ 4 ภาค

ลักษณะส่วนบุคคล	จังหวัดเชียงราย		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดเพชรบุรี		จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ								
- ชาย	92	48.20	100	53.50	104	47.70	103	52.00
- หญิง	99	51.80	87	46.50	114	52.30	95	48.00
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00
2. อายุ								
- ต่ำกว่า 25 ปี	100	52.40	108	57.80	134	61.50	112	56.60
- 25 - 34 ปี	71	37.20	62	33.20	51	23.40	70	35.40
- 35 - 44 ปี	12	6.30	9	4.80	7	3.20	10	5.10
- 45 - 54 ปี	5	2.60	7	3.70	16	7.30	5	2.50
- 55 - 64 ปี	2	1.00	1	0.50	10	4.60	1	.50
- 65 ปีขึ้นไป	1	0.50	-	-	-	-	-	-
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00
3. สถานภาพ								
- โสด	137	71.70	143	76.50	175	80.30	148	74.70
- สมรส/ อยู่ด้วยกัน	40	26.20	42	22.50	40	18.30	50	25.30
- หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	4	2.10	2	1.10	3	1.40	-	-
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จังหวัดเชียงราย		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดเพชรบุรี		จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา								
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	34.60	62	33.20	70	32.10	46	23.20
- ปริญญาตรี	75	39.30	78	41.70	104	47.7	90	45.50
- สูงกว่าปริญญาตรี	50	26.20	47	25.10	44	20.20	62	31.30
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00
. อาชีพ								
- ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ	51	26.70	50	26.70	57	26.10	53	26.80
- ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส	12	6.30	14	7.50	16	7.30	14	7.10
- พนักงานบริษัท	9	4.70	6	3.20	7	3.20	9	4.50
- ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	6	3.10	3	1.60	4	1.80	2	1.00
- เกษตรกร	3	1.60	-	-	3	1.40	1	0.50
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	1.60	2	1.10	6	2.80	10	5.10
- แม่บ้าน	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-
- นักศึกษา/นักเรียน	77	40.30	77	41.20	89	40.80	80	40.40
- เกษียณ	4	2.10	10	5.30	4	1.80	4	2.00
- ผู้ประกอบการ	5	2.60	4	2.10	10	4.60	5	2.50
- อื่น ๆ เช่น ทำงานก่อสร้าง	20	10.60	20	10.70	22	10.1	20	10.10
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	100	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จังหวัดเชียงราย		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดเพชรบุรี		จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน								
- ต่ำกว่า 6,750 บาท	41	21.50	36	19.30	47	21.60	24	12.10
- 6,750-13,499 บาท	14	7.30	25	13.40	12	5.50	17	8.60
- 13,500-26,999 บาท	24	12.60	17	9.10	18	8.30	26	13.10
- 27,000-40,499 บาท	20	10.50	17	9.10	27	12.40	27	13.60
- 40,500- 53,999 บาท	18	9.40	21	11.20	22	10.10	25	12.60
- 54,000-67,499 บาท	21	11.00	14	7.50	21	9.60	17	8.60
- 67,500-80,999 บาท	14	7.30	13	7.00	22	9.20	17	8.60
- 81,000- 94,499 บาท	16	8.40	16	8.60	18	8.30	22	11.10
- 94,500-107,999 บาท	6	3.10	12	6.40	10	4.60	6	3.00
- 108,000 บาท ขึ้นไป	17	8.90	16	8.60	23	10.60	17	8.60
รวม	191	100	187	100.00	218	100.00	198	100.00
7. ศาสนา								
- พุทธ	20	10.5	11	5.90	10	4.60	7	3.50
- คริสต์	95	49.70	77	41.20	95	43.60	102	51.50
- อิสลาม	7	3.70	10	5.30	12	5.50	4	2.00
- ฮินดู	3	1.60	4	2.10	8	3.70	2	1.00
- อื่น ๆ	66	34.60	85	45.50	93	42.70	83	41.90
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จังหวัดเชียงราย		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดเพชรบุรี		จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. ลักษณะการเดินทาง								
- ท่องเที่ยวโดยลำพัง	40	20.90	38	20.30	49	22.50	42	21.20
- มากับครอบครัว/เพื่อน	100	52.40	111	59.40	116	53.20	102	51.50
- มากับกลุ่มทัวร์	9	4.70	3	1.60	3	1.40	8	4.00
- ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	-	-	2	1.10	3	1.40	3	1.50
- นักท่องเที่ยวแบกเป้	34	17.80	23	12.30	39	17.90	39	19.70
- อื่น ๆ	8	4.20	10	5.30	8	3.70	4	2.00
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00
9. เชื้อชาติ								
- ตะวันตก	142	74.30	133	71.10	158	72.50	146	73.70
- ญี่ปุ่น	13	6.80	8	4.30	10	4.60	10	5.10
- จีน	8	4.20	10	5.30	3	1.40	5	2.50
- อื่น ๆ	28	14.70	36	19.30	47	21.60	37	18.70
รวม	191	100.00	187	100.00	218	100.00	198	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมรายการอาหารสุขภาพจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (51.8%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (52.40%) สถานภาพโสด (71.70%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (39.30%) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (40.30%) รายได้ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่า 6,750 บาท (41%) นับถือศาสนาคริสต์ (49.70%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (52.40%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (74.30%)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมรายการอาหารสุขภาพจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (53.50%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (57.80%) สถานภาพโสด (76.50%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (41.70%) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (41.20%) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 6,750 บาท (19.30%) นับถือศาสนาคริสต์ (41.20%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัว/เพื่อน (59.40%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (71.10%)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมรายการอาหารสุขภาพจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (52.30%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (61.50%) สถานภาพโสด (80.30%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (47.70%) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (40.80%) รายได้ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่า 6,750 บาท (21.60%) นับถือศาสนาคริสต์ (43.60%) ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน (53.20%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (72.50%)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชิมรายการอาหารสุขภาพจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (52.00%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (56.60%) สถานภาพโสด (74.70%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (45.50%) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (40.40%) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 27,000-40,499 บาท (13.60%) นับถือศาสนาอื่น ๆ (51.50%) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (51.50%) และมีเชื้อชาติตะวันตก (73.70%)

(2) ทักษะคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

ทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม	เมนูอาหาร														
	ข้าวเหนียวผัดหวาน			ข้าวสัสมัแผ่นกรอบ			ขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรด			กัมมีสับปะรด			ลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด		
	\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
ทัศนคติ															
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	3.82	1.66	ปานกลาง/4	4.82	1.65	ค่อนข้างดี/2	4.61	1.66	ค่อนข้างดี/4	5.14	3.96	ค่อนข้างดี/2	4.76	2.22	ค่อนข้างดี/1
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	4.08	1.51	ปานกลาง/2	4.65	1.48	ค่อนข้างดี/3	4.81	1.60	ค่อนข้างดี/3	4.51	1.76	ค่อนข้างดี/4	3.39	1.85	ค่อนข้างไม่ดี/2
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.85	1.55	ปานกลาง/3	4.39	1.50	ปานกลาง/4	4.83	1.63	ค่อนข้างดี/2	3.77	1.83	ปานกลาง/3	3.12	1.79	ค่อนข้างไม่ดี/3
4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	5.11	1.41	ค่อนข้างดี/1	4.90	1.78	ค่อนข้างดี/1	5.06	1.74	ค่อนข้างดี/1	5.19	1.74	ค่อนข้างดี/1	3.05	2.16	ค่อนข้างไม่ดี/4
รวม	4.18	1.20	ปานกลาง	4.67	1.21	ค่อนข้างดี	4.83	1.31	ค่อนข้างดี	4.65	1.62	ค่อนข้างดี	3.58	1.58	ปานกลาง
ความพึงพอใจ															
1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	4.06	1.56	ปานกลาง/2	4.67	1.40	ค่อนข้างมาก/1	4.75	1.66	ค่อนข้างมาก/1	3.90	1.88	ปานกลาง/2	3.17	1.70	น้อย/2
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน	4.69	1.33	ค่อนข้างมาก/1	4.51	1.62	ค่อนข้างมาก/2	4.95	1.46	ค่อนข้างมาก/2	5.02	1.71	ค่อนข้างมาก/1	3.20	1.94	น้อย/1
รวม	4.36	1.17	ปานกลาง	4.60	1.26	ค่อนข้างมาก	4.85	1.30	ค่อนข้างมาก	4.46	1.49	ค่อนข้างมาก	3.19	1.60	ค่อนข้างไม่ดี
แนวโน้มพฤติกรรม															
1. แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต	4.38	1.56	ปานกลาง/2	4.10	1.79	ปานกลาง/2	4.40	1.70	ปานกลาง/1	4.76	1.92	ค่อนข้างมาก/1	2.70	1.93	ค่อนข้างน้อย/2
2. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต	4.41	1.71	ปานกลาง/1	4.12	1.92	ปานกลาง/1	4.33	1.87	ปานกลาง/2	4.74	1.90	ค่อนข้างมาก/2	2.75	2.02	น้อย/1
3. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้	3.06	1.64	น้อย/3	3.37	1.92	น้อย/3	3.76	1.79	ปานกลาง/3	4.09	1.98	ปานกลาง/3	2.49	1.90	ค่อนข้างน้อย/3
รวม	3.95	1.47	ปานกลาง	3.86	1.76	ปานกลาง	4.17	1.68	ปานกลาง	4.52	1.82	ค่อนข้างมาก	2.62	1.84	ค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีทัศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวาน อันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 5.11$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.08$) เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.85$) และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.82$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวาน อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.69$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.06$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.41$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.38$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.06$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

เมนูซอสส้มแผ่นกรอบ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูซอสส้มแผ่นกรอบของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.90$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.82$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.65$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.39$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูซอสส้มแผ่นกรอบของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูซอสส้มแผ่นกรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.51$) อยู่ในระดับค่อนข้างมากตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูชาอัสสัมแผ่นกรอบของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.12$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.10$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.37$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

เมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีทัศนคติต่อรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 5.06$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.83$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.81$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.61$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรด ($\bar{X} = 4.95$) อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.75$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.51$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.40$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.33$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.76$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

เมนูกัมมีสับปะรด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูกัมมีสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 5.19$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 5.14$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น

($\bar{X} = 4.51$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.77$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูที่มีสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูที่มีสับปะรด อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 5.02$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.90$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูที่มีสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.76$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.74$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.09$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.76$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.39$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.12$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี และรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.05$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 3.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 3.20$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย รองลงมาได้แก่คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.17$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อยตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรดของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.62$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 2.75$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 2.70$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย รองลงมาคือท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.49$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

ทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม	เมนูอาหาร														
	ลูกชิ้นปลาเยือก			ปลาบึกยอ			ปลาบึกแผ่นอบกรอบ			ไส้กรอกปลาเยือก			ข้าวเกรียบปลาเผา		
	\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
ทัศนคติ															
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของ รายการอาหารนี้	3.91	1.78	ปานกลาง/1	4.23	1.77	ปานกลาง/2	4.75	1.71	ค่อนข้างดี/1	3.93	1.86	ปานกลาง/2	4.62	1.75	ค่อนข้างดี/2
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อ เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	2.75	1.44	ค่อนข้างไม่ดี/4	3.21	1.64	ค่อนข้างไม่ดี	4.35	1.64	ปานกลาง/2	3.63	1.74	ปานกลาง/3	4.57	1.67	ค่อนข้างดี/3
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.78	1.58	ปานกลาง/2	3.78	1.51	ปานกลาง/3	3.38	1.58	ค่อนข้างไม่ดี/4	3.56	1.55	ค่อนข้างไม่ดี/4	3.53	1.80	ค่อนข้างไม่ดี/4
4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	3.41	1.87	ค่อนข้างไม่ดี/3	3.69	1.90	ปานกลาง/1	5.02	1.60	ค่อนข้างดี/3	3.99	1.81	ปานกลาง/1	5.39	1.53	ดี/1
รวม	3.45	1.21	ค่อนข้างไม่ดี	3.72	1.31	ปานกลาง	4.36	1.33	ปานกลาง	3.77	1.41	ปานกลาง	4.52	1.32	ค่อนข้างดี
ความพึงพอใจ															
1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของ รายการอาหารนี้	4.01	1.50	ปานกลาง/1	4.02	1.59	ปานกลาง/1	3.43	1.76	ปานกลาง/2	3.72	1.664	ปานกลาง/2	3.63	1.87	ปานกลาง/2
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการ อาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ที่ท่านเคยรับประทาน	3.49	1.47	น้อย/2	3.82	1.68	ปานกลาง/2	4.98	1.55	ค่อนข้างมาก/1	4.12	1.70	ปานกลาง/1	5.23	1.49	ดี/1
รวม	3.76	1.22	ปานกลาง	3.91	1.39	ปานกลาง	4.20	1.40	ปานกลาง	3.90	1.49	ปานกลาง	4.42	1.45	ปานกลาง
แนวโน้มพฤติกรรม															
1. แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำ ในอนาคต	2.66	1.56	ค่อนข้างน้อย/2	3.20	1.80	น้อย/2	4.34	1.77	ปานกลาง/1	3.61	1.70	ปานกลาง/1	4.84	1.73	มากกว่า เล็กน้อย/2
2. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ใน อนาคต	2.67	1.74	ค่อนข้างน้อย/1	3.23	1.88	น้อย/1	4.32	1.83	ปานกลาง/3	3.60	1.84	ปานกลาง/2	4.86	1.74	มากกว่า เล็กน้อย/1
3. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการ อาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้	1.79	1.36	น้อยที่สุด/3	2.55	1.72	ค่อนข้างน้อย/2	3.59	1.78	ปานกลาง/2	3.10	1.83	น้อย/3	4.11	1.95	ปานกลาง/3
รวม	2.42	1.41	ค่อนข้างน้อย	1.41	1.69	น้อยที่สุด	4.07	1.65	ปานกลาง	3.44	1.67	น้อย	4.59	1.67	มากกว่า เล็กน้อย

ตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือกของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีทัศนคติต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือก อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 3.91$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.78$) รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.41$) และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 2.75$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือกของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือก อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.01$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.49$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือกของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.42$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภค อันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 2.67$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 2.66$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 1.79$) อยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ

เมนูปลาบึกยอ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูปลาบึกยอของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูปลาบึกยอ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 4.23$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.78$) รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.69$) และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.21$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูปลาบึกยอของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูปลาบึกยอ อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.02$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.82$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูปลาบึกยอของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 1.41$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภค อันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.23$) อยู่ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.23$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.55$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

เมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีทัศนคติต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 4.75$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.35$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.38$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอื่นที่ทักเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.98$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.98$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภค อันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.34$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.32$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.59$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เมนูไส้กรอกปลายี่สก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูไส้กรอกปลายี่สกของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.99$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.93$) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับปานกลาง และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.56$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนู ปลาบึกแผ่นอบกรอบ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับ รายการอื่นที่ทักเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.12$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ คุณค่า ความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.72$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูปลาบึกแผ่นอบกรอบของ จังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.34$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.32$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการ อาหารนี้ ($\bar{X} = 3.59$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เมนูข้าวเกรียบปลาเผา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบปลาเผาของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนู ข้าวเกรียบปลาเผา อันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 5.39$) อยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.62$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.57$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบปลาเผาของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนู ข้าวเกรียบปลาเผา อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับ รายการอื่นที่เคยรับประทาน ($\bar{X} = 5.23$) อยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูข้าวเกรียบปลาเผาของ จังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับมากถึงเล็กน้อย ($\bar{X} = 4.59$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.86$) อยู่ในระดับมากกว่าเล็กน้อย รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.84$) อยู่ในระดับปานกลางเล็กน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.11$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

ทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม	เมนูอาหาร														
	กัมมีมะนาว			ข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงา			ปลาอกกะแล้หยองรสธัญพืช			ซอสมะนาวเข้มข้น			ปุกรอบรสต้มยำ		
	\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
ทัศนคติ															
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	4.60	1.65	ค่อนข้างดี/2	4.39	1.59	ค่อนข้างไม่ดี/3	4.59	1.85	ค่อนข้างดี/1	4.99	1.62	ค่อนข้างดี/2	4.82	1.58	ค่อนข้างดี/2
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	3.88	1.50	ปานกลาง/3	4.42	1.54	ปานกลาง/2	3.18	1.55	ค่อนข้างไม่ดี/3	4.74	1.38	ค่อนข้างดี/3	4.50	1.54	ค่อนข้างดี/3
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.40	1.61	ค่อนข้างไม่ดี/4	4.57	1.44	ค่อนข้างดี/1	4.25	1.65	ปานกลาง/2	4.04	1.56	ปานกลาง/4	3.76	1.60	ปานกลาง/4
4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	4.62	1.74	ค่อนข้างดี/1	4.10	1.83	ปานกลาง/4	3.31	1.92	ค่อนข้างไม่ดี/4	5.50	1.70	ดี/1	4.89	1.78	ค่อนข้างดี/1
รวม	4.10	1.22	ค่อนข้างไม่ดี	4.35	1.20	ปานกลาง	3.82	1.29	ปานกลาง	4.82	1.15	ค่อนข้างดี	4.51	1.28	ค่อนข้างดี
ความพึงพอใจ															
1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	3.37	1.53	น้อย/2	4.88	1.99	ค่อนข้างมาก/1	4.45	1.73	ค่อนข้างมาก/1	3.78	1.67	ปานกลาง	3.68	1.64	ปานกลาง/2
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน	4.09	1.52	ปานกลาง/1	4.20	1.61	ปานกลาง/2	3.31	1.80	ค่อนข้างไม่ดี/2	5.23	1.68	ค่อนข้างมาก/1	4.70	1.77	ค่อนข้างดี/1
รวม	3.71	1.32	ปานกลาง	4.55	1.39	ค่อนข้างมาก	3.87	1.55	ปานกลาง	4.50	1.36	ค่อนข้างดี	4.18	1.47	ปานกลาง
พฤติกรรม															
3. แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต	3.33	1.68	น้อย/2	3.62	1.77	ปานกลาง/1	2.71	1.68	ค่อนข้างน้อย/2	4.89	1.75	มากกว่าเล็กน้อย/3	4.21	1.83	ปานกลาง/3
4. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต	3.46	1.85	ปานกลาง/1	3.46	1.74	ปานกลาง/2	2.73	1.776	น้อย/3	4.85	1.85	มากกว่าเล็กน้อย/2	4.33	1.85	ปานกลาง/2
5. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้	2.62	1.57	ค่อนข้างน้อย/3	2.89	1.70	ค่อนข้างน้อย/3	2.42	1.61	ปานกลาง/1	4.20	1.82	ปานกลาง/1	3.65	1.84	ปานกลาง/1
รวม	3.14	1.53	น้อย	3.33	1.62	น้อย	2.62	1.60	ค่อนข้างน้อย	4.66	1.67	มากกว่าเล็กน้อย	4.08	1.74	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูก็มีมะนาวของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีทัศนคติต่อเมนูก็มีมะนาว อันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.62$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 4.60$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.88$) และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.40$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูก็มีมะนาวของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูก็มีมะนาว อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.09$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.37$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูก็มีมะนาวของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.14$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.46$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.33$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.62$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ตามลำดับ

ข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างปานกลาง ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงา อันดับหนึ่งได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.57$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.42$) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 4.23$) และรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.10$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาอันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.88$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.20$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการ

การบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวน้ำมีการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.62$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.46$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.89$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ตามลำดับ

ปลาอกกะแล้หของรสัญพีช

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูปลาอกกะแล้หของรสัญพีชของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อปลาอกกะแล้หของรสัญพีชอันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\bar{X} = 4.59$) อยู่ในระดับค่อนข้าง ดี รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.25$) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.18$) และรายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 1.92$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูปลาอกกะแล้หของรสัญพีชของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจต่อเมนูปลาอกกะแล้หของรสัญพีช อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.45$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอื่นที่ทักเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.98$) อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูปลาอกกะแล้หของรสัญพีชของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.62$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่ามีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.62$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ แนวน้ำมีการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 2.71$) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย และโอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 2.73$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ซอสมะนาวเข้มข้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูซอสมะนาวเข้มข้นของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูซอสมะนาวเข้มข้น อันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 5.50$) อยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.99$) การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.74$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.04$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูซอสมะนาวเข้มข้นของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูซอสมะนาวเข้มข้นอันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอื่นที่ทักเคยรับประทาน ($\bar{X} = 5.23$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.78$) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อซอสมะนาวเข้มข้นของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากกว่าเล็กน้อย ($\bar{X} = 4.66$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.89$) อยู่ในระดับมากกว่าเล็กน้อย รองลงมาได้แก่โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.85$) อยู่ในระดับมากกว่าเล็กน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.20$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปุกรอบรสต้มยำ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูปุกรอบรสต้มยำของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูปุกรอบรสต้มยำอันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.89$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.82$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.50$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.76$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเมนูปุกรอบรสต้มยำของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูปุกรอบรสต้มยำ อันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอื่นที่ทักเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.70$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.68$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูปุกรอบรสต้มยำของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.33$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.21$) อยู่ในระดับมากกว่าเล็กน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.65$) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม	เมนูอาหาร														
	สะดวกปรับปรุงรส			ข้าวเหนียวหอยเจาะ			หอยเจาะป่นสมุนไพร			แยมกลางสาด			เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม		
	\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
ทัศนคติ															
1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	4.82	1.50	ค่อนข้างดี/2	4.09	1.72	ปานกลาง/1	4.58	1.78	ค่อนข้างดี/1	4.69	1.60	ค่อนข้างดี/2	4.50	1.70	ค่อนข้างดี/1
2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	4.26	1.49	ปานกลาง/4	3.75	1.64	ปานกลาง/4	3.86	1.69	ปานกลาง/3	4.01	1.53	ปานกลาง/4	3.83	1.65	ปานกลาง/4
3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	5.11	1.30	ค่อนข้างดี/1	3.84	1.66	ปานกลาง/3	4.28	1.48	ปานกลาง/2	4.15	1.46	ปานกลาง/3	4.04	1.67	ปานกลาง/3
4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	4.76	1.72	ค่อนข้างดี/3	3.90	2.00	ปานกลาง/2	3.77	1.99	ปานกลาง/4	4.88	1.81	ค่อนข้างดี/1	4.39	1.94	ปานกลาง/2
รวม	4.74	1.08	ค่อนข้างดี	3.89	1.34	ปานกลาง	4.13	1.36	ปานกลาง	4.43	1.29	ปานกลาง	4.18	1.47	ปานกลาง
ความพึงพอใจ															
1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	5.30	1.13	ดี/1	3.99	1.61	ปานกลาง/2	4.38	1.54	ปานกลาง/1	4.15	1.54	ปานกลาง/2	4.15	1.67	ปานกลาง/2
2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน	4.37	1.53	ปานกลาง/2	4.11	1.82	ปานกลาง/1	3.79	1.84	ปานกลาง/2	4.86	1.61	ค่อนข้างดี/1	4.34	1.81	ปานกลาง/1
รวม	4.83	1.09	ปานกลาง	4.05	1.44	ปานกลาง	4.08	1.49	ปานกลาง	4.51	1.36	ปานกลาง	4.24	1.62	ปานกลาง
แนวโน้มพฤติกรรม															
3. แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต	3.80	1.61	ปานกลาง/2	3.53	1.92	น้อย/1	3.19	1.88	น้อย/2	4.25	1.80	ปานกลาง/2	3.88	1.87	ปานกลาง/1
4. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต	3.86	1.80	ปานกลาง/1	3.44	2.00	น้อย/2	3.26	1.98	น้อย/1	4.30	1.798	ปานกลาง/1	3.80	1.84	ปานกลาง/2
5. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้	2.84	1.59	น้อย/3	2.78	1.80	น้อย/3	2.85	1.85	น้อย/3	3.58	1.76	ปานกลาง/3	3.29	1.89	น้อย/3
รวม	3.49	1.49	น้อย	3.25	1.83	น้อย	3.11	1.82	น้อย	4.04	1.70	ปานกลาง	3.65	1.78	ปานกลาง

สะดออบกรอบปรุงรส

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูสะดออบกรอบปรุงรสของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อเมนูสะดออบกรอบปรุงรสอันดับหนึ่งได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 5.11$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.82$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.76$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.26$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูสะดออบกรอบปรุงรสของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูสะดออบกรอบปรุงรส อันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 5.30$) อยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.37$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภคต่อเมนูสะดออบกรอบปรุงรสของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.86$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.80$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.84$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ข้าวเกรียบหอยเจาะ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อข้าวเกรียบหอยเจาะอันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.09$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.90$) อยู่ในระดับปานกลาง เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.84$) อยู่ในระดับปานกลาง และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.75$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะอันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.11$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.99$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่ามีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวน้ำมันการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.44$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.25$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

หอยเจาะสมุนไพรม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทัศนคติต่อเมนูหอยเจาะสมุนไพรมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อหอยเจาะสมุนไพรมอันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.58$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.28$) อยู่ในระดับปานกลาง การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.86$) อยู่ในระดับปานกลาง และ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 3.77$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูหอยเจาะสมุนไพรมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูหอยเจาะสมุนไพรมอันดับหนึ่งได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.38$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 3.79$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูหอยเจาะสมุนไพรมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.11$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.26$) อยู่ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ แนวน้ำมันการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.19$) อยู่ในระดับน้อย และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 2.85$) อยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

แยมกลางสาด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อแยมกลางสาดอันดับหนึ่งได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.88$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.69$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี เมนูนี้มีคุณค่า

ทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.15$) อยู่ในระดับปานกลาง และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 4.01$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูแยมกลางสาดอันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.86$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.15$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.30$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.25$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.58$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อเมนูแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติต่อแยมกลางสาดอันดับหนึ่งได้แก่ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.50$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\bar{X} = 4.39$) อยู่ในระดับค่อนข้างดี เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.04$) อยู่ในระดับปานกลาง และการตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\bar{X} = 3.83$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อเมนูเยลลี่กลางสาดพร้อมดื่มของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อเมนูเยลลี่กลางสาดพร้อมดื่มอันดับหนึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน ($\bar{X} = 4.34$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 4.15$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคต่อเมนูเยลลี่กลางสาดพร้อมดื่มของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นข้อพบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอันดับหนึ่งได้แก่ แนวโน้มการบริโภครายการอาหารนี้ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 3.88$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 3.80$) อยู่ในระดับปานกลาง และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินสูงกว่ารายการอาหารอื่นเพื่อรายการอาหารนี้ ($\bar{X} = 3.29$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

X_1 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

X_2 การตกแต่งและรูปลักษณ์

X_3 คุณค่าทางโภชนาการ

X_4 รสชาติอาหารที่ดี

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

Y_1 ข้าวเกรียบผักหวาน

Y_2 ซาฮ์สสัมแผ่นกรอบ

Y_3 อัดแท่งผสมสับปะรด

Y_4 กัมมีสับปะรด

Y_5 ลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.6 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ทักษะคิดต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู

ทักษะคิดต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย														
	ข้าวเหนียวผัดหวาน			ชาอัสสัมแผ่นกรอบ			ขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรด			กัมมี่สับปะรด			ลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		6.211**	.000		5.823**	.000		6.486**	.000		4.359**	.000		5.239**	.000
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	-	-.095	.925	.028	.418	.676	.053	.701	.484	.044	.777	.438	-	-.884	.378
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	.047	.625	.533	.132	1.882	.061	.009	.107	.915	.130	1.693	.092	.043	.714	.476
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	.444	6.338**	.000	.246	3.722**	.000	.364	5.402**	.000	.408	5.834**	.000	.408	6.770**	.000
F4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	.283	4.110**	.000	.435	6.659**	.000	.372	5.172**	.000	.310	4.702**	.000	.477	7.653**	.000
F		28.985**		36.741**		36.316**		43.714**		81.068**					
Sig.		.000		.000		.000		.000		.000				.000	
R ²		.398		.455		.449		.500		.649				.641	
Adj. R ²		.385		.443		.437		.488		.641				.641	
S.E.		.926		.928		.980		1.074		.964				.964	
Durbin-Watson		1.756		.1946		1.954		1.805		1.748				1.748	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ทศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .444$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .283$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 38.50 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .926 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานร้อยละ 61.50

ทศนคติต่อเมนูชาอัสสัมแผ่นกรอบของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .435$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .246$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 44.30 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูชาอัสสัมแผ่นกรอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .928 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูชาอัสสัมแผ่นกรอบร้อยละ 55.70 ชาวต่างชาติต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานร้อยละ 61.50

ทศนคติต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้ (มีรสชาติที่ดี) ($\beta = .372$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .364$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 43.70 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .980 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดร้อยละ 56.30

ทศนคติต่อกัมมี่สับปะรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .408$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .510$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 48.80 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อกัมมี่สับปะรดของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ 1.074 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อกัมมี่สับปะรดร้อยละ 51.20

พบว่าทศนคติต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .477$) รองลงมาได้แก่

รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .408$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 64.10 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับประรดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .964 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบสับประดรร้อยละ 35.90

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมมารีโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย

X_1 คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_2 ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร

ตัวแปรตาม

Y_1 แนวโน้มพฤติกรรมมารีโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมมารีโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมมารีโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.7 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	แนวโน้มพฤติกรรมบริการบริโภคต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย														
	ข้าวเกรียบผักหวาน			ซำอัสสัมแผ่นกรอบ			ขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรด			กัมมีสับปะรด			ลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		-2.28	.820		-2.186	.030		-1.586	.115		-.471	.638		-1.754	.081
E1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	.292	5.301**	.000	.128	2.762**	.006	.221	4.107**	.000	.247	5.271**	.000	.186	4.035**	.000
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน	.557	10.105**	.000	.761	16.479**	.000	.628	11.658**	.000	.689	14.717**	.000	.738	15.983**	.000
F	92.137**			185.820**			110.199**			173.448**			239.309**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.500			.671			.549			.660			.727		
Adj. R ²	.495			.668			.544			.656			.724		
S.E.	1.05167			1.015			1.143			1.068			.973		
Durbin-Watson	1.626			1.695			2.236			2.054			1.936		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบผักหวานของจังหวัดเชียงราย มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .557$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .292$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 49.50 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.051 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 50.50

ความพึงพอใจต่อเมนูซอสส้มแผ่นกรอบของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .761$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .128$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 66.80 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.015 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 33.20

