

บทที่ 3 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อหารูปแบบการประกอบธุรกิจอาหารในเส้นทางท่องเที่ยวไทย (หนองคาย) – ลาว (เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง) และเส้นทางท่องเที่ยวไทย (อรัญประเทศ) – กัมพูชา (เสียมเรียบ - พนมเปญ) อภิปรายผลการวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในประเด็นสำคัญจากกรอบแนวคิดการวิจัย

1. สถานการณ์และแนวโน้มประกอบธุรกิจอาหารไทย
2. ศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทย
3. พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยว
4. ภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทย
5. รูปแบบการประกอบธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสม

โดยพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย ภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อร้านอาหารไทยของ โดยเฉลี่ยในระดับที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-ลาว ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัย และสุขภาพ และรูปแบบร้านอาหารไทย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในท้องถิ่นมีพฤติกรรมและวัฒนธรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน จึงมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย ภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวม และมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยแตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 90) เคยรับประทานอาหารไทย ทำให้มีทัศนคติต่อร้านอาหารไทยไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามระดับความคิดเห็นจากผลการวิจัยในภาพรวมของทุกเรื่องอยู่ในระดับค่อนข้างมากแสดงให้เห็นถึงการยอมรับในภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในทั้งสองประเทศ

สำหรับในรายละเอียดของแต่ละประเด็น อภิปรายผลแยกตามเส้นทางท่องเที่ยว ดังนี้

1. เส้นท่งเที่ยวทางไทย-กัมพูชา

1.1 สถานการณ์และแนวโน้มประกอบธุรกิจอาหารไทยในกัมพูชา

ประเทศกัมพูชานับสนุนนักลงทุนต่างชาติให้มาลงทุนร้านอาหารโดยไม่มีข้อจำกัดว่าต้องร่วมทุนกับคนกัมพูชา ไม่มีข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย อัตราการจ่ายภาษีในการจัดตั้งร้านอาหารไม่มีข้อแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการคนไทย คนกัมพูชา และนักลงทุนชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติอื่น ๆ โดยใช้วิธีการคิดภาษีเป็นระบบแบบเหมาจ่าย จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นชัดเจนว่า รัฐบาลกัมพูชาได้มีการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้นักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจประเภทร้านอาหารโดยไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นด้านสัดส่วนผู้ถือหุ้น และกฎหมายท้องถิ่นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อสงครามกลางเมืองในประเทศกัมพูชาซึ่งเกิดขึ้นมานานหลายทศวรรษได้สิ้นสุดลง ได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสังคมนิยมเป็นระบอบประชาธิปไตย และเริ่มพัฒนาฟื้นฟูบูรณะประเทศ ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศกัมพูชามีการเปลี่ยนแปลงและมีความคืบหน้าอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความต้องการสินค้าและบริการมีเพิ่มมากขึ้น จึงเปิดโอกาสให้ประเทศทำการค้าขายกับต่างประเทศมากยิ่งขึ้น กัมพูชาจึงกำหนดนโยบายที่มุ่งหวังการพัฒนาศักยภาพทางการเกษตร การท่องเที่ยว และส่งเสริมให้มีการลงทุนจากต่างชาติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อเพิ่มรายได้ของรัฐ และได้ดำเนินมาตรการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ส่วนด้านการศึกษาของประเทศกัมพูชายังไม่พัฒนาประชากรส่วนใหญ่ยังมีการศึกษาน้อย และการจัดหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษายังไม่ได้มาตรฐาน ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการมาลงทุนในกัมพูชาต้องสร้างและพัฒนาบุคลากรมาจากที่อื่น ไม่สามารถสร้างบุคลากรในกัมพูชาได้ เนื่องจากยังไม่มีสถาบันที่เป็นที่ยอมรับ สาเหตุที่การศึกษาของประเทศกัมพูชายังไม่พัฒนาและไม่ได้มาตรฐาน น่าจะเป็นผลต่อเนื่องมาจากเหตุการณ์ในยุคกัมพูชาประชาธิปไตย ในช่วงปี พ.ศ. 2518 – พ.ศ. 2552 รัฐบาลเขมรแดงมองว่าการมีศึกษาถือว่าเป็นภัยคุกคามและขัดต่ออุดมการณ์ของรัฐบาลเขมรแดง จึงได้สั่งให้มีการกวาดล้างทำลายระบบการเรียนการสอนในรูปแบบปรกติครั้งใหญ่ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในกัมพูชาถูกสั่งปิดทำให้ระบบการศึกษาของกัมพูชาหยุดชะงักโดยสิ้นเชิง และมีการสังหารบุคลากรที่มีการศึกษาไปเป็นจำนวนมากซึ่งในจำนวนเหล่านั้นรวมไปถึงคณาจารย์เกือบทั้งหมด ผู้มีการศึกษาบางส่วนที่รอดชีวิตมีเพียงไม่กี่คนที่กลับกัมพูชาหลังจากที่ชายแดนเปิด เหตุการณ์ในช่วงห้าปีนี้จึงนับเป็นความสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่และยังคงส่งผลกระทบมาจนถึงปัจจุบัน