ความพึงพอใจต่อเมนูขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสมสับปะรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .628$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .221$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 54.40 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.143 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 45.60

ความพึงพอใจต่อเมนูกัมมี่สับปะรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .689$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .247$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 65.60 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.068 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 34.40

ความพึงพอใจต่อเมนูลูกอมเคี้ยวหนึบรสโปรดของจังหวัดเชียงรายมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .738$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .186$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 72.40 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เท่ากับ .973 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 27.60

สมมติฐานที่ 3 ทักษะคิดต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่เข้มทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะคิดต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย

X_1 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

X_2 การตกแต่งและรูปลักษณ์

X_3 คุณค่าทางโภชนาการ

X_4 รสชาติอาหารที่ดี

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดหนองคาย

Y_1 ลูกชิ้นปลาเยือก

Y_2 ปลาบึกยอ

Y_3 ปลาบึกแผ่นอบกรอบ

Y_4 ไส้กรอกปลาเยือก

Y_5 ข้าวเกรียบปลาเผา

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

H_1 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.8 แสดงการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย														
	ลูกชิ้นปลาเย็ส			ปลาบึกยอ			ปลาบึกแผ่นอบกรอบ			ไส้กรอกปลาเย็ส			ข้าวเกรียบปลาเผา		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		7.198**	.000		6.000**	.000		3.530**	.001		4.300**	.000		3.747**	.000
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	.042	.716	.475	-.057	-1.018	.310	.038	.519	.605	.155	2.239*	.027	.055	.786	.433
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	.098	1.478	.141	.095	1.591	.114	.015	.194	.846	.112	1.407	.161	.074	1.102	.272
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	.385	5.970**	.000	.460	7.527**	.000	.394	6.469**	.000	.191	2.771**	.006	.472	6.932**	.000
F4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	.364	5.811**	.000	.403	6.687**	.000	.436	6.295**	.000	.419	5.845**	.000	.294	4.858**	.000
F	42.154**			67.187**			50.611**			43.211**			47.024**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.495			.618			.545			.516			.524		
Adj. R ²	.483			.609			.534			.504			.513		
S.E.	.876			.865			.964			1.063			1.014		
Durbin-Watson	2.091			2.062			1.905			1.877			2.012		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.8 พบว่าทัศนคติต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือกของจังหวัดหนองคายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .385$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .364$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 48.30 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อลูกชิ้นปลาเยือกของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .876 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูลูกชิ้นปลาเยือกร้อยละ 51.70

ทัศนคติต่อเมนูปลาบิกยอของจังหวัดหนองคายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .460$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .403$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 60.90 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูปลาบิกยอของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .865 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูปลาบิกยอร้อยละ 39.10

ทัศนคติต่อเมนูปลาบิกแผ่นอบกรอบของจังหวัดหนองคายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .436$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .394$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 53.40 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูปลาบิกแผ่นอบกรอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .964 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูปลาบิกแผ่นอบกรอบร้อยละ 46.60

ทัศนคติต่อเมนูไส้กรอกปลาเยือกของจังหวัดหนองคายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .419$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .191$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 50.40 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเมนูไส้กรอกปลาเยือกของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ .1063 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูไส้กรอกปลาเยือกร้อยละ 49.60

ทัศนคติต่อเมนูข้าวเกรียบปลาเผาของจังหวัดหนองคายมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .472$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .294$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติร้อยละ 51.30 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อข้าวเกรียบปลาเผาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ 1.014 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูข้าวเกรียบปลาเผาร้อยละ 48.70

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย

X_1 คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_2 ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร

ตัวแปรตาม

Y_1 แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดหนองคาย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

H_1 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.9 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดหนองคาย

ความพึงพอใจต่อ เมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ	พฤติกรรมแนวโน้มการบริโภคต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย														
	ลูกชิ้นปลาเยือก			ปลาบึกยอ			ปลาบึกแผ่นอบกรอบ			ไส้กรอกปลาเยือก			ข้าวเกรียบปลาเผา		
	β	T	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		-1.665	.098		-2.859	.005		-1.746	.083		-1.303	.194		-.531	.596
E1. คุณค่าความเป็นอาหาร สุขภาพของรายการอาหารนี้	.084	1.659	.099	.204	4.259**	.000	.239	5.088**	.000	.216	4.262**	.000	.274	5.596**	.000
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติ ของรายการอาหารนี้ เปรียบเทียบกับรายการ อาหารอื่น ที่ท่านเคย รับประทาน	.744	14.740**	.000	.079	14.812**	.000	.695	14.830**	.000	.698	13.781**	.000	.654	13.346**	.000
F	137.392**			184.793**			187.497**			199.914**			180.59**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.606			.674			.679			.703			.672		
Adj. R ²	.601			.670			.676			.699			.669		
S.E.	.894			.97562			.945			.917			.970		
Durbin-Watson	1.982			1.899			1.738			1.913			1.865		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

($\beta = .274$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 66.90 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .970 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 33.10

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ที่มีผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรีประกอบด้วย

X_1 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

X_2 การตกแต่งและรูปลักษณ์

X_3 คุณค่าทางโภชนาการ

X_4 รสชาติอาหารที่ดี

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

Y_1 กัมมีมะนาว

Y_2 ข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงา

Y_3 ปลาอกกะแล้หยองรสธัญพืช

Y_4 ซอสมะนาวเข้มข้น

Y_5 ปูกรอบรสต้มยำ

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดเพชรบุรี

H_1 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนู ของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.10 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี														
	กัมมีมะนาว			ข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงา			ปลาอกกะแล้หยองรสฉัญพืช			ซอสมะนาวเข้มข้น			ปูกรอบรสต้มยำ		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		3.762**	.000		4.888**	.000		2.089	.038		1.325	.187		1.610	.109
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	-.034	-574	.567	.169	2.507	.013	.169	3.240**	.001	.138	2.708**	.007	.185	2.635*	.009
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	.056	.884	.378	-.019	-.256	.798	.008	.149	.881	.077	1.371	.172	.078	1.175	.242
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	.348	6.609**	.000	.283	4.506**	.000	.364	7.157**	.000	.453	9.692**	.000	.299	5.548	.000
F4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	.515	8.898**	.000	.376	5.638**	.000	.471	8.814**	.000	.398	7.760**	.000	.387	6.221**	.000
F	56.985**			31.516**			77.786**			86.448**			61.771*		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.259			.393			.627			.630			.560		
Adj. R ²	.520			.380			.619			.623			.551		
S.E.	.919			1.104			.969			.825			.994		
Durbin-Watson	1.734			1.897			1.760			2.156			1.945		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.10 พบว่าทัศนคติต่อกัมมีมะนาวของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .515$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .348$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 52.00 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อกัมมีมะนาวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .919 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูกัมมีมะนาวร้อยละ 48.00

ทัศนคติข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .376$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .283$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 38.00 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ 1.104 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาร้อยละ 62.00

ทัศนคติปลาอกกะแล้หอยรสธัญพืชของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .471$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .364$) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\beta = .196$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 61.90 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อปลาอกกะแล้หอยรสธัญพืชของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .969 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปลาอกกะแล้หอยรสธัญพืชร้อยละ 38.10

ทัศนคติต่อซอสมะนาวเข้มข้นของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .453$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .398$) และความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\beta = .138$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 62.30 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อซอสมะนาวเข้มข้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .825 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อซอสมะนาวเข้มข้นร้อยละ 37.70

ทัศนคติปุกรอบรสตั้มยำของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .387$) รองลงมาได้แก่ ความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ของรายการอาหาร ($\beta = .185$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 55.10 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อปุกรอบรสตั้มยำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .994 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปุกรอบรสตั้มยำร้อยละ 44.90

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหารมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่เข้มทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย

X_1 คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_2 ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร

ตัวแปรตาม

Y_1 แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

H_1 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.11 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเพชรบุรี

ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	พฤติกรรมแนวโน้มการบริโภคต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี														
	กัมมีมะนาว			ข้าวพองหน้าปลาหยอง โรยงา			ปลากะกั่วแห้งของรส ฉัญพืช			ขอสมะนาวเข้มข้น			ปุกรอบรสต้มยำ		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		-2.287	.023		.217	.829		.834	.405		-.612	.541		.567	.571
E1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	.203	4.450**	.000	.022	.474	.636	-	-.421	.674	.109	2.984**	.003	.159	3.290**	.001
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่นที่ท่านเคยรับประทาน	.703	15.387**	.000	.755	16.211**	.000	.876	20.494**	.000	.826	22.569**	.000	.716	14.816**	.000
F	225.318**			138.195**			292.525**			301.508**			182.727**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.684			.577			.751			.744			.650		
Adj. R ²	.681			.572			.748			.742			.646		
S.E.	.851			1.055			.805			.850			1.036		
Durbin-Watson	1.953			1.828			1.706			2.113			2.054		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจต่อเมนูแก้มมีมะนาวของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .703$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .203$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 68.10 ($\text{Adj } R^2$) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .851 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 31.90

ความพึงพอใจต่อข้าวพองหน้าปลาหยองโรยงาของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .755$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 57.20 ($\text{Adj } R^2$) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.055 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 42.80

ความพึงพอใจต่อปลาอกกะแล้หยองรสธัญพืชของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .876$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 74.80 ($\text{Adj } R^2$) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .805 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 25.20

ความพึงพอใจต่อเมนูซอสมะนาวเข้มข้นของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .826$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .109$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 74.20 ($\text{Adj } R^2$) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .850 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 25.80

ความพึงพอใจต่อเมนูปูกรอบรสต้มยำของจังหวัดเพชรบุรีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้

เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .716$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .159$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 64.60 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ 1.036 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 35.40

สมมติฐานที่ 7 ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ที่มีผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่เข้มทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย

X_1 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

X_2 การตกแต่งและรูปลักษณ์

X_3 คุณค่าทางโภชนาการ

X_4 รสชาติอาหารที่ดี

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Y_1 สะตออบกรอบปรุงรส

Y_2 ข้าวเกรียบหอยเจาะ

Y_3 หอยเจาะป่นสมุนไพร

Y_4 แยมกลางสาด

Y_5 เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ทศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ การตกแต่งและรูปลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหารที่ดี มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.12 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ที่คนคิดต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทัศนคติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี														
	สะตออบกรอบปรุงรส			ข้าวเกรียบหอยเจาะ			หอยเจาะป่นสมุนไพร			แยมกลางสาด			เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		8.578**	.000		5.575**	.000		6.300**	.000		4.972**	.000		3.231**	.001
F1. ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของรายการอาหารนี้	.003	.044	.965	.075	1.159	.248	.074	1.178	.240	.029	.457	.649	.037	.721	.472
F2. การตกแต่งและรูปลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น	-	-.229	.819	.059	.910	.364	.022	.325	.745	.132	2.078	.039	.000	.008	.994
F3. เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	.195	3.209**	.002	.242	4.237**	.000	.043	.708	.480	.324	5.242**	.000	.390	7.434**	.000
F4. รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี	.602	9.885**	.000	.564	9.575**	.000	.666	10.281**	.000	.431	6.837**	.000	.563	11.944**	.000
F	41.279**			61.876**			52.516**			62.071**			156.164**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.468			.580			.544			.580			.774		
Adj. R ²	.456			.571			.534			.570			.769		
S.E.	.779			.942			1.019			.879			.776		
Durbin-Watson	2.003			1.734			1.925			1.784			2.042		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ทักษณคติสะท้อนตอบกรอบปรุงรสของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .602$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .195$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 45.60 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อสะท้อนตอบกรอบปรุงรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .779 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูสะท้อนตอบกรอบปรุงรสร้อยละ 54.40

ทัศนคติข้าวเกรียบหอยเจาะของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .564$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .242$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 57.10 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อข้าวเกรียบหอยเจาะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .942 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะร้อยละ 42.90

ทัศนคติหอยเจาะป่นสมุนไพรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .666$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 53.40 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อหอยเจาะป่นสมุนไพรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .1019 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูหอยเจาะป่นสมุนไพรร้อยละ 46.60

ทัศนคติแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .431$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .324$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 57.10 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อแยมกลางสาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .879 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูแยมกลางสาดร้อยละ 43.00

ทัศนคติเยลลี่กลางสาดพร้อมดื่มของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารนี้มีรสชาติที่ดี ($\beta = .563$) รองลงมาได้แก่ เมนูนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\beta = .390$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 76.90 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณการความพึงพอใจต่อเอกลักษณ์ทางชาติพร้อมดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ .776 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูเอกลักษณ์ทางชาติพร้อมดื่มร้อยละ 23.10

สมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย

X_1 คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_2 ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร

ตัวแปรตาม

Y_1 แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ความคิดเห็นต่อรสชาติของอาหาร มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.13 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความพึงพอใจต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ	แนวโน้มพฤติกรรมบริโภคต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี														
	สะตออบกรอบปรุงรส			ข้าวเกรียบหอยเจาะ			หอยเจาะป่นสมุนไพร			แยมกลางสาด			เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant		-.140	.889		-2.394	.018		-.724	.470		-1.792	.075		-1.185	.237
E1. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพของรายการอาหารนี้	.020	.427	.670	.078	1.893	.060	.054	1.116	.266	.141	2.981**	.003	.176	3.182**	.002
E2. ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ที่ท่านเคยรับประทาน	.788	16.741**	.000	.827	20.073**	.000	.804	16.475**	.000	.747	15.761**	.000	.722	13.079**	.000
F	162.728**			263.794**			207.651**			204.031**			263.788**		
Sig.	.000			.000			.000			.000			.000		
R ²	.633			.744			.696			.682			.738		
Adj. R ²	.629			.741			.693			.680			.736		
S.E.	.915			.932			.1009			.955			.922		
Durbin-Watson	.175			1.890			1.975			2.053			1.931		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจต่อเมนูสะอาดอบกรอบปรุงของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .788$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 62.90 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .915 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 37.10

ความพึงพอใจต่อเมนูข้าวเกรียบหอยเจาะของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .827$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 74.10 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .932 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 25.90

ความพึงพอใจต่อเมนูหอยเจาะป่นสมุนไพรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .804$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 69.30 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .1009 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 30.70

ความพึงพอใจต่อเมนูแยมกลางสาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .747$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .141$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 68.00 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เท่ากับ .955 แสดงว่า

มีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 32.00

ความพึงพอใจต่อเมนูเฮลตี้กลางสาดพร้อมดื่มของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรสชาติของรายการอาหารนี้เปรียบเทียบกับรายการอาหารอื่น ($\beta = .722$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = .176$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 73.60 (Adj R^2) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เท่ากับ .922 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 26.40