การเมืองของประเทศกัมพูชามีผลต่อธุรกิจอาหาร ในเหตุการณ์ทางการเมืองที่ผ่านมาทำให้คนไทยไม่มาท่องเที่ยวในกัมพูชา โดยเฉพาะสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่สงบ

ตอนนี้สถานการณ์ดีขึ้น เป็นผลมาจากการก่อตั้งสมาคมอาเซียน (AEC) ซึ่งมีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมาก มีส่วนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่ยังคงอยู่ในอันดับหลัง ๆ ในอนาคตคาดการณ์ว่ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันเส้นทางคมนาคมดีและไม่ต้องใช้วีซ่าเพียงแค่มิพาสปอร์ตก็สามารถเข้ามาในประเทศไทยได้ ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์นักท่องเที่ยวในเอเชียเรียบเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ซึ่งแตกต่างไปจากเมื่อปี พ.ศ.2553 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ แต่ตอนนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นชาวเกาหลี และชาวเวียดนาม จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวมีผลเกี่ยวเนื่องโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในกัมพูชา เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหารที่มีเป็นจำนวนมากในกัมพูชา ก็คือ กลุ่มทัวร์นักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากประเทศกัมพูชามีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันดี และได้รับการยกย่องจากยูเนสโกให้เป็นมรดกโลก คือ นครวัด-นครธม ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวไม่ว่าจะผ่านทางบริษัททัวร์ หรือเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังก็ตาม ต้องมีการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเกิดขึ้น

ความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมักมีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยที่โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และในรายชื่อก็มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมากทุกข้อ โดยสามอันดับแรกเป็นเรื่อง ความเป็นอาหารไทยแท้ เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคต้องการกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทยอีก และสุขอนามัยและสุขาภิบาล ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง แผนกบริการส่วนหน้า/ต้อนรับ จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการอาหารไทยเพราะตั้งใจในรสชาติความเป็นอาหารไทยแท้ และร้านอาหารต้องเน้นเรื่องของความสะอาดทั้งในส่วนของโรงแรมและพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในแง่ของแนวโน้มของอาหารไทยในตลาดอาเซียน โดยเฉพาะในเอเชียเรียบ คนกัมพูชาคิดว่าอาหารไทยมีรสชาติอร่อย ส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอาหารไทยและยอมรับได้ เนื่องจากอาหารไทยมีความหลากหลายทั้งในประเภทของรายการอาหาร และด้านรสชาติ ที่คนทุกชาติสามารถให้การยอมรับได้

1.2 ศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทยในกัมพูชา

ศักยภาพสำหรับการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องในประเทศกัมพูชา นักลงทุนส่วนใหญ่มุ่งเป้าหมายไปที่กรุงพนมเปญซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลาง

เศรษฐกิจและการบริหารราชการของกัมพูชา รวมถึงจังหวัดเสียมราฐซึ่งเป็นที่ตั้งของนครวัด-นครธม แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดของกัมพูชา นอกจากการลงทุนในธุรกิจโรงแรมและที่พักแล้ว ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวหลายประเภทซึ่งกัมพูชาขาดแคลน จึงเป็นโอกาสดีสำหรับนักลงทุนที่มีความชำนาญในการเข้าไปเจาะตลาดในช่วงที่คู่แข่งยังมีไม่มากนัก ขณะที่ตลาดเริ่มเปิดกว้างรอให้นักลงทุนเข้าไปเติมเต็มในสิ่งที่ยังขาดแคลน ที่สำคัญ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ และร้านอาหารประเภท Fast Food ธุรกิจผลิตและจัดส่งวัตถุดิบ ศูนย์กระจายสินค้า ธุรกิจให้บริการนำเที่ยว ธุรกิจเรือนำเที่ยว การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม บริการนวดและสปา โรงพยาบาล โรงเรียนสอนวิชาชีพด้านการบริการ รวมถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2553, Online)