(2) แรงจูงใจผลักดัน (Push Motivation) ประกอบด้วย (1) ความชอบในการบริโภครายการอาหารใหม่ (2) การกลัวต่อการบริโภครายการอาหารใหม่ (3) ประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม (4) การแสวงหาความแปลกใหม่ (5) ความหวังใยในสุขภาพ (6) คุณค่าด้านอารมณ์จากความสุข ความเพลิดเพลิน (7) ประสบการณ์การเรียนรู้ จากการบริโภคอาหารไทยในอดีต (9) ความคุ้มค่าที่รับรู้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
1. ด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่												
B1. การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้	5.61	1.30	มาก/1	5.76	1.26	มาก/1	5.71	1.21	มาก/1	5.55	1.33	มาก/1
B2. การรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่น ๆ ที่ท่านรู้จัก	4.90	1.52	ค่อนข้างมาก /3	4.82	1.69	ค่อนข้างมาก /3	4.90	1.68	ค่อนข้างมาก /3	4.81	1.58	ค่อนข้างมาก /3
B3. ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับ การทาน	5.02	1.53	ค่อนข้างมาก /2	4.87	1.54	ค่อนข้างมาก /2	5.07	1.64	ค่อนข้างมาก /2	5.01	1.57	ค่อนข้างมาก /2
รวม	5.17	1.15	ค่อนข้างมาก	5.14	1.63	ค่อนข้างมาก	5.22	1.20	ค่อนข้างมาก	5.12	1.12	ค่อนข้างมาก
2. ด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่												
B4. ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่ที่จะทำให้ท่านผิดหวัง	3.68	1.82	ปานกลาง/1	3.68	1.76	ปานกลาง/1	3.81	1.76	ปานกลาง /1	3.86	1.72	ปานกลาง/1
B5. ท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภค รายการอาหารใหม่	3.34	1.96	ค่อนข้างน้อย /2	3.18	1.78	ค่อนข้างน้อย /3	3.50	1.92	ค่อนข้าง น้อย/3	3.66	2.01	ปานกลาง/2
B6. เมื่อท่านซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัว ว่าท่านจะเสียเงินฟรี	3.68	1.78	ปานกลาง/1	3.61	1.72	ปานกลาง/2	3.66	1.75	ปานกลาง /2	3.58	1.89	ปานกลาง/3

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ตัวแปร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
รวม	3.575	1.33	ค่อนข้างน้อย	3.46	1.36	ค่อนข้างน้อย	3.65	1.311	ปานกลาง	3.68	1.32	ปานกลาง
3. ด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม												
B7. ท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานรายการอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น	5.83	1.32	มาก/3	5.99	1.22	มาก/1	5.94	1.23	มาก/3	5.90	1.205	มาก/2
B8. ท่านต้องการบริโภครายการอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น	5.88	1.35	มาก/2	5.84	1.31	มาก/3	6.00	1.05	มาก/2	5.81	1.26	มาก/3
B9. ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น	5.91	1.37	มาก/1	5.91	1.29	มาก/2	6.03	1.21	มาก/1	5.94	1.26	มาก/1
รวม	5.88	1.13	มาก	5.91	1.10	มาก	5.99	.979	มาก	5.88	1.02	มาก
4. ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่												
B10. ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ	5.61	1.40	มาก/1	5.65	1.32	มาก/2	5.59	1.29	มาก/2	5.46	1.35	มาก/2
B11. การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเลยเป็นอุดมคติของท่าน	5.58	1.49	มาก/2	5.69	1.37	มาก/1	5.72	1.34	มาก/1	5.58	1.38	มาก/1
B12. ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนเลย	5.44	1.43	มาก/3	5.48	1.31	มาก/3	5.44	1.23	มาก/3	5.26	1.48	ค่อนข้างมาก /3

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ตัวแปร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
รวม	5.56	1.26	มาก	5.61	1.16	มาก	5.58	1.14	มาก	5.43	1.21	มาก
5. ด้านความห่วงใยในสุขภาพ												
B13. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	5.44	1.46	มาก/1	5.12	1.74	ค่อนข้างมาก /1	5.67	1.47	มาก/1	5.62	1.53	มาก/1
B14. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.83	1.62	ค่อนข้างมาก /2	4.32	1.70	ปานกลาง/2	4.82	1.63	ค่อนข้างมาก/2	4.75	1.61	ค่อนข้างมาก /2
B15. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ	4.66	1.67	ค่อนข้างมาก /3	4.31	1.710	ปานกลาง/3	4.63	1.769	ค่อนข้างมาก/3	4.55	1.72	ค่อนข้างมาก /3
รวม	4.96	1.33	ค่อนข้างมาก	4.58	1.40	ค่อนข้างมาก	5.03	1.36	ค่อนข้างมาก	4.97	1.36	ค่อนข้างมาก
6. ด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน												
B16. การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน	6.29	1.26	มากที่สุด/1	6.35	1.13	มากที่สุด/1	6.37	1.01	มากที่สุด/1	6.37	1.06	มากที่สุด/1
B17. ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกว่าคุณได้หยุดพัก	6.22	1.10	มากที่สุด/2	6.20	1.05	มากที่สุด/2	6.30	.930	มากที่สุด/2	6.26	1.08	มากที่สุด/2
รวม	6.26	1.09	มากที่สุด	6.27	.96	มากที่สุด	6.33	.86	มากที่สุด	5.92	1.01	มาก
7. ด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีต												
B19. ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการ	5.97	1.23	มาก/2	5.89	1.36	มาก/2	6.05	1.09	มาก/2	5.98	1.192	มาก/2

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ตัวแปร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
รับประทานอาหารไทย												
B20. ท่านพอใจในการบริโภครายการอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ	5.78	1.20	มาก/3	5.70	1.23	มาก/3	5.84	1.04	มาก/3	5.66	1.191	มาก/3
B21. จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย	6.03	1.18	มาก/1	6.13	1.25	มาก/1	6.18	.96	มากที่สุด/1	6.13	1.04	มาก/1
รวม	5.939	1.06	มาก	5.93	1.07	มาก	6.03	.83	มาก	5.92	.95	มาก
8. ด้านความคุ้มค่าที่รับรู้												
B22. อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม	6.00	1.21	มาก/1	5.93	1.31	มาก/1	5.92	1.22	มาก/1	5.99	1.24	มาก/1
B23. เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกที่ได้รับประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	5.64	1.32	มาก/2	5.77	1.229	มาก/2	5.77	1.004	มาก/2	5.86	1.084	มาก/2
B24. ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ	5.55	1.25	มาก/3	5.57	1.15	มาก/3	5.66	1.059	มาก/3	5.59	1.085	มาก/3
รวม	5.73	1.06	มาก	5.77	1.01	มาก	5.78	.902	มาก	5.81	.898	มาก

จากตารางที่ 4.1 (เชิงสราย) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.61$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.02$) และการรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่น ๆ ที่ท่านรู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.90$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่จะทำให้ท่านผิดหวัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.68$), การซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาได้แก่ ท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภครายการอาหารใหม่อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.34$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.91$) รองลงมาได้แก่ ท่านต้องการบริโภครายการอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.88$) และท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.83$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภครายการอาหารใหม่ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.61$) รองลงมาได้แก่ การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเลยเป็นอุดมคติของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.58$) และ ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนเลย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.44$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความห่วงใยในสุขภาพของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นด้านความห่วงใยในสุขภาพ อันดับหนึ่งได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.44$) รองลงมาได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.83$) และ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.66$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสนุกสนานเพลิดเพลินของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสนุกสนานเพลิดเพลินอันดับหนึ่งได้แก่ การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.29$) รองลงมาได้แก่ ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกที่ท่านได้หยุดพัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.22$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตอันดับหนึ่งได้แก่ จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.03$) รองลงมาได้แก่ ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.97$) และ ท่านพอใจในการบริโภครายการอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.78$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้อันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.00$) รองลงมาได้แก่ เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกว่าได้ประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.64$) และ ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.55$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.1 (หนองคาย) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.76$)รองลงมาได้แก่ ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่

เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับอาหารทาน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.87$) และ การรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่น ๆ ที่ท่านรู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.82$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่จะทำให้ท่านผิดหวัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาได้แก่ การซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.61$) และท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภครายการอาหารใหม่อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.18$) และตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิมของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานรายการอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.99$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.91$) และท่านต้องการบริโภครายการอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.84$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเคยเป็นอุดมคติของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.69$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.65$) และ ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนเลย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.48$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความหวังใยในสุขภาพของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความหวังใยในสุขภาพ อันดับหนึ่งได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.12$) รองลงมาได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.32$) และส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.31$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุข ความเพลิดเพลินของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลินอันดับหนึ่งได้แก่ การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.35$) รองลงมาได้แก่ ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกที่ท่านได้หยุดพัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.20$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตอันดับหนึ่งได้แก่ จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.13$) รองลงมาได้แก่ ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.89$) และท่านพอใจในการบริโภครายการอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.70$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้อันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.93$) รองลงมาได้แก่ เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกว่าได้ประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.77$) และ ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.57$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.1 (เพชรบุรี) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.71$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.07$) และการรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่นๆ ที่ท่านรู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.90$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่จะทำให้ท่านผิดหวัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาได้แก่ การซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.66$) และท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภครายการอาหารใหม่อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิมของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.03$) รองลงมาได้แก่ ท่านต้องการบริโภครายการอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.00$) และท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานรายการอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.94$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภครายการอาหารใหม่ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเลยเป็นอุดมคติของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.72$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.59$) และ ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนเลย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.44$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความห่วงใยในสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นด้านความห่วงใยในสุขภาพ อันดับหนึ่งได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.67$) รองลงมาได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.82$) และส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.63$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลินของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลิน อันดับหนึ่งได้แก่ การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.37$) รองลงมาได้แก่ ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกว่าคุณได้หยุดพัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.30$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีต อันดับหนึ่งได้แก่ จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.18$) รองลงมาได้แก่ ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.05$) และท่านพอใจในการบริโภครายการอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.84$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้อันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.92$) รองลงมาได้แก่ เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกว่าได้ประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.77$) และ ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.66$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.1 (สุราษฎร์ธานี) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความชอบในการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.55$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.01$) และการรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่น ๆ ที่ท่านรู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.81$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการกลัวต่อการบริโภคอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่จะทำให้ท่านผิดหวัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาได้แก่ ท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภคอาหารใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.56$) และการซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่เป็นความดั้งเดิม อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.94$) รองลงมาได้แก่ ท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.90$) และ ท่านต้องการบริโภคอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.81$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภคอาหารใหม่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.43$) เมื่อพิจารณา

เป็นรายชื่อ พบว่า ความคิดเห็นการแสวงหาความแปลกใหม่ ในการบริโภครายการอาหารใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเลยเป็นอุดมคติของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.58$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.46$) และ ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนเลย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.26$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความหวังในสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่าความคิดเห็นด้านความหวังในสุขภาพ อันดับหนึ่งได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.62$) รองลงมาได้แก่ ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.75$) และส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.97$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลินของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่าความคิดเห็นด้านคุณค่าด้านอารมณ์จากความสุขความเพลิดเพลินอันดับหนึ่งได้แก่ การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.37$) รองลงมาได้แก่ ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกที่ท่านได้หยุดพัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.26$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่าความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการบริโภคอาหารไทยในอดีตอันดับหนึ่งได้แก่ จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.13$) รองลงมาได้แก่ ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.98$) และท่านพอใจในการบริโภครายการอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.66$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้อันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.99$) รองลงมาได้แก่ เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกว่าได้ประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.86$) และ ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.59$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยตั้ง

ปัจจัยตั้ง	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
C1. ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม	6.28	1.03	มากที่สุด/1	6.27	1.03	มากที่สุด/1	6.30	.90	มากที่สุด/1	6.22	1.03	มากที่สุด/1
C2. ท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการ	5.15	1.48	ค่อนข้างมาก /3	4.86	1.53	ค่อนข้างมาก /3	5.22	1.47	ค่อนข้างมาก /3	5.03	1.51	ค่อนข้างมาก /3
C3. ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน	5.57	1.39	มาก/2	5.31	1.56	มาก/2	5.58	1.39	มาก/2	5.58	1.44	มาก/2
รวม	5.66	1.08	มาก	5.47	1.09	มาก	5.69	.98	มาก	5.60	.97	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยตั้งของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยตั้งอันดับหนึ่งได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.28$) รองลงมาได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.57$) และท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.15$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยตั้งของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยตั้งอันดับหนึ่งได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.27$) รองลงมาได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.31$) และท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.86$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดอันดับหนึ่งได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.30$) รองลงมาได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.58$) และท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดอันดับหนึ่งได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 6.22$) รองลงมาได้แก่ ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.58$) และท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่าตรา (Brand equity) : การรู้จักตรา (Brand awareness) และภาพลักษณ์ (Brand Image)

ด้านคุณค่าตรา	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล/อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล/อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล/อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล/อันดับ
D1. ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน	5.49	1.38	ดี/4	5.39	1.51	ดี/4	5.33	1.44	ดี/4	5.48	1.32	ดี/4
D2. เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว	5.74	1.29	ดี/2	5.78	1.23	ดี/2	5.69	1.22	ดี/3	5.68	1.23	ดี/2
D3. อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี	6.13	1.07	ดี/1	6.12	1.07	ดี/1	6.23	.85	ดีมาก/1	6.05	1.077	ดี/1
D4. อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	5.61	1.276	ดี/3	5.58	1.22	ดี/3	5.73	1.04	ดี/2	5.64	1.22	ดี/3
D5. ภาพลักษณ์ของอาหารไทยมีอัตลักษณ์ของแต่ละภาค	5.15	1.28	ค่อนข้างดี/5	4.96	1.49	ค่อนข้างดี/5	5.22	1.35	ค่อนข้างดี/5	5.17	1.28	ค่อนข้างดี/5
รวม	5.64	.91	ดี	5.57	.91	ดี	5.63	.80	ดี	5.60	.88	ดี

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าตราของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าตราอันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 6.13$) รองลงมาได้แก่ เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.74$) อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.61$) ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.49$) และภาพลักษณ์ของอาหารไทยมีอัตลักษณ์ของแต่ละภาค อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.15$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าตราของจังหวัดหนองคายในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าตราอันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 6.12$) รองลงมาได้แก่ เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.78$) อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.58$) ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.39$) และภาพลักษณ์ของอาหารไทยมีอัตลักษณ์ของแต่ละภาค อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.96$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าตราของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าตราอันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 6.23$) รองลงมาได้แก่ อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.73$) เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.69$) ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.33$) และภาพลักษณ์ของอาหารไทยมีอัตลักษณ์ของแต่ละภาค อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.22$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณค่าตราของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณค่าตราอันดับหนึ่งได้แก่ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 6.05$) รองลงมาได้แก่ เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.68$) อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.64$) ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.48$) และภาพลักษณ์ของอาหารไทยมีอัตลักษณ์ของแต่ละภาค อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสื่อสารการตลาด : ข้าวสาร

การสื่อสารการตลาด : ข้าวสาร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
G1. การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป	5.53	1.16	มาก/1	5.22	1.46	ค่อนข้างมาก /1	5.36	1.27	มาก/2	5.33	1.32	มาก/1
G2. การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น	5.34	1.40	มาก/4	4.92	1.61	ค่อนข้างมาก /5	5.11	1.53	ค่อนข้างมาก /4	5.14	1.46	ค่อนข้างมาก /3
G3. การรับรองรายการอาหารใหม่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้บริโภคเมนูนั้น	3.58	1.88	ปานกลาง/6	3.58	1.80	ปานกลาง /6	3.76	1.83	ปานกลาง/6	3.46	1.76	ค่อนข้างน้อย/6
G4. การส่งเสริมการขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี	5.14	1.35	ค่อนข้างมาก /5	4.96	1.59	ค่อนข้างมาก /4	5.02	1.61	ค่อนข้างมาก /5	4.88	1.52	ค่อนข้างมาก/5
G5. การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น	5.45	1.16	มาก/2	5.06	1.50	ค่อนข้างมาก /2	5.40	1.32	มาก/1	5.23	1.28	ค่อนข้างมาก /2
G6. การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น	5.39	1.38	มาก/3	5.01	1.58	ค่อนข้างมาก /3	5.22	1.40	ค่อนข้างมาก /3	5.09	1.40	ค่อนข้างมาก /4
รวม	5.08	.84	ค่อนข้างมาก	4.80	1.07	ค่อนข้างมาก	4.98	.99	ค่อนข้างมาก	4.86	.90	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดอันดับหนึ่งได้แก่ การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.53$) รองลงมาได้แก่ การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.45$) การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.39$) การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.34$) การส่งเสริมการขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.14$) และการรับรองรายการอาหารใหม่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้บริโภคเมนูนั้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดอันดับหนึ่งได้แก่ การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.22$) รองลงมาได้แก่ การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.06$) การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.01$) การส่งเสริมการขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.96$) การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.92$) และการรับรองรายการอาหารใหม่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้บริโภคเมนูนั้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดอันดับหนึ่งได้แก่ การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.40$) รองลงมาได้แก่ การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.36$) การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.22$) การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.11$) การส่งเสริมการ

ขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.02$) และการรับรองรายการอาหารใหม่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้บริโภคนั้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดอันดับหนึ่งได้แก่ การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.33$) รองลงมาได้แก่ การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.23$) การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.14$) การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.09$) การส่งเสริมการขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.88$) และการรับรองรายการอาหารใหม่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้บริโภคนั้น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
H1. ท่านจะสามารถรับรู้รายการอาหารใหม่ได้จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	4.95	1.69	ค่อนข้างมาก/5	5.04	1.60	ค่อนข้างมาก/4	5.24	1.52	ค่อนข้างมาก/5	5.20	1.55	ค่อนข้างมาก/5
H2. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากโปสเตอร์โฆษณาที่ติดอยู่ภายในร้าน/หน้าร้าน	5.21	1.38	ค่อนข้างมาก/3	5.17	1.41	ค่อนข้างมาก/3	5.34	1.39	มาก/3	5.27	1.32	ค่อนข้างมาก/3
H3. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากแคตตาล็อกเมนูอาหารของร้าน	5.26	1.41	ค่อนข้างมาก/2	5.19	1.47	ค่อนข้างมาก/2	5.44	1.32	มาก/2	5.24	1.43	ค่อนข้างมาก/4
H4. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่ผ่านทางชุมชนออนไลน์หรือชุมชนเสมือนจริง เช่น บล็อก ไลน์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ สังกอมออนไลน์	5.03	1.79	ค่อนข้างมาก/4	4.95	1.72	ค่อนข้างมาก/5	5.29	1.65	ค่อนข้างมาก/4	5.28	1.56	ค่อนข้างมาก/2
H5. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากเพื่อน ญาติ คน รู้จัก	5.59	1.40	มาก/1	5.49	1.46	มาก/1	5.65	1.41	มาก/1	5.62	1.46	มาก/1
รวม	5.02	1.08	ค่อนข้างมาก	5.183	1.01	ค่อนข้างมาก	5.43	.99	มาก	5.31	.93	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากเพื่อน ญาติ คน รู้จัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.59$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากแคตตาล็อกเมนูอาหารของร้าน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.26$) ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากโปสเตอร์โฆษณาที่ติดอยู่ภายในร้าน/หน้าร้าน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งการประกอบการอาหาร

ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งการ ประกอบการอาหาร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
1. ความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ (Engagement)												
11. ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคล อื่น	5.21	1.36	ค่อนข้างมาก /2	5.10	1.63	ค่อนข้างมาก /1	5.22	1.45	ค่อนข้างมาก /1	5.16	1.36	ค่อนข้างมาก /1
12. ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหาร ใหม่มากขึ้น	5.27	1.37	ค่อนข้างมาก /1	4.94	1.70	ค่อนข้างมาก /2	5.11	1.49	ค่อนข้างมาก /2	5.14	1.40	ค่อนข้างมาก /2
13. ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้ รับประทานรายการอาหารใหม่	4.99	1.53	ค่อนข้างมาก /3	4.59	1.83	ค่อนข้างมาก /3	4.83	1.60	ค่อนข้างมาก /3	4.80	1.53	ค่อนข้างมาก /3
รวม	5.16	1.20	ค่อนข้างมาก	4.87	1.54	ค่อนข้างมาก	5.06	1.33	ค่อนข้างมาก	5.03	1.19	ค่อนข้างมาก
2. สังคม/ชุมชนของลูกค้า (Community)												
14. ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหาร ใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกัน	4.62	1.59	ค่อนข้างมาก /1	4.49	1.61	ค่อนข้างมาก /1	4.65	1.58	ค่อนข้างมาก/ 1	4.56	1.57	ค่อนข้างมาก /1
15. รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคน ประเภทเดียวกับท่าน	4.40	1.55	ปานกลาง/2	3.92	1.63	ปานกลาง/2	4.38	1.62	ปานกลาง /2	4.21	1.63	ปานกลาง/2
16. ท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่ รับประทานรายการอาหารใหม่	3.90	1.77	ปานกลาง/3	3.82	1.89	ปานกลาง/3	3.96	1.75	ปานกลาง /3	3.85	1.69	ปานกลาง/3
รวม	4.30	1.44	ปานกลาง	4.07	1.49	ปานกลาง	4.32	1.48	ปานกลาง	4.19	1.43	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหารใหม่มากขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.27$) รองลงมาได้แก่ ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.21$) และ ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้รับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.99$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกัน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคนประเภทเดียวกับท่าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.40$) และท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.10$) รองลงมาได้แก่ ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหารใหม่มากขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.94$) และ ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้รับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.59$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคนประเภทเดียวกับท่าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.92$) และท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.22$) รองลงมาได้แก่ ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหารใหม่มากขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.11$) และ ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้รับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.83$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคนประเภทเดียวกับท่าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.38$) และท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันทางใจ/สัญญาใจ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.16$) รองลงมาได้แก่ ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหารใหม่มากขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.14$) และ ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้รับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.80$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านสังคม/ชุมชนของลูกค้ำ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกัน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคนประเภทเดียวกับท่าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.21$) และท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณสมบัติของรายการอาหารสุภาพใหม่

คุณสมบัติของรายการอาหารสุภาพใหม่	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
j1.ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้	5.28	1.33	ค่อนข้างดี/1	4.55	1.65	ค่อนข้างดี/1	5.07	1.45	ค่อนข้างดี /1	4.99	1.41	ค่อนข้างดี/1
j2.การจัดแสดงรายการอาหารสุภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้	5.02	1.45	ค่อนข้างดี/3	4.39	1.72	ปานกลาง/2	4.74	1.55	ค่อนข้างดี /3	4.70	1.43	ค่อนข้างดี/3
j3.รายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน	5.12	1.56	ค่อนข้างดี/2	4.35	1.89	ปานกลาง/3	4.95	1.70	ค่อนข้างดี /2	4.87	1.71	ค่อนข้างดี/2
รวม	5.13	1.28	ค่อนข้างดี	4.44	1.54	ค่อนข้างดี	4.91	1.36	ค่อนข้างดี	4.85	1.30	ค่อนข้างดี

จากตารางที่ 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.28$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.12$) และการจัดแสดงรายการอาหารสุขภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.02$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาได้แก่ การจัดแสดงรายการอาหารสุขภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.39$) และรายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ ของจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 5.07$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.95$) และการจัดแสดงรายการอาหารสุขภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.74$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นด้านคุณสมบัติของรายการอาหารสุขภาพใหม่ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.99$) รองลงมาได้แก่ รายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.87$) และการจัดแสดงรายการอาหารสุขภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวม	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{x}	SD	แปลผล /อันดับ
k1. ท่านคิดว่าการตัดสินใจรับประทานรายการอาหารใหม่เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	5.16	1.30	ค่อนข้างมาก /2	4.50	1.67	ค่อนข้างมาก /1	4.83	1.47	ค่อนข้างมาก /3	4.90	1.36	ค่อนข้างมาก /1
k2. เมื่อพิจารณาทุกสิ่งโดยรวมแล้ว ท่านพึงพอใจในการรับประทานรายการอาหารใหม่	5.18	1.27	ค่อนข้างมาก /1	4.45	1.59	ค่อนข้างมาก /2	4.90	1.43	ค่อนข้างมาก /1	4.83	1.37	ค่อนข้างมาก /2
k3. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมในการรับประทานรายการอาหารใหม่	5.08	1.25	ค่อนข้างมาก /3	4.42	1.53	ค่อนข้างมาก /3	4.89	1.42	ค่อนข้างมาก 2	4.71	1.44	ค่อนข้างมาก /3
ความพึงพอใจโดยรวม	5.13	1.17	ค่อนข้างมาก	4.45	1.48	ค่อนข้างมาก	4.87	1.31	ค่อนข้างมาก	4.81	1.27	ค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
ความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคต												
L1. ถ้าท่านต้องการเลือกรายการอาหารท่านมักจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้	4.72	1.37	ค่อนข้างมาก /3	3.98	1.71	ปานกลาง/1	4.41	1.57	ปานกลาง /1	4.29	1.52	ปานกลาง /1
L2. โอกาสที่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อีก	4.75	1.41	ค่อนข้างมาก /1	3.90	1.64	ปานกลาง/2	4.39	1.53	ปานกลาง /2	4.23	1.55	ปานกลาง /2
L3. การเลือกรายการอาหารในครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้	4.73	1.36	ค่อนข้างมาก /2	3.87	1.70	ปานกลาง/3	4.35	1.63	ค่อนข้างน้อย/3	4.16	1.62	ปานกลาง /3
รวม	4.71	1.27	ค่อนข้างมาก	3.92	1.59	ปานกลาง	4.38	1.50	ปานกลาง	4.22	1.48	ปานกลาง
ความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ												
L4. โอกาสที่ท่านจะแนะนำ/บอกต่อรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น	4.75	1.45	ค่อนข้างมาก /3	3.92	1.69	ปานกลาง/3	4.41	1.69	ปานกลาง /3	4.36	1.61	ปานกลาง /3
L5. ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกรายการอาหารใหม่นี้	4.91	1.40	ค่อนข้างมาก /2	4.02	1.68	ปานกลาง/2	4.49	1.63	ค่อนข้างมาก /2	4.41	1.59	ปานกลาง /2
L6. ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น	5.19	1.38	ค่อนข้างมาก /1	4.46	1.71	ค่อนข้างมาก /1	4.80	1.53	ค่อนข้างมาก /1	4.92	1.467	ค่อนข้างมาก /1
รวม	4.94	1.32	ค่อนข้างมาก	4.13	1.59	ปานกลาง	4.56	1.51	ค่อนข้างมาก	4.56	1.44	ค่อนข้างมาก
ความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง												

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
L7. ถ้าราคาของรายการอาหารใหม่สูงขึ้น ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปรับประทานรายการอาหารอื่น	4.05	1.65	ปานกลาง/1	3.38	1.64	ค่อนข้างน้อย /1	3.80	1.71	ปานกลาง /1	3.68	1.78	ปานกลาง /1
L8. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้น เพื่อรับประทานรายการอาหารใหม่	3.62	1.51	ปานกลาง/2	3.07	1.59	ค่อนข้างน้อย /2	3.35	1.61	ค่อนข้างน้อย /2	3.18	1.54	ค่อนข้างน้อย /2
L9. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารรายการอาหารใหม่นี้มากกว่าเมนูอื่น	3.06	1.56	ค่อนข้างน้อย /3	2.51	1.48	น้อย/3	2.94	1.62	ค่อนข้างน้อย /3	2.76	1.52	ค่อนข้างน้อย /3
รวม	3.57	1.29	ค่อนข้างน้อย	2.99	1.37	ค่อนข้างน้อย	3.37	1.41	ค่อนข้างน้อย	3.20	1.38	ค่อนข้างน้อย

จากตารางที่ 4.22 (เชียงราย) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคตของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคต อันดับหนึ่งได้แก่ โอกาสที่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้อีก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมาได้แก่ การเลือกรายการอาหารในครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.73$) และถ้าท่านต้องการเลือกรายการอาหารท่านมักจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.72$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.19$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.91$) และโอกาสที่ท่านจะแนะนำ/บอกต่อรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.75$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าราคาของรายการอาหารใหม่สูงขึ้น ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปรับประทานรายการอาหารอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้น เพื่อรับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.62$) และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารรายการอาหารใหม่นี้มากกว่าเมนูอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคตของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคต อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าท่านต้องการเลือกรายการอาหารท่านมักจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาได้แก่ โอกาสที่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.90$) และการเลือกรายการอาหารในครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.02$) และโอกาสที่ท่านจะแนะนำ/บอกต่อรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงอันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าราคาของรายการอาหารใหม่สูงขึ้น ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปรับประทานรายการอาหารอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.38$) รองลงมาได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้น เพื่อรับประทานรายการอาหารใหม่ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.07$) และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารรายการอาหารใหม่นี้มากกว่าเมนูอื่น อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.51$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคตของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคต อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าท่านต้องการเลือกรายการอาหารท่านมักจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาได้แก่ โอกาสที่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.39$) และการเลือกรายการอาหารในครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.49$) และโอกาสที่ท่านจะแนะนำ/บอกต่อรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงอันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าราคาของรายการอาหารใหม่สูงขึ้น ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปรับประทานรายการอาหารอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้น เพื่อรับประทานรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.35$) และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารรายการอาหารใหม่นี้มากกว่าเมนูอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.94$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคตของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะบริโภคเมนูใหม่ในอนาคต อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าท่านต้องการเลือกรายการอาหารท่านมักจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาได้แก่ โอกาสที่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้อีก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.23$) และการเลือกรายการอาหารในครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะเลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.16$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.41$) และโอกาสที่ท่านจะแนะนำ/บอกต่อรายการอาหารใหม่นี้ให้กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงอันดับหนึ่งได้แก่ ถ้าราคาของรายการอาหารใหม่สูงขึ้น ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปรับประทานรายการอาหารอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้น เพื่อรับประทานรายการอาหารใหม่นี้ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 3.18$) และท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับอาหารรายการอาหารใหม่นี้มากกว่าเมนูอื่น อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร

การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	เมนูอาหารของแต่ละจังหวัด											
	เชียงราย			หนองคาย			เพชรบุรี			สุราษฎร์ธานี		
	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ	\bar{X}	SD	แปลผล /อันดับ
M1. คาดว่าท่านจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่างๆที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้	4.93	1.36	ค่อนข้างมาก /4	4.47	1.60	ค่อนข้างมาก /4	4.81	1.44	ค่อนข้างมาก /4	4.77	1.34	ค่อนข้างมาก 3
M2. ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้	5.28	1.24	ค่อนข้างมาก /3	4.91	1.49	ค่อนข้างมาก /2	5.06	1.41	ค่อนข้างมาก /2	5.09	1.37	ค่อนข้างมาก 2
M3. ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	5.31	1.26	มาก/2	4.90	1.57	ค่อนข้างมาก /3	5.10	1.42	ค่อนข้างมาก /1	5.18	1.41	ค่อนข้างมาก /1
M4. ถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต	5.22	1.29	ค่อนข้างมาก /1	4.96	1.51	ค่อนข้างมาก /1	4.87	1.54	ค่อนข้างมาก /3	4.77	1.52	ค่อนข้างมาก 3
รวม	5.20	1.06	ค่อนข้างมาก	4.80	1.32	ค่อนข้างมาก	4.96	1.26	ค่อนข้างมาก	4.94	1.21	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ของจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.22$) รองลงมาได้แก่ ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.31$) ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.28$) และคาดว่าจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.93$) ตามลำดับ