สำหรับอาหารไทยเมื่อเทียบกับอาหารกัมพูชาแล้ว อาจกล่าวได้ว่า อาหารไทยในปัจจุบันเป็นอาหารที่ติดตลาดโลก และเป็นตัวอย่างให้ประเทศอื่นเอาเป็นแบบอย่าง ในขณะที่อาหารกัมพูชายังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก ดังนั้นอาหารกัมพูชาจึงไม่ใช่คู่แข่งของอาหารไทย จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า อาหารไทยถ้ามีระบบการบริหารจัดการที่ดีสามารถทำเป็นแฟรนไชส์ไปทั่วโลกได้เพราะมีความหลากหลายของเมนู นอกจากนี้ผลการวิจัยเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าอาหารไทยมีศักยภาพทางการตลาดที่สูงมากเมื่อเทียบกับอาหารของประเทศอาเซียนอื่น ๆ ไม่เพียงแต่เฉพาะอาหารกัมพูชาเท่านั้น ซึ่งอาหารไทยเป็นอาหารในกลุ่มประเทศอาเซียนเพียงประเทศเดียวที่ติดอยู่ในอาหารยอดนิยมของโลก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่รายงานว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรก คือ รสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมีกลิ่นหอมในระดับมาก รองลงมา ทุกเรื่องอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เรื่อง มีความสดใหม่ของวัตถุดิบและเครื่องปรุง อื่นๆ และมีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการมีวัฒนธรรมการกินและการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ สำหรับปัญหาอุปสรรคการทำธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อขายคนพื้นที่ คือ ความสามารถในการบริโภคของประเทศเพื่อนบ้านต่ำกว่ามูลค่าอาหารไทย ทั้งนี้เนื่องจากคนกัมพูชามีรายได้น้อยจึงไม่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ส่วนใหญ่ทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน โดยทั่วไปคนกัมพูชาที่เคยมาเที่ยวหรือมาทำงานที่ประเทศไทยและได้เคยลองรับประทานอาหารไทยแล้วจะชอบรับประทานอาหารไทยเพราะมีรสชาติอร่อย แต่เนื่องจากอาหารไทยที่ขายในร้านอาหารที่ประเทศกัมพูชามีราคาสูงจึงทำให้คนพื้นที่ หรือคนท้องถิ่นไม่สามารถรับประทานได้ นอกจากนี้จุดอ่อนของร้านอาหารไทยอยู่ที่ระบบการบริหารจัดการ เนื่องจากจากร้านอาหารไทยส่วนใหญ่ที่เปิดอยู่ในประเทศกัมพูชาที่มีเจ้าของร้านเป็นคนไทยมักเป็น

ร้านอาหารขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ดังนั้นเจ้าของร้านและพ่อครัว/แม่ครัวจึงเป็นคน ๆ เดียวกันเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากการจ้างพ่อครัว/แม่ครัวคนไทยมีราคาสูง ดังนั้นเจ้าของร้านอาหารไทยส่วนใหญ่มักขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ และใช้ระบบการบริหารงานในรูปแบบครอบครัวทำให้การดำเนินงานของร้านไม่สามารถขยายได้มาก และมักมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการด้านบุคลากร

1.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนอกกัมพูชา

จากผลการวิจัยเชิงสำรวจในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาดำเนินการปริญญาตรี มีอาชีพเป็นแม่บ้าน รายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 13,500 บาท/US\$ 450/1,836,000 เรียล นับถือศาสนาพุทธ มีสัญชาติกัมพูชา ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว ส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารไทยแต่ไม่สามารถระบุอาหารประจำภาคได้ และเคยรับประทานที่ร้านอาหารในระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทั้งคนพื้นที่และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารไทยมาก่อน เพียงแต่ไม่สามารถระบุประเภทได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอาหารไทยมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจึงทำให้เป็นที่จดจำ แต่มีความหลากหลายในแง่ของประเภทของอาหาร อีกทั้งยังแบ่งแยกออกเป็นอาหารประจำภาคจึงเป็นเรื่องยากสำหรับคนกัมพูชาและนักท่องเที่ยวในการที่จะระบุว่าเป็นอาหารไทยประจำภาคใด และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในประเด็นของประเภทร้านอาหารที่รับประทาน โดยพบว่าคนกัมพูชาท้องถิ่นส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยในร้านธรรมดาทั่วไป เพราะถ้าเป็นร้านที่รับกลุ่มทัวร์อาหารจะมีราคาค่อนข้างสูง

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกอาหารไทยและรายการอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยปัจจัยในการตัดสินใจเลือกอาหารไทยโดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับค่อนข้างมากโดยมีอันดับแรกเป็นอื่น ๆ รองลงมาคือ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ราคาอาหารต่อจาน รูปลักษณ์ของอาหารเป็นอาหารที่มีชื่อเสียง อาหารมีเอกลักษณ์ และเป็นอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ สอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2543) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงในการจัดรายการอาหารให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและความต้องการด้านโภชนาการ และความหลากหลายของอาหารที่ส่งผลต่อรูปลักษณ์ของอาหาร ได้แก่ ชนิดของอาหาร สี กลิ่น รสชาติ และปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคคาดหวังในการมาร้านอาหาร คือ คุณภาพ ราคา และความคุ้มค่า ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพ

มากขึ้นและอาหารไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นอาหารสุขภาพ และมีเอกลักษณ์เฉพาะ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยกลุ่มที่มีสถานภาพเป็นหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพโสด และสมรส ส่วนลักษณะส่วนบุคคลอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครไม่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยที่เลือกรายการอาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยอันดับแรกมีความสำคัญในระดับมาก คือ รสชาติดี รongลงมา มีความสำคัญในระดับค่อนข้างมากตามลำดับได้แก่ เรื่อง ราคาสมเหตุสมผล เครื่องปรุง สารอาหารที่มีประโยชน์ และความเร็วและความสะดวก และอันดับสุดท้ายมีความสำคัญในระดับปานกลาง คือเรื่อง สารอาหารที่มีแคลอรีต่ำ สอดคล้องกับผลการวิจัยของมาร์ค ทิพยามานูต และคนอื่นๆ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจของร้านอาหารไทย “ครัวคุณหญิงจิบ” ณ ถนนราชพฤกษ์ กรุงเทพมหานครที่พบว่า การทำธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยสำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีคุณภาพทั้งด้านรสชาติและความสะอาด และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไปสู่ความสำเร็จในกัมพูชา คือ เรื่องของรสชาติอาหารต้องอร่อยและคงที่มาเป็นอันดับแรก และความสะอาดของร้านเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาเลือกร้านอาหาร หรือภัตตาคารของบริษัททัวร์ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว

รายการอาหารและขนมหวานไทยที่ได้รับความนิยม

ความนิยมอาหารไทยใน 12 รายการ จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าอันดับแรกเป็น **ต้มยำกุ้ง** รongลงมา 5 อันดับ ได้แก่ **ผัดไทย แกงเขียวหวานไก่ ผัดกระเพรา ส้มตำ และต้มข่าไก่** อันดับสุดท้าย แกงมัสมั่น ส่วนความสนใจรายการอาหารไทยโดยรวม 12 รายการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายการอาหารที่สนใจเป็นในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกคือ ผัดไทย รongลงมาได้แก่ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ ต้มข่าไก่ ยำแซ่บ แกงเขียวหวานไก่ ผัดกะเพรา หมูสะเต๊ะ และไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ตามลำดับ รายการอาหารไทยได้รับความนิยม 3 ลำดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แกงพะแนง แกงมัสมั่น และแกงเผ็ดเป็ดย่าง ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของชนะ จิตติยพัสน (2551) ที่ศึกษาระดับและขีดความสามารถผู้ประกอบการอาหารไทยในด้านการประกอบอาหารไทย ตามรายการมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาผู้ประกอบการอาหารไทยและด้านสุขาภิบาลอาหาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างชอบอาหารไทยประเภทต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย แกงเผ็ดเป็ดย่าง และผัดกระเพรา ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า รายการ

อาหารไทยที่ได้รับความนิยมในร้านอาหารไทยในกัมพูชามีเมนูที่ไม่แตกต่างกันมากในแต่ละร้าน ได้แก่ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวานไก่ น้ำพริกกะปิ-ปลาพุดทอด น้ำพริก ปลาพุด ยำวุ้นเส้นทะเล ข้าวผัด กระเพราเนื้อ/หมู/ไก่ ข้าวคั่วกอกกะปิ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมนูที่ขายในร้านอาหารไทยแต่ละร้านไม่มีเมนูที่แตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่เป็นเมนูพื้น ๆ และมีวิธีการประกอบอาหารที่ไม่ยุ่งยาก และร้านมักเลือกเมนูที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกส่วนใหญ่รู้จักกันดีอยู่แล้ว

รายการขนมหวานไทย สำหรับการจัดลำดับใน 6 รายการ อันดับแรกเป็น **ข้าวเหนียวมะม่วง** รองลงมาคือ **ขนมชั้น ทองหยิบและทองหยอด** และลูกชุบ ตามลำดับ ส่วนบัวลอยไข่หวานและทับทิมกรอบไม่มีการให้ลำดับ สำหรับความสนใจรายการขนมไทยโดยรวมใน 6 รายการอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า อันดับแรกได้รับความสนใจในระดับค่อนข้างมาก คือ ข้าวเหนียวมะม่วง รองลงมาได้รับความสนใจในระดับปานกลาง 5 รายการ ได้แก่ ขนมชั้น ลูกชุบ ทับทิมกรอบ ทองหยิบและทองหยอด และบัวลอยไข่หวาน ตามลำดับ

จากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่ารายการอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นที่รู้จักในระดับโลก อาทิ ต้มยำกุ้ง ผัดไทย และแกงเขียวหวาน อยู่ในลำดับต้นๆ ของกลุ่มตลาดอาเซียนเช่นเดียวกัน ส่วนขนมหวานไทยที่นิยมมากที่สุด ใน 6 รายการ เป็นข้าวเหนียวมะม่วงอาจเป็นเพราะมีลักษณะใกล้เคียงกับขนมพื้นบ้านของกัมพูชาที่ทำจากข้าวเหนียว แต่แตกต่างที่ขนมไทยมุลด้วยกะทิทำให้มีรสหวานมันและมีกลิ่นหอม และมะม่วงมีรสชาติดีกว่า ส่วนผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าร้านอาหารไทยเกือบทั้งหมดไม่มีการขายขนมหวานไทย เนื่องจากไม่มีแรงงานเพียงพอ และมีกรรมวิธียุ่งยาก แต่อย่างไรก็ตามสำหรับร้านอาหารไทยที่เคยขายขนมหวานมาก่อน พบว่า บัวลอยและ รวมมิตรปิ้ง ได้รับความนิยม ซึ่งถ้าร้านอาหารไทยมีการทำเมนูของหวานเพิ่มก็น่าจะเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่างระหว่างร้านอาหารไทยกับอาหารชาติอื่น ๆ เนื่องมาจากขนมหวานไทยมีความหลากหลาย และมีรสชาติที่อร่อยและมีรูปลักษณะที่สวยงาม แต่ขนมหวานกัมพูชายังไม่มีเทคนิคและความประณีตในการทำ และมีรสชาติไม่อร่อยเมื่อเทียบกับขนมไทย

1.4 ภาพลักษณ์อาหารไทยและรูปแบบร้านอาหารไทย

ภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวมในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการพบว่าอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรก คือ รสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมีกลิ่นหอมในระดับมาก รองลงมาทุกเรื่องอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เรื่อง มีความสดใหม่ของวัตถุดิบและเครื่องปรุงอื่น ๆ และมีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการมีวัฒนธรรมการกินและการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ

ภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวมจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า อาชีพ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และประเภทของร้านอาหารที่เลือกแตกต่างกัน นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมักมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มในการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ในการนี้แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นด้านรสชาติซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในประเทศกัมพูชาโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใดๆ มีความคิดเห็นใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า อาหารไทยเป็นที่ยอมรับของคนกัมพูชา ถ้ามีการเลี้ยงแขกผู้ใหญ่ ข้าราชการระดับนายพล นายพัน มักนิยมมาจัดเลี้ยงที่ร้านอาหารของไทย

ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและด้านสุขาภิบาลโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน ส่วนในรายข้อ พบว่า อันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ เรื่องสุขอนามัยของพนักงาน รองลงมาทุกเรื่องอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เรื่องห้องน้ำสะอาดและมีกลิ่นหอม ดำเนินเครื่องใช้แข็งแรงยึดติดกับฐาน และภาชนะแก้วและผ้าสะอาด และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง ซ็อน/ล้อมสะอาดมันวาว ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและด้านสุขาภิบาลโดยรวม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า การศึกษาศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ กลุ่มที่มีสัญชาติกัมพูชามีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติยุโรป และกลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยโดยรวม และด้านภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือก พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่ด้านภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เลือกประเภทร้านอาหารแบบอื่นๆ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่เลือกร้านอาหารประเภทหรรษา/คลาสสิก และร้านอาหารระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย ส่วนด้านภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยโดยรวม นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เลือกประเภทของร้านอาหารแบบอื่นๆ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่เลือกร้านอาหารริมบาทวิถี กลุ่มที่เลือกร้านอาหารระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย และกลุ่มที่เลือกร้านอาหารประเภทหรรษา/คลาสสิก ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ร้านอาหารไทย กับภาพลักษณ์อาหารไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในกัมพูชาจะเห็นถึงความแตกต่างของภาพลักษณ์ร้านอาหาร

ไทยในด้านสุขอนามัยและด้านสุขาภิบาลอย่างชัดเจน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษา ศาสนา สัญชาติ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และประเภทของร้านอาหารที่เลือกของแต่ละกลุ่มซึ่งสะท้อนลักษณะร้านอาหารตามรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของร้านอาหารเช่นเดียวกับภาพลักษณ์ของอาหาร

ความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยที่โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และในรายชื่อก็มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมากทุกชื่อ โดยสามอันดับแรกเป็น เรื่อง ความเป็นอาหารไทยแท้ เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคต้องการกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทยอีก และสุขอนามัยและสุขาภิบาล ตามลำดับ ผลการวิจัยส่วนนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรเทพ อนุสรณินทิสาร และคนอื่นๆ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดทำระบบสารสนเทศแบบเว็บ เพื่อการจัดวัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องใช้และอุปกรณ์ตกแต่ง สำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ พบว่าในปัจจุบันชาวต่างชาติมีความต้องการอาหารไทยในระดับสูง และชอบรับประทานอาหารไทยแบบตำรับไทยแท้ การตกแต่งร้านด้วยบรรยากาศไทยและตกแต่งจานอาหารด้วยงานแกะสลักผัก/ผลไม้ ส่วนอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องแผนกบริการส่วนหน้า/ต้อนรับ ซึ่งในเรื่องนี้หากผู้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของพนักงานบริการและการต้อนรับให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ศาสนา สัญชาติ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และประเภทร้านอาหารที่เลือกแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อร้านอาหารไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆ กลุ่มที่มีสัญชาติกัมพูชามีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติยุโรป กลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว และกลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ และพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกประเภทของร้านอาหารแบบอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่เลือกร้านอาหารประเภทธรรมดาทั่วไป/จานด่วน และกลุ่มที่เลือกร้านอาหารประเภทระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคอาหารไทยในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความคิดเห็นต่อปัจจัย

ในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย รูปแบบอาหาร ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรายการอาหารไทย รสชาติอาหาร ภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบร้านอาหารไทย และรูปแบบการบริการ ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์ อันดับแรก คือ รูปแบบร้านอาหาร มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบอาหาร และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรายการอาหารไทย มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สำหรับด้านรูปแบบการบริการ รสชาติอาหาร และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ

จากผลวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยในภาพรวมข้างต้น นอกเหนือจากลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อความคิดและการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร รายการอาหารแล้วจะเห็นได้ว่าทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านอาหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งส่งผลโดยตรงต่อกิจการ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทย ได้รับอาหารที่มีคุณภาพ/รสชาติดี รวมถึงการให้บริการที่ดีมากขึ้น จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นส่งผลให้กิจการร้านอาหารมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในแง่ของแนวคิดในการบริหารจัดการร้านอาหารไทยให้ประสบความสำเร็จในประเทศกัมพูชา พบว่า ปัจจัยในการเปิดร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จและลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก อาหารเป็นปัจจัยหนึ่ง แต่การบริการ การต้อนรับหรือวิธีการพูดจาของเจ้าของร้านและพนักงานในร้านเป็นสิ่งสำคัญแม้ว่าอาหารอร่อยก็มีรสเค็มได้ถ้าการพูดจาไม่ดี ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการบริการที่ดีมากขึ้นจะทำให้ลูกค้าประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกซึ่งในที่นี้ อาจรวมถึงการปฏิบัติของเจ้าของร้านและพนักงานที่มีต่อมัคคุเทศก์และคนขับรถที่พากลุ่มทัวร์มารับประทานอาหารที่ร้านด้วย เนื่องจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าบริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารและเมนูอาหารสำหรับกลุ่มลูกค้าทัวร์ ดังนั้นถ้าเจ้าของร้านหรือพนักงานบริการมีการปฏิบัติที่ไม่ดีต่อมัคคุเทศก์หรือคนขับรถอาจมีผลสะท้อนในเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของร้าน และทำให้เสียลูกค้าซึ่งเป็นผลจากการที่บริษัททัวร์ไม่เลือกใช้บริการ นอกจากนั้นทำเลที่ตั้งก็มีความสำคัญถ้าอาหารอร่อยแต่อยู่ลึกเกินไปมีผลทำให้คนไม่รู้จัก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเนื่องมาจากความไม่สะดวกในการเดินทาง

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ชี้ให้เห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชามีผลต่อธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากการเปลี่ยนของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่ตลาดกัมพูชาทำให้มี

พฤติกรรมกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากประเทศกัมพูชาเป็นประเทศที่มีศักยภาพในด้าน การท่องเที่ยวสูงโดยปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชามีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อก่อนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป สแกนดิเนเวีย แต่หลังจากเกิดสถานการณ์ในยุโรป ทำให้ความสามารถในการใช้จ่ายลดลง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีจำนวนลดลง ตอนนี้นักท่องเที่ยว ในกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นชาวจีน เวียดนาม และเกาหลี ซึ่งมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคต่างจากชาวยุโรป ชาวยุโรปมีกำลังซื้อและพร้อมที่จะรับประทานอาหารไทย และอาหารฝรั่งเศส แต่กลุ่มชาวเอเชีย ส่วนใหญ่ไม่สนใจอาหารไทย สนใจแต่ร้านอาหารราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกอาหารไทยโดยรวม และรายชื่อทุกชื่ออยู่ในระดับค่อนข้างมากโดยมีอันดับแรกเป็น อื่น ๆ รองลงมาคือ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ราคาอาหารต่อจาน รูปลักษณ์ของอาหารเป็นอาหารที่มีชื่อเสียง อาหารมีเอกลักษณ์ และเป็น อาหารท้องถิ่น ตามลำดับ และปัจจัยที่เลือกรายการอาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยอันดับแรกมีความสำคัญในระดับมาก คือ รสชาติดีดี รองลงมามีความสำคัญในระดับ ค่อนข้างมากตามลำดับได้แก่ เรื่อง ราคาสมเหตุสมผล เครื่องปรุง สารอาหารที่มีประโยชน์ และ ความรวดเร็วและความสะอาด และอันดับสุดท้ายมีความสำคัญในระดับปานกลาง คือเรื่อง สารอาหารที่มีแคลอรีต่ำ ซึ่งผลการวิจัยในภาพรวมชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญเป็นอันดับแรก ๆ ใน การตัดสินใจเลือกอาหารไทยโดยรวมของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่ประเทศกัมพูชา คือ ปัจจัยเรื่อง อาหารไทยเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ต้องมีรสชาติดี ราคาอาหารต่อจาน และราคาต้องสมเหตุสมผล ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยควรพิจารณาเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการในแง่ของ ประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้บริโภคชาวกัมพูชาที่มีฐานะดีเริ่มมีการ เลือกรับประทานอาหารสุขภาพมากขึ้น นอกจากนั้นในยุคปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่ชาว กัมพูชาต่างหันมาคำนึงถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะคำนึงถึงเรื่องคุณค่าของอาหารแล้ว รสชาติของอาหารไทยก็ยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญ รวมทั้งการตั้งราคาอาหารต่อจานให้เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก็เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มาใช้ บริการ