ท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ของจังหวัดหนองคาย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง อันดับหนึ่งได้แก่ ถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.96$) รองลงมาได้แก่ ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.91$), ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.90$), และคาดว่าจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.47$) ตามลำดับ

ท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.10$) รองลงมาได้แก่ ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.06$), ถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.87$) และคาดว่าจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.81$) ตามลำดับ

ท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหารของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นด้านความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง อันดับหนึ่งได้แก่ ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้

มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.18$) รองลงมาได้แก่ ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.09$) คาดว่าท่านจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่างๆที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.77$) และถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.77$) ตามลำดับ

(3) การประเมินความเชื่อมั่นและองค์ประกอบของสเกล (Scale Dimensionality and Reliability) ผู้วิจัยได้นำตัวแปรบางตัวมาทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มของคำถามที่มีประเด็นของการวัดคล้ายคลึงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรที่มีผลต่อ ความพึงพอใจโดยรวม ความตั้งใจซื้อโดยรวม ความตั้งใจแนะนำโดยรวม และความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านรสชาติ	
B21. จากประสบการณ์ในอดีตของท่าน ท่านชอบรับประทานอาหารไทย	.812
B19. ท่านเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการรับประทานอาหารไทย	.781
D3.อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดี	.732
B20. ท่านพอใจในการบริโภคอาหารใหม่ในประเทศไทยทุกครั้ง จึงเป็นแรงจูงใจให้ท่านบริโภคซ้ำ	.692
D4.อาหารไทยมีความหลากหลาย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	.607
D1. ท่านรู้จักอาหารไทยและได้ยินชื่อเสียงของอาหารไทยมาก่อน	.552
B7. ท่านได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานรายการอาหารที่มีความดั้งเดิมในท้องถิ่น	.450
C1. ท่านเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติดี กลมกล่อม	.450
Eigenvalue	11.45
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	42.76
Cronbach Alpha	

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	
B15. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ	.849
B14. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ	.841
C2. ท่านเลือกรายการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณค่า และคุณค่าทางโภชนาการ	.727
C3. ท่านเลือกรายการอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน	.659
B13. ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกรายการอาหารใหม่ที่สะอาดปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	.622
Eigenvalue	5.01
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	55.55
Cronbach Alpha	
ด้านรสชาติอาหารซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	
I5. รายการอาหารใหม่เป็นที่นิยมโดยคนประเภทเดียวกับท่าน	.817
I6. ท่านรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่	.777
I4. ท่านกับบุคคลที่รับประทานรายการอาหารใหม่นี้เป็นคนประเภทเดียวกัน	.726
j2.การจัดแสดงรายการอาหารสุขภาพเหล่านี้สามารถจูงใจให้ท่านบริโภคได้	.514
j3.รายการอาหารเหล่านี้มีกลิ่นหอมชวนให้รับประทาน	.505
j1.ท่านชื่นชอบในรสชาติของรายการอาหารเหล่านี้	.495
Eigenvalue	3.66
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	42.709
Cronbach Alpha	
ด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	
M3. ท่านประเมินแล้วว่ารายการอาหารนี้มีคุณค่าจากนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	.857

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
M2. ท่านมีความสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้	.841
M1. คาดว่าท่านจะเกิดการเรียนรู้ในนวัตกรรมต่างๆที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรายการอาหารนี้	.785
M4. ถ้ามีการพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้ท่านสนใจซื้อรายการอาหารนี้อีกในอนาคต	.694
Eigenvalue	2.61
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	63.48
Cronbach Alpha	
ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ (Novelty seeking) ในการบริโภครายการอาหารใหม่	
B12. ท่านมีแรงกระตุ้นมหาศาลที่จะหาประสบการณ์จากรายการอาหารใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อน	.792
B11. การค้นหาสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อนเลยเป็นอุดมคติของท่าน	.784
B10. ท่านชอบลองรายการอาหารใหม่ เพราะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ	.749
Eigenvalue	2.27
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	60.09
Cronbach Alpha	
ด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ (Perceived value)	
B24. ท่านรู้สึกว่าการรับประทานอาหารไทยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ	.749
B23. เมื่อบริโภคอาหารไทย ท่านรู้สึกว่าได้รับประโยชน์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	.712
B22. อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม	.627

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
Eigenvalue	2.12
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	48.70
Cronbach Alpha	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	
G5. การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น	.749
G4. การส่งเสริมการขายโดยแถมเมนูใหม่ไปกับรายการอาหารที่สั่งซื้อทำให้เกิดประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี	.637
G6. การกำหนดตำแหน่งรายการอาหารใหม่ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของท่านเป็นเหตุจูงใจให้เลือกรายการอาหารนั้น	.617
H2. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากโปสเตอร์โฆษณาที่ติดอยู่ภายในร้าน/หน้าร้าน	.513
H5. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่จากเพื่อน ญาติ คน รู้จัก	.421
Eigenvalue	1.73
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	35.75
Cronbach Alpha	
ด้านการยอมรับทางสังคม	
I2. ท่านสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับรายการอาหารใหม่มากขึ้น	.736
I3. ท่านภูมิใจที่จะให้บุคคลอื่นรู้ว่าท่านได้รับประทานรายการอาหารใหม่	.632
I1. ท่านชอบพูดถึงรายการอาหารใหม่กับบุคคลอื่น	.519
Eigenvalue	1.59
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	36.84
Cronbach Alpha	
ด้านคุณค่าด้านอารมณ์	
B17. ในขณะที่รับประทานอาหารท่านรู้สึกว่าคุณได้หยุดพัก	.716
B18. ในขณะที่รับประทานอาหารท่านสามารถลืมปัญหาต่าง ๆ ของท่าน	.685

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
B16. การรับประทานอาหารที่ดีเป็นความชื่นบานสำหรับท่าน	.635
Eigenvalue	1.43
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	46.17
Cronbach Alpha	
ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	
H1. ท่านจะสามารถรับรู้รายการอาหารใหม่ได้จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	.771
H4. ท่านจะสามารถรู้จักรายการอาหารใหม่ผ่านทางชุมชนออนไลน์หรือชุมชนเสมือนจริง เช่น บล็อก ไลน์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ สังคมออนไลน์	.658
Eigenvalue	1.39
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	51.37
Cronbach Alpha	
ด้านความชอบในการบริโภค	
B1. การเลือกรายการอาหารใหม่สามารถตอบสนองความชอบในการลองบริโภคอาหารใหม่ ๆ ได้	.664
B3. ท่านชอบเลือกอาหารที่มีรสชาติที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับทานอาหาร	.570
B2. การรับประทานอาหารของท่านมีความหลากหลายมากกว่าคนอื่น ๆ ที่ท่านรู้จัก	.555
D2. เมื่อพูดถึงอาหารไทย ท่านสามารถนึกถึงลักษณะบางประการของอาหารไทยได้อย่างรวดเร็ว	.523
Eigenvalue	1.35
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	33.68
Cronbach Alpha	
ด้านการกลัวต่อการบริโภค	
B4. ท่านมีความกังวลในการรับประทานอาหารใหม่จะทำให้ท่านผิดหวัง	.649
B6. เมื่อท่านซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี	.619
B5. ท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภครายการอาหารใหม่	.592
Eigenvalue	1.25

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
B6. เมื่อท่านซื้อรายการอาหารใหม่ ท่านไม่กลัวว่าท่านจะเสียเงินฟรี	.619
B5. ท่านมีความวิตกกังวลต่อการทดลองบริโภครายการอาหารใหม่	.592
Eigenvalue	1.25
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	38.49
Cronbach Alpha	
ด้านการติดต่อสื่อสาร	
G1. การได้ทดลองชิมรายการอาหารใหม่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุดซึ่งนำไปสู่การบริโภคครั้งต่อไป	.649
G2. การได้ข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการของรายการอาหารทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจเลือกรายการอาหารนั้น	.478
Eigenvalue	1.19
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	32.48
Cronbach Alpha	
ด้านประสบการณ์ความดั้งเดิม	
B8. ท่านต้องการบริโภครายการอาหารที่มีลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น	.610
B9. ท่านชอบบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้น	.441
Eigenvalue	1.14
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	28.32
Cronbach Alpha	
ด้านการรับรอง	
G5. การจัดแสดงรายการอาหารใหม่เพื่อแนะนำเป็นเหตุจูงใจให้เลือกเมนูนั้น	-.730
Eigenvalue	1.12
ร้อยละของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Percentage of Variance Extracted)	53.29

*หมายเหตุ: (1) วิธีที่ใช้ในการสกัดปัจจัยคือ Principal Component Analysis (2) วิธีที่ใช้ในการหมุนแกนคือ Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization a Rotation converged in 9 iterations. (3) เพื่อความสะดวกในการตีความและอ่านผล ผู้วิจัยรายงานเฉพาะค่า Factor loadings ที่มากกว่า 0.40

จากตารางที่ 4.24 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ของนักท่องเที่ยวที่ทดลองชิม ด้วยการสกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) แบบวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธี Varimax ถูกนำมาใช้เพื่อจำแนกองค์ประกอบและหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปร (ตัวแปรที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน) ได้แก่ ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ด้านการแสวงหาความแปลกใหม่ (Novelty seeking) ในการบริโภครายการอาหารใหม่ ด้านความคุ้มค่าที่รับรู้ (Perceived value) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม ด้านคุณค่าด้านอารมณ์ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านความชอบในการบริโภค ด้านการกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีค่าตั้งแต่ .450-.857 ซึ่งสูงกว่าค่าวิกฤติที่กำหนดไว้ที่ .50 และค่าไอเกน (Eigen values) ที่มากกว่า 1 ปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 28.32 – 63.48 ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ .792 และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Sig. = .00 ซึ่งต่ำกว่า .05 ผลการวิเคราะห์นี้ช่วยยืนยันว่า มาตรการวัดของตัวแปรแฝงมีคุณสมบัติการวัดเพียงคุณลักษณะเดียว หรือความเป็นมิติเดียว (Unidimensionality) และมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ปัจจัย การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability analysis) พบว่า ทุกปัจจัยมีความสอดคล้องภายในสูงเนื่องจากมีค่า item-total correlation สูงกว่า .50 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .761-.852 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่าที่กำหนดไว้ที่ระดับ .70 (Nunnally, 1978)

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการพิสูจน์ว่าตัวแปรอิสระใดมีผลต่อตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระใดที่ไม่มีผลต่อตัวแปรตามตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิมและ

ด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง

ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.25 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย		
	β	T	Sig.
Constant		1.228	.186
1. ด้านรสชาติ	-.012	-.139	.890
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.209	-2.866*	.005
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.354	4.126**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.320	4.279**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.009	.108	.914
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.100	1.282	.202
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.127	1.444	.151
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.004	.049	.961
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.119	-1.626	.106
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	.042	.488	.627
11. ความชอบในการบริโภค	-.020	-.248	.804
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.014	-.197	.844
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.001	-.016	.988
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.188	2.377*	.019
15. ด้านการรับรอง	.012	.189	.850

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย		
	β	T	Sig.
F	8.017**		
Sig.	.000		
R ²	.457		
Adj. R ²	.400		
S.E.	.846		
Durbin-Watson	2.036		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .354$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .320$), ประสบการณ์ความดั้งเดิม ($\beta = .188$) และด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = -.29$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพร้อยละ 40.00 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ .846 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 60.00

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้
ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย
สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.26 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย		
	β	t	Sig.
Constant		.944	.347
1. ด้านรสชาติ	-.004	-.049	.961
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	.000	.000	1.000
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.509	6.283**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.323	4.626**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนู ใหม่	.011	.143	.887
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.074	-1.007	.316
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.214	2.604**	.010
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.084	-1.109	.269
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.135	-1.955	.053
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.025	-.306	.760
11. ความชอบในการบริโภค	-.079	-1.054	.294
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.048	-.736	.463
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.052	-.701	.484
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.131	1.765	.080
15. ด้านการรับรอง	.038	.615	.540
F	10.660**		
Sig.	.000		
R ²	.553		
Adj. R ²	.483		
S.E.	.900		
Durbin-Watson	1.917		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .509$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .323$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = .214$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 48.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ .90 แสดงว่า มีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 51.70

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหาร สุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X₁ ด้านรสชาติ
- X₂ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X₃ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X₄ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X₅ การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X₆ ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X₇ ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X₈ ด้านการยอมรับทางสังคม
- X₉ คุณค่าด้านอารมณ์
- X₁₀ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

- X_{11} ความชอบในการบริโภค
 X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
 X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
 X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
 X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.27 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย		
	β	t	Sig.
Constant		.744	.458
1. ด้านรสชาติ	-.010	-1.107	.915
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.168	-2.280	.024
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.417	4.829**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.332	4.398**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.040	-.503	.616
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.036	-.453	.651
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.098	1.107	.270

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหาร ท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย		
	β	t	Sig.
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.020	.250	.803
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.053	-.721	.472
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	.109	1.267	.207
11. ความชอบในการบริโภค	.020	.250	.803
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.044	-.620	.536
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.114	-1.459	.147
14. ประสบการณ์ความตั้งใจเดิม	.176	2.200*	.029
15. ด้านการรับรอง	-.046	-.693	.489
F	7.734**		
Sig.	.000		
R ²	.448		
Adj. R ²	.390		
S.E.	1.014		
Durbin-Watson	1.741		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .417$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .332$) และประสบการณ์ความตั้งใจเดิม ($\beta = .176$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 39.00 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.014 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 61.00

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหาร สุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.28 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย		
	β	t	Sig.
Contant		.768	.444
1. ด้านรสชาติ	.010	.111	.912
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	.037	.516	.607
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.527	6.244**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.365	4.948**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.066	-.842	.401
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.049	-.633	.528
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.110	-1.271	.206
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.056	-.706	.481
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.031	-.424	.672
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.007	-.086	.932
11. ความชอบในการบริโภค	-.048	-.608	.544
12. ความกลัวต่อการบริโภค	.044	.639	.524
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.050	-.656	.513
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.000	-.006	.996
15. ด้านการรับรอง	.123	1.896	.060
F		8.564**	
Sig.		.000	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพของจังหวัดเชียงราย		
	β	t	Sig.
R^2	.473		
Adj. R^2	.418		
S.E.	.959		
Durbin-Watson	1.788		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .527$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .365$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 41.80 (Adj. R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ .95 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 58.20

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

- Y_1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ

สุขภาพของจังหวัดหนองคาย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง

มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.29 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
Constant		.786	.434
1. ด้านรสชาติ	.047	.441	.660
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	.029	.414	.679
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.562	6.184**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.209	2.709**	.008
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.049	-.533	.595
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.116	1.318	.190
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.161	1.689	.094
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.024	.250	.803
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.058	-.838	.404
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.127	-1.537	.127
11. ความชอบในการบริโภค	-.095	-1.048	.296
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.074	-1.103	.272
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.011	-.137	.891
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.043	-.461	.645
15. ด้านการรับรอง	.034	.536	.593
F	10.520**		
Sig.	.000		
R ²	.554		
Adj. R ²	.501		
S.E.	1.050		
Durbin-Watson	1.738		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .562$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .209$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพร้อยละ 50.10 ($Adj R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.05 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 49.90

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค

X₁₂ ความกลัวต่อการบริโภค

X₁₃ ด้านการติดต่อสื่อสาร

X₁₄ ประสบการณ์ความดั้งเดิม

X₁₅ ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y₁ ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

H₁ : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.30 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
Constant		1.298	.197
1. ด้านรสชาติ	-.082	-.720	.473
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	.017	.232	.817
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.554	5.753**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.103	1.260	.210
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.084	-.858	.393
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.020	.217	.828
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.156	1.551	.123
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.109	1.090	.278
9. คุณค่าด้านอารมณ์	.097	1.317	.190
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.147	-1.679	.096

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
11. ความชอบในการบริโภค	-.067	-.693	.489
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.120	-1.687	.094
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.009	-.097	.923
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.023	-.233	.816
15. ด้านการรับรอง	.028	.405	.686
F	8.374**		
Sig.	.000		
R ²	.495		
Adj. R ²	.436		
S.E.	1.222		
Durbin-Watson	1.418		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .554$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 43.60 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.222 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 56.40

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการ

บริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

- H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย
- H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.31 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
Constant		1.181	.240
1. ด้านรสชาติ	.059	.528	.598
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.042	-.571	.569
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.539	5.741**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.259	3.234**	.002
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.013	-.136	.892
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.059	-.643	.521
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.004	.046	.964
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.065	.663	.509
9. คุณค่าด้านอารมณ์	.026	.363	.718
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.104	-1.222	.224
11. ความชอบในการบริโภค	-.112	-1.190	.236
12. ความกลัวต่อการบริโภค	.018	.258	.797
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.041	.488	.626
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.017	-.175	.861
15. ด้านการรับรอง	-.006	-.095	.924
F		9.280**	
Sig.		.000	
R ²		.523	
Adj. R ²		.467	
S.E.		1.180	
Durbin-Watson		1.637	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .539$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .259$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 46.70 ($Adj R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.180 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 53.30

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหาร สุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความตั้งใจ และด้านการรับรอง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

X_1 ด้านรสชาติ

X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน

X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร

X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่

X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้

X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด

X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม

X_9 คุณค่าด้านอารมณ์

X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

X_{11} ความชอบในการบริโภค

- X₁₂ ความกลัวต่อการบริโภค
 X₁₃ ด้านการติดต่อสื่อสาร
 X₁₄ ประสบการณ์ความดั้งเดิม
 X₁₅ ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y₁ ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

H₁ : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 4.32 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
Constant		1.850	.067
1. ด้านรสชาติ	-.051	-.395	.694
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.016	-.182	.856
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.413	3.769**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.314	3.355**	.001
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.000	.004	.997
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.090	-.842	.401
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.075	-.659	.511
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.101	-.890	.375
9. คุณค่าด้านอารมณ์	.017	.206	.837
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.009	-.087	.931

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคาย		
	β	t	Sig.
11. ความชอบในการบริโภค	-.041	-.379	.706
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.052	-.642	.522
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.073	.711	.478
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.043	-.382	.703
15. ด้านการรับรอง	.219	2.791**	.006
F	4.740**		
Sig.	.000		
R ²	.361		
Adj. R ²	.285		
S.E.	1.121		
Durbin-Watson	1.845		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดหนองคายมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .413$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .314$) และด้านการรับรอง ($\beta = .21$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 28.50 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.121 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 71.50

จังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.33 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
Constant		10.000	.319
1. ด้านรสชาติ	-.094	-1.322	.188
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.084	-1.591	.114
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.590	7.366**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.153	2.255*	.025
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.065	.975	.331
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.113	1.923	.056
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.154	1.933	.055

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.018	.227	.821
9. คุณค่าด้านอารมณ์	.006	.109	.913
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.003	-.054	.957
11. ความชอบในการบริโภค	-.074	-1.059	.291
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.064	-1.283	.201
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.067	-1.095	.275
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.071	1.017	.311
15. ด้านการรับรอง	.067	1.324	.187
F	19.102**		
Sig.	.000		
R ²	.636		
Adj. R ²	.603		
S.E.	.813		
Durbin-Watson	1.817		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .590$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .153$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพร้อยละ 60.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ .813 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 30.70

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหาร สุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.34 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
Constant		1.406	.162
1. ด้านรสชาติ	-.084	-1.080	.282
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.057	-1.001	.318
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.730	8.553**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.183	2.502**	.013
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.012	.169	.866
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.060	.949	.344
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.054	.633	.527
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.158	-1.875	.063
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.066	-1.076	.283
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	.080	1.182	.239
11. ความชอบในการบริโภค	.096	1.262	.209
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.041	-.744	.458
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.139	-2.093*	.038
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.053	-.694	.489
15. ด้านการรับรอง	.082	1.508	.133
F		14.920**	

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
Sig.	.000		
R ²	.577		
Adj. R ²	.538		
S.E.	1.019		
Durbin-Watson	1.944		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .730$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .183$) และด้านการติดต่อสื่อสาร ($\beta = -.139$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 53.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.019 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 46.20

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

- Y_1 ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหาร

ท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.35 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
Constant		1.426	.156
1. ด้านรสชาติ	-.110	-1.312	.191
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.055	-.888	.376
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.542	5.859**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.273	3.457**	.001
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.043	.549	.584
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.049	-.710	.478
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.024	.255	.799
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.034	-.369	.713
9. คุณค่าด้านอารมณ์	.031	.471	.638
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	.039	.529	.598
11. ความชอบในการบริโภค	.023	.274	.785
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.018	-.302	.763
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.090	-1.256	.211
14. ประสบการณ์ความตั้งใจเดิม	.057	.699	.485
15. ด้านการรับรอง	.023	.389	.698
F		10.879**	
Sig.		.000	
R ²		.496	
Adj. R ²		.450	
S.E.		1.107	
Durbin-Watson		1.882	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .542$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .273$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 45.00 ($\text{Adj } R^2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.107 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 61.00

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

X_1 ด้านรสชาติ

X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ

X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน

X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร

X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่

X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้

X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด

X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม

X_9 คุณค่าด้านอารมณ์

X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

- X₁₁ ความชอบในการบริโภค
 X₁₂ ความกลัวต่อการบริโภค
 X₁₃ ด้านการติดต่อสื่อสาร
 X₁₄ ประสบการณ์ความดั้งเดิม
 X₁₅ ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y₁ ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ
 สุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
 ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดเพชรบุรี

H₁ : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ
 เมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.36 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว
 ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
Constant		2.475	.014
1. ด้านรสชาติ	-.022	-.250	.803
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.061	-.935	.351
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.618	6.328**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.324	3.884**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.190	-2.288*	.023
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.085	-1.172	.243
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.067	-.688	.492
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.192	-1.987*	.049
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.032	-.463	.644

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรี		
	β	t	Sig.
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.047	-.600	.549
11. ความชอบในการบริโภค	.155	1.782	.077
12. ความกลัวต่อการบริโภค	.048	.770	.443
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	-.053	-.701	.484
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	-.043	-.510	.611
15. ด้านการรับรอง	.132	2.128*	.035
F	8.646**		
Sig.	.000		
R ²	.439		
Adj. R ²	.388		
S.E.	1.106		
Durbin-Watson	1.979		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .618$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .324$), ด้านการรับรอง ($\beta = .132$) และการแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ($\beta = -.19$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 38.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.10 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 61.20

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.37 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
Constant		-.763	.447
1. ด้านรสชาติ	.024	.330	.742
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.132	-2.385	.018
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.441	6.138**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.218	3.448**	.001
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.088	1.263	.209
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.172	2.718**	.007
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.071	1.002	.318

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.073	1.053	.294
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.073	-1.327	.186
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.137	-2.109*	.037
11. ความชอบในการบริโภค	-.014	-.200	.842
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.004	-.075	.940
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.185	3.039**	.003
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.044	.717	.474
15. ด้านการรับรอง	.011	.196	.845
F	17.251		
Sig.	.000		
R ²	.638		
Adj. R ²	.601		
S.E.	.795		
Durbin-Watson	2.25		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .441$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .218$) ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\beta = .185$) ความคุ้มค่าที่รับรู้ ($\beta = .172$) และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ($\beta = -.137$) และด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = -.132$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพร้อยละ 60.10 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ .795 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 30.90

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความดั้งเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่เข้มทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X₁ ด้านรสชาติ
- X₂ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X₃ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X₄ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X₅ การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X₆ ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X₇ ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X₈ ด้านการยอมรับทางสังคม
- X₉ คุณค่าด้านอารมณ์
- X₁₀ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X₁₁ ความชอบในการบริโภค
- X₁₂ ความกลัวต่อการบริโภค
- X₁₃ ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X₁₄ ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X₁₅ ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ
สุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ
เมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ
เมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.38 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
Constant		.968	.335
1. ด้านรสชาติ	-.082	-1.021	.309
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.056	-.895	.372
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.439	5.399**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.353	4.928**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนู ใหม่	.060	.768	.444
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	-.082	-1.140	.256
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.074	-.927	.356
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	-.027	-.344	.732
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.061	-.982	.328
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.066	-.900	.369
11. ความชอบในการบริโภค	.013	.161	.872
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.043	-.721	.472
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.164	2.384*	.018
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.157	2.300*	.023

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
15. ด้านการรับรอง	.020	.317	.752
F	11.433**		
Sig.	.000		
R ²	.540		
Adj. R ²	.493		
S.E.	1.070		
Durbin-Watson	2.333		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .439$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .353$), ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\beta = .167$) และประสบการณ์ความตั้งใจเดิม ($\beta = .157$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 49.30 (Adj. R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.070 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 50.70

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความตั้งใจเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค
- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
- X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
- X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.39 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรอิสระ	ความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
Constant		1.271	.206
1. ด้านรสชาติ	-.062	-.757	.451
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.133	-2.101*	.037
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.341	4.141**	.000
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.287	3.952**	.000
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	.014	.174	.862
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.054	.750	.454
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.059	-.729	.467
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.097	1.234	.219
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.138	-2.167*	.032
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.017	-.223	.824
11. ความชอบในการบริโภค	.034	.429	.669
12. ความกลัวต่อการบริโภค	-.083	-1.360	.176
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.236	3.384**	.001
14. ประสบการณ์ความตั้งใจเดิม	.047	.670	.504
15. ด้านการรับรอง	.028	.446	.656
F		10.736**	
Sig.		.000	
R ²		.521	
Adj. R ²		.473	
S.E.		1.069	
Durbin-Watson		2.317	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .341$) รองลงมาได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ($\beta = .287$), ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\beta = .236$), ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ($\beta = -.13$) ส่วนคุณค่าด้านอารมณ์ ($\beta = -.133$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 47.30 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.069 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 52.70

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่ ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการยอมรับทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความชอบในการบริโภค ความกลัวต่อการบริโภค ด้านการติดต่อสื่อสาร ประสบการณ์ความตั้งใจเดิม และด้านการรับรอง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Enter ใช้ตัวแปรอิสระที่เข้มทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- X_1 ด้านรสชาติ
- X_2 ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ
- X_3 ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน
- X_4 การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร
- X_5 การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่
- X_6 ความคุ้มค่าที่รับรู้
- X_7 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- X_8 ด้านการยอมรับทางสังคม
- X_9 คุณค่าด้านอารมณ์
- X_{10} การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- X_{11} ความชอบในการบริโภค
- X_{12} ความกลัวต่อการบริโภค

- X_{13} ด้านการติดต่อสื่อสาร
 X_{14} ประสบการณ์ความดั้งเดิม
 X_{15} ด้านการรับรอง

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y_1 ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนู ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.40 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
Constant		2.790	.006
1. ด้านรสชาติ	-.085	-.866	.388
2. ด้านคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	-.074	-.972	.333
3. ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน	.218	2.204*	.029
4. การยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร	.167	1.915	.057
5. การแสวงหาความแปลกใหม่ในการบริโภคเมนูใหม่	-.175	-1.820	.071
6. ความคุ้มค่าที่รับรู้	.017	.199	.843
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.103	-1.053	.294
8. ด้านการยอมรับทางสังคม	.009	.092	.927
9. คุณค่าด้านอารมณ์	-.242	-3.172**	.002
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-.040	-.444	.657
11. ความชอบในการบริโภค	.184	1.915	.057
12. ความกลัวต่อการบริโภค	.012	.163	.871

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี		
	β	t	Sig.
13. ด้านการติดต่อสื่อสาร	.209	2.489*	.014
14. ประสบการณ์ความดั้งเดิม	.065	.781	.436
15. ด้านการรับรอง	.199	2.597**	.010
F	4.337**		
Sig.	.000		
R ²	.307		
Adj. R ²	.237		
S.E.	1.100		
Durbin-Watson	1.771		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด ได้แก่ ด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเดียวกัน ($\beta = .218$) รองลงมาได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\beta = .209$) ด้านการรับรอง ($\beta = .199$) ส่วนคุณค่าด้านอารมณ์ ($\beta = -.242$) มีผลเชิงลบ โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 38.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 1.10 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 76.30

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/พ่อครัว/แม่ครัว ผู้เชี่ยวชาญอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ 4 ภาค ในภาคเหนือ (เชียงราย) ภาคอีสาน (หนองคาย) ภาคกลาง (เพชรบุรี) และภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี) ภาคละ 10 คน รวม 4 ภาค เป็น 40 คน ได้ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. แนวทางการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับรายการอาหารใหม่ มีการปรับเปลี่ยนเมนูให้เกิดคุณค่าได้อย่างไร

“แนวทางการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับรายการอาหารใหม่ ไม่ควรตัดแปลงจน วัตถุดิบเปลี่ยนรูปซับซ้อนหลายขั้นตอนจนเป็นอันตรายกับสุขภาพได้”

2. ธุรกิจร้านอาหารของท่านมีจุดแข็ง (ข้อดี) คือ

“มีอาหารหลากหลายให้เลือก เป็นอาหารที่ไม่ทำลายสุขภาพรสชาติอาหารจะอ่อนซึ่งผู้ใหญ่ไม่ถูกใจ”

“แกงไตปลาที่อร่อยกว่าร้านอื่น”

“เพิ่มรสชาติให้ต่างจากร้านอื่น และบริการให้น้ำดื่มฟรี”

“เป็นเครื่องต้มยำที่ดี”

“รูปแบบการผลิตที่มีหีบห่อขายได้ทั่วประเทศ/มังคุดลอยแก้ว/มังคุดอบกรอบ/แยมมังคุด”

“แปรรูปเป็นสำเร็จรูป”

“ให้น้ำพริก และผักฟรี”

3. วัตถุประสงค์ทางธุรกิจของร้านในการแนะนำรายการอาหารใหม่

“เพื่อแนะนำให้ลูกค้าทราบว่ามีการอาหารใหม่เพิ่มและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภทอย่างไร”

4. กลยุทธ์ที่ใช้ในการทำให้เมนูอาหารใหม่ประสบความสำเร็จมีอะไรบ้าง (กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นคุณภาพของอาหาร กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นราคา กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นความคุ้มค่า เป็นต้น)

”เน้นความอร่อยที่มีคุณภาพ ความสะอาด ราคาที่เป็นธรรมไม่แพงจนเกินไป”

5. ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key success factor) ของรายการอาหารใหม่และร้านอาหาร