1.5 รูปแบบธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสม

ผลการสำรวจข้อมูลจากตัวอย่างพบว่าประเภทร้านอาหารไทยที่นักท่องเที่ยว/ ผู้บริโภคเคยรับประทานมากที่สุดเป็นประเภทร้านระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย รองลงมาเป็นร้าน

ระดับธรรมดาทั่วไป /จานด่วน ร้านระดับหรูหรา/คลาสสิก ร้านริมบาทวิถี และร้านแบบอื่นๆ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทาน กับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่วนใหญ่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เลือกรับประทานอาหารไทยในร้านหรูหรา/คลาสสิก นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน สัญชาติฝรั่งเศสและยุโรปอื่นๆ และมีลักษณะเดินทางแบบนักท่องเที่ยวแบกเป้ เลือกรับประทานอาหารไทยในร้านระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย และนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาพุทธ เลือกรับประทานอาหารไทยในร้านระดับธรรมดาทั่วไป/จานด่วน จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านอาหารแต่ละประเภทแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้บริการที่ตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า รูปแบบการลงทุนร้านอาหารแบ่งตามประเภทของกลุ่มเป้าหมาย สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1. ร้านอาหารหรือภัตตาคารสำหรับกลุ่มทัวร์โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นร้านที่มีตั้งแต่ขนาดกลางจนถึงร้านขนาดใหญ่ ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก เป็นการลงทุนร่วมระหว่างคนไทยกับคนกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นร้านที่มีตั้งแต่ขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ ร้านที่รองรับกลุ่มทัวร์ต้องมีเนื้อที่กว้างขวางเพียงพอเพื่อสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ ลักษณะของร้านต้องมีการตกแต่งที่สวยงาม และส่วนใหญ่มีการจัดบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ มีการนำเสนอเมนูหลากหลายสัญชาติ แต่เน้นอาหารไทยประยุกต์เป็นหลัก จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของร้านอาหารประเภทนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช่ลูกค้าขาประจำโดยจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ วศินา จันทรศิริ และสุวิทย์ เกษรศรี (2549) ที่กล่าวว่า รายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist menu) การจัดรายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวมักจะรวมอยู่ในเงื่อนไขของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยมีบริษัทด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้ประสานงานติดต่อกับภัตตาคารไว้ล่วงหน้า รายการอาหารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมักจะเป็นแบบรายการอาหารชุด โดยมีหลักการจัดอาหารจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้มาท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ ซึ่งต้องมั่นใจว่าผู้มารับบริการยอมรับได้ในประเภท ลักษณะและรสชาติของอาหารที่จัดให้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2543) กล่าวว่า รายการอาหารบุฟเฟต์ (Buffet menu) การจัดอาหารแบบบุฟเฟต์เป็นที่

ดึงดูดใจแก่ผู้มารับบริการมาก การกำหนดอาหารแบบนี้จะเลือกอาหารที่มีความหลากหลายทั้งชนิดและรสชาติของอาหาร หรืออาจจะมีอาหารชนิดอื่นๆ คละเคล้ากันไป เช่น อาหารไทย อาหารฝรั่ง อาหารจีน หรืออาหารที่นิยมกันตามท้องถิ่น มีการจัดบรรยากาศภายในห้องอาหารที่ดี มีการตกแต่งโต๊ะที่จัดแสดงอาหารให้ดูสะอาดเรียบร้อย สวยงาม และหรูหรา ส่วนการคิดราคาจะคิดราคาเหมาเป็นมือโดยไม่คำนึงถึงว่าลูกค้าจะรับประทานมากหรือน้อยหรือจะเลือกตักกี่ครั้งก็ได้ โดยมีการตั้งราคาไว้แน่นอนเช่นเดียวกับรายการอาหารชุด ซึ่งการคิดราคาเหมาเป็นมือจะทำให้สะดวกแก่การประมาณต้นทุนอาหารและราคาไม่แพง สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก และใช้พนักงานน้อย