“วัตถุดิบสดใหม่ อาหารอร่อยมีคุณภาพ สะอาด” “รสชาติอร่อย” “สดสะอาด ปลอดภัย” “อาหารที่แปรรูปแล้วควรจะอร่อยกว่าเดิม”

6. แผนการพัฒนาและวางแผนรายการอาหารใหม่

“เมื่อลูกค้าเบื่อเมนูเดิม ๆ และเข้าร้านน้อยลง”

7. การสร้างคุณค่าให้กับรายการอาหารใหม่ มีการทำอะไรบ้าง อย่างไร การบริหาร ต้นทุน ผลประโยชน์มากขึ้น มูลค่าก็เพิ่มขึ้น มีเหตุจูงใจอะไรบ้างที่จะเลือกทดลองรายการอาหาร ใหม่ ๆ

“เอาวัตถุดิบท้องถิ่นมาปรับปรุง โดยเน้นคุณภาพ ความสดใหม่ และความสะอาด รสชาติอร่อย ราคาที่ไม่แพงจนเกินไป”

8. กลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าทดลองบริโภครายการอาหารใหม่ การตลาดตามเป้าหมาย (การ กำหนดลูกค้า การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งที่มีคุณค่าในจิตใจของลูกค้า)

“ดูกลุ่มเป้าหมาย แยกกลุ่มให้ชัดเจน เพื่อจัดทำอาหารใหม่ให้ถูกปากลูกค้า แต่ละกลุ่ม”

9. หลักในการตั้งราคารายการอาหารใหม่

“คิดราคาต้นทุนให้ถูกต้อง บวกด้วยกำไรมาตรฐานที่ต้องการ”

“บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่าจากต้นทุนแปรผัน”

10. การพัฒนาสภาพแวดล้อมของภัตตาคารร้านอาหารขนาดเล็ก

“รักษาความสะอาดให้ถูกหลักอนามัย ดูแลคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารตาม ฤดูกาล เพื่อราคาจะไม่แพงจนเกินไป”

11. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เช่น การโฆษณาหน้าร้าน โปสเตอร์หน้า ร้าน ช้างฝา การใช้พนักงานต้อนรับ รวมทั้งการใช้สื่ออื่นๆ ในการประชาสัมพันธ์กับผู้บริโภค

“ติดต่อโทรศัพท์กับลูกค้าประจำ ให้ชักชวนเพื่อน ๆ มารับประทานเมนูที่พัฒนาใหม่ และอยากแนะนำให้ลูกค้าได้ทดลองชิม”

12. เครื่องมือสื่อสารการตลาด (IMC) ที่สามารถหาลูกค้าได้ดีมากและประสบความสำเร็จ

“ปากต่อปากจากลูกค้าประจำ เพราะจะเป็นการสื่อสารที่ดีและยังประกันความ น่าเชื่อถืออีกด้วย”

13. แผนบริหารจัดการ (Management plan)

“ช่วยกันทำงานเป็นทีม”

14. แผนองค์การ: แผนบริหารจัดการ/แผนบริหารทรัพยากรมนุษย์ (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พ่อครัวแม่ครัว)

“ให้ร่วมมือช่วยเหลือกันและแต่ละหน้าที่ให้สวัสดิการที่ดี ส่งเสริมให้มีรางวัลสำหรับทีม ที่ทำงานร่วมมือกันได้อย่างดี”

15. แผนการจัดการครัว : การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดการครัวให้ถูกต้องตามหลัก สุขลักษณะ

“ดูแลความสะอาด ชื้อของสด ความสะอาดของสถานที่”

16. แผนการพัฒนาการปรุงอาหาร (Culinary plan/Cooking development plan) แผนการปฏิบัติการปรุงอาหาร (Cooking operations plan)

“จัดทำแผนการต่าง ๆ โดยคำนึงถึงสุขภาพ ความสะอาด รสชาติอร่อยเป็นหลัก”

17. แผนการเงิน มีการบริหารจัดการต้นทุน การพยากรณ์อุปสงค์ การตั้งราคา

“ให้มีการบันทึกรายการค่าใช้จ่ายต้นทุนอย่างละเอียด แยกเป็นต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร เพื่อให้มีการตั้งราคาที่เป็นธรรมไม่เอาเปรียบผู้บริโภคขณะเดียวกันก็ให้คุ้มกับต้นทุน เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง”

18. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ของสินค้า

“เมนูที่เหิมคาวปลามากคือ เมนูปลาบึกยอ ปลาบึกแผ่นอบกรอบ”

“เมนูที่ไม่กล้าบริโภค คือ หอยเจาะ ซึ่งมีตำไม้ชวนรับประทาน”

19. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

“วัตถุดิบที่นำมาปรุงควรสดใหม่”

“ไม่แปรรูปที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ”

“ในบรรจุภัณฑ์ควรบอกวันผลิตและวันหมดอายุของสินค้า”

“อาหารที่คำนึงถึงสุขภาพควรเป็นอาหารที่ไม่ออกหวานมากเกินไป”

“ผลไม้ต่างๆ เมื่อแปรรูปแล้วควรจะอร่อยกว่าทานสด”

“การแปรรูปแล้วควรให้เห็นชิ้นส่วนเดิม ว่าทำมาจากวัตถุดิบอะไร”

“คำว่าอาหารสุขภาพ ต้องมีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น มีค่าวิตามินไอโพล เป็นผักและไม่หวาน”

การแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ มีดังนี้

1. เมนูที่เหินห่างมากเกินไปคือ เมนูปลาบึกยอ และลูกชิ้นปลา ซึ่งได้นำไปแก้ไขปรับปรุงโดยใช้สมุนไพรเข้าช่วย ขณะลวกหรือนึ่ง
2. รายการอาหารที่ไม่กล้าบริโภค คือ เมนูหอยเจาะอบแห้งปรุงรส และหอยเจาะอบสามรส ซึ่งหอยเจาะมีสีดำไม่ชวนรับประทานและมีกลิ่น
3. หลายมีเมนูที่ผู้ประกอบการที่ทดลองชิม บอกว่าหวานเกิน เช่น กัมมีมะนาว ซอสมะนาวเข้มข้น กัมมีสับปะรด ไม่เหมาะที่จะเป็นอาหารสุขภาพ จึงแก้ไขปรับปรุงเมนูเป็นข้าวเกรียบหอยเจาะ หอยเจาะปั่นสมุนไพร ซึ่งผลจากการสอบถามรสชาติและคุณค่าเป็นที่ยอมรับมากขึ้น อาหารที่คำนึงถึงสุขภาพควรเป็นอาหารที่ไม่ออกหวานมากเกินไป
4. วัตถุดิบที่นำมาปรุงควรสดใหม่ ไม่แปรรูปที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
5. ในบรรจุภัณฑ์ควรบอกวันผลิตและวันหมดอายุของสินค้า
6. ผลไม้ต่างๆ เมื่อแปรรูปแล้วควรจะอร่อยกว่าทานสด
7. เมื่อแปรรูปแล้วควรให้เห็นชิ้นส่วนวัตถุดิบเดิม ว่าทำมาจากวัตถุดิบอะไร เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่ามาจากวัตถุดิบ
8. อาหารสุขภาพ ต้องมีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น มีคำว่าสมุนไพร เป็นผัก และไม่หวาน

เชียงราย					
ประเด็นที่สัมภาษณ์	ข้าวเกรียบผักหวาน	ซอสต้มแผ่นกรอบ	ขนมขบเคี้ยวอัดแท่งผสม สับปะรด	กัมมี่สับปะรด	ลูกอมเคี้ยวหนึบสับปะรด
1. รสชาติความอร่อย	อร่อย	อร่อย	อร่อย	อร่อย	อร่อย
2. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	มาก	อร่อย	น้อย	มาก	มาก
3. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ ไว้ขายในร้าน	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
4. โปรดระบุข้อดีของรายการอาหารนี้	รสชาติดี/กรอบดี/เคี้ยว เพลิน/มีวิตามิน	ควรจะมีแล้วขายแบบ ร้อนๆ		เปรี้ยวเคี้ยวแล้วไม่ติดฟัน	มี 3 รสชาติ เปรี้ยว/หวาน/เค็ม
5. ข้อเสีย/ข้อที่ควรปรับปรุง	ขาดรสเค็ม อาจมีให้ เลือกหลายรส	ถ้าเก็บไว้นานจะเหม็น หืน	หวานมากไป		
6. ท่านจะลงทุนปรุงเองหรือซื้อมา เพื่อขายต่อ	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ถ้าจะรับไว้เป็นแบบขาย ฝาก	ถ้าจะรับไว้เป็นแบบขาย ฝาก	ถ้าจะรับไว้เป็นแบบขาย ฝาก	ถ้าจะรับไว้เป็นแบบขาย ฝาก
7. ท่านจะตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่ม จากต้นทุนแปรผัน (วัตถุดิบ) ประมาณเท่าใด	บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่า	บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่า	บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่า	บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่า	บวกเพิ่มประมาณ 1-2 เท่า
8. ราคาที่คาดว่าท่านจะขายได้ต่อชิ้น	ประมาณ 2 บาท/ถุง	ประมาณ 2 บาท/ชิ้น	ประมาณ 2 บาท/ชิ้น	ประมาณ 2 บาท/ชิ้น	ประมาณ 2 บาท/ชิ้น

หนองคาย					
ประเด็นที่สัมภาษณ์	ลูกชั้นปลาเย่สก	ปลาบึกยอ	ปลาบึกแผ่นอบกรอบ	ไส้กรอกปลาเย่สก	ข้าวเกรียบปลาเผา
1. รสชาติความอร่อย	ไม่อร่อย	ไม่อร่อย	อร่อยมาก	อร่อยมาก	อร่อยมาก
2. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	น้อย	น้อย	มาก	ปานกลาง	มาก
3. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ไว้ขายในร้าน	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	น้อย	ไม่แน่ใจ
4. โพรดระบุข้อดีของรายการอาหารนี้	รสชาติอ่อน เหมาะกับเด็กผู้สูงอายุ	ไม่เผ็ด รสชาติอ่อน เหมาะกับเด็กผู้สูงอายุ	รสชาติพอใช้	รสชาติดี	มีครบ 3 รสชาติ/เป็นของแกล้มเครื่องดื่ม-เบียร์
5. ข้อเสีย/ข้อที่ควรปรับปรุง	เพิ่มความเหนียว	ควรเพิ่มพริกไทย	อย่าทอดให้ไหม้จะขม		เพิ่มพริกไทยอีกนิด
6. ท่านจะลงทุนปรุงเองหรือซื้อมาเพื่อขายต่อ	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี
7. ท่านจะตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนแปรผัน (วัตถุดิบ) ประมาณเท่าใด	ประมาณ 2 เท่า	ประมาณ 2 เท่า	ประมาณ 2 เท่า	ประมาณ 2 เท่า	ประมาณ 2 เท่า
8. ราคาที่คาดว่าจะขายได้ต่อชิ้น	ประมาณ 1 บาท/ชิ้น	ประมาณ 10 บาท/ชิ้น	ประมาณ 1 บาท/ชิ้น	ประมาณ 10 บาท/ชิ้น	ประมาณ 1 บาท/ชิ้น

เพชรบุรี					
ประเด็นที่สัมภาษณ์	กัมมีมะนาว	ข้าวพองหน้าปลา หอยของโรงงา	ปลาอกกะแล้หอยของรส ธัญพืช	ซอสมะนาวเข้มข้น	ปุกรอบรสตั้มยำ
1. รสชาติความอร่อย	ไม่อร่อย	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	อร่อยมาก	อร่อย
2. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	มาก	ปานกลาง	มาก	อร่อยมาก	ปานกลาง
3. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ ไว้ขายในร้าน	น้อยที่สุด	น้อย	น้อย	มากที่สุด	ไม่แน่ใจ
4. โปรรระบุข้อดีของรายการ อาหารนี้	มีกลิ่นหอมของมะนาว/ให้ วิตามินซี	ให้คุณค่าทางอาหาร/ ความกรอบ	ไม่มีกลิ่นคาวปลา/เหมาะ กับเด็กคนแก่ผู้ป่วยใน โรงพยาบาล	มีรสชาติครบทั้ง 3 รส/ หอมหวาน/มะนาวโดด เด่น	
5. ข้อเสีย/ข้อที่ควรปรับปรุง	ขาดรสหวาน/ลดความขม เพิ่มน้ำตาลและเกลือ	ขาดรสชาติดหวาน/เค็มไป นิด/เพิ่มความเข้มข้น	รสชาติจัดไป/หวานไป	หวานไป	แผ่นหนาไป/แข็งไป/ไม่ กรอบ
6. ท่านจะลงทุนปรุงเองหรือซื้อมา เพื่อขายต่อ	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี	ไม่สนใจทั้ง 2 กรณี
7. ท่านจะตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่ม จากต้นทุนแปรผัน (วัตถุดิบ) ประมาณเท่าใด	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า

สุราษฎร์ธานี					
ประเด็นที่สัมภาษณ์	สะดวกรอบปรุงรส (เป็นผงโรยผสมข้าวหุง)	หอยเจาะอบแห้งปรุงรส	หอยเจาะอบสามรส	แยมกลางสาด	เยลลี่กลางสาดพร้อมดื่ม
1. รสชาติความอร่อย	ไม่แน่ใจ	ไม่อร่อย	ไม่อร่อย	อร่อยมาก	อร่อย
2. คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ	มาก	น้อย	ไม่แน่ใจ	มาก	มาก
3. โอกาสที่จะเลือกรายการอาหารนี้ไว้ขายในร้าน	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
4. โปรดระบุข้อดีของรายการอาหารนี้	เป็นอาหารเสริม/ช่องว่างที่ดี/สะดวกต่อการทาน/พกพา	สะดวกต่อการทาน/พกพา		รสชาติดี	รสชาติอร่อยดีไม่ต้องปรุงแต่ง/เสิร์ฟบนเครื่องบินได้
5. ข้อเสีย/ข้อที่ควรปรับปรุง	รสชาติของสื่อน้อย/ควรกรอบ/ให้กรอบแห้ง/ให้หวานน้อยลง	ไม่มีรสชาติ/รูปลักษณะไม่ชวนรับประทาน/ควรกรอบ/ให้หวานน้อยลง/นักวิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนเมนูนี้เป็นข้าวเกรียบหอยเจาะ	ไม่ครบ 3 รสชาติ/รูปลักษณะไม่ชวนรับประทาน/รสชาติอ่อน/นักวิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนเมนูนี้เป็นหอยเจาะปนสมุนไพรร	หวานเกินไป/ให้เหนียวกว่าเดิม	หวานเกินไป
6. ท่านจะลงทุนปรุงเองหรือซื้อมาเพื่อขายต่อ	รับไว้เป็นของฝากขาย	ไม่สนทั้ง 2 กรณี	ไม่สนทั้ง 2 กรณี	ไม่สนทั้ง 2 กรณี	ไม่สนทั้ง 2 กรณี
7. ท่านจะตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนแปรผัน (วัตถุดิบ) ประมาณเท่าใด	ประมาณ 1-2 เท่า/ทุน 2 บาท ขาย 4 บาท	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า	ประมาณ 1-2 เท่า
8. ราคาที่คาดว่าท่านจะขายได้ต่อชิ้น	ประมาณ 3 บาท/ชิ้น	ประมาณ 3 บาท/ชิ้น	ประมาณ 3 บาท/ชิ้น	ประมาณ 3 บาท/ชิ้น	ประมาณ 3 บาท/ชิ้น