2. ร้านอาหารสำหรับกลุ่มลูกค้า walk-in มีทั้งร้านแบบ stand alone ที่เป็นร้านขนาดเล็ก ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก ส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่มาลงทุนโดยไม่มีหุ้นส่วน แต่ร้านจำเป็นต้องหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมโดยอยู่ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกในการมารับประทานอาหาร เป็นรูปแบบร้านอาหารมีขนาดเล็กไม่เน้นการลงทุนด้านการตกแต่งมากนักและไม่หรูหรา และมีการนำเมนูเสนอเมนูอาหารไทยทั่ว ๆ ไป และอีกประเภทหนึ่ง คือร้านอาหารไทยในโรงแรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดเล็ก แต่มีการตกแต่งที่หรูหรา บรรยากาศดี อาหารมีราคาแพงกว่าร้านแบบ stand alone สำหรับร้านประเภทนี้มีรูปแบบการจัดบริการอาหารทั้งแบบ a la carte และ set menu จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของร้านอาหารประเภทนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มีทั้งประเภทที่เป็นขาประจำ คือ คนพื้นที่ และไม่ใช้ลูกค้าขาประจำ คือ นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ วศินา จันทศิริ และสุวิทย์ เกษรศรี (2549) ที่กล่าวว่า การวางแผนกำหนดรายการอาหารควรจะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งอาจจะพิจารณาแยกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน จะเป็นผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับรายการอาหารของภัตตาคาร มักตัดสินใจเลือกสั่งอาหารได้ยาก ดังนั้นในรูปแบบการจัดบริการอาหารที่เหมาะสมควรจัดบริการอาหารที่มีลักษณะเป็นรายการอาหารชุด (Set menu) มีลักษณะเป็นรายการอาหารจำกัด นำเสนออาหารเป็นชุดซึ่งประกอบด้วยอาหารเพียง 2-3 ประเภท ราคาขายคิดเป็นราคาเดี่ยวต่อชุด และพนักงานบริการนำอาหารแต่ละอย่างมาจัดเสิร์ฟในเวลาที่ยกกัด และกลุ่มผู้มารับบริการประจำ จะมีลักษณะที่ต่างจากกลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน เนื่องจากการที่มานั่งรับประทานอาหารเป็นประจำ จึงชอบที่จะเลือกสั่งอาหารจากรายการที่มีอยู่เพราะทราบดีว่าอาหารประเภทใดที่อร่อยถูกปาก เป็นรายการอาหารแบบเลือกสั่ง (a la carte) มีลักษณะเป็นรายการอาหารที่มีอาหารให้เลือกมากขนาดของรายการอาหารจึงใหญ่กว่ารายการอาหารชุด จัดแบ่งอาหารเป็นประเภท หากจัดแบบอาหารไทยอาจแบ่งเป็นอาหารประเภทแกง ประเภทผัด ประเภทเครื่องจิ้ม

ประเภทกับแก้ม ประเภทอาหารจานเดียว หากจัดอาหารต่างประเทศแบ่งเป็นอาหารประเภท เร็ว น้ำย่อย อาหารจานหลัก ขนมหวาน เป็นต้น อาหารจะเตรียมขึ้นเมื่อผู้รับบริการสั่ง และการคิด ราคาแยกแต่ละรายการโดยทั่วไปจะมีราคาสูงกว่ารายการอาหารชุด

รูปแบบร้านอาหารไทย

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่ารูปแบบร้านอาหารไทยที่นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครอบทุก รูปแบบอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกเป็นประเภทอื่นๆ รองลงมาเป็นรูปแบบร้านอาหาร ระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย ร้านระดับธรรมดาทั่วๆ ไป/จานด่วน และร้านริมบาทวิถี ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายเป็นระดับหรูหรา/คลาสสิก ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความนิยม รูปแบบร้านอาหารไทยโดยรวมของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครอบทุกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครุ่นที่มีอายุ การศึกษา ศาสนา สัญชาติลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และ ประเภทร้านอาหารที่เลือกแตกต่างกัน มีความนิยมในรูปแบบร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ จากการพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่า ไม่มีความแตกต่างในกลุ่มที่มีอายุ ต่างกัน กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของระดับความชอบมากกว่ากลุ่มที่มี การศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีความชอบ มากกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆกลุ่มที่มี สัญชาติกัมพูชามีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติยุโรป กลุ่มที่มีลักษณะการ เดินทางมากับครอบครัว มีความชอบโดยเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่นๆ และ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ และพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เลือกประเภทของร้านอาหารแบบอื่นๆ มี ความชอบโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่เลือกร้านอาหารริมบาทวิถี ร้านอาหารระดับปานกลาง/ไทยร่วม สมัย และกลุ่มที่เลือกร้านอาหารประเภทหรูหรา/คลาสสิก

รูปแบบการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครอบมากในอันดับแรกเป็น การบริการ เต็มรูปแบบ รองลงมาชอบในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ อื่นๆ บริการตัวเอง และร้านอาหารที่มี บริการจัดส่งสินค้า ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการซื้อสินค้า ห่อกลับบ้าน สอดคล้องกับผลการวิจัยคุณภาพ คือ รูปแบบการให้บริการอาหารในร้านอาหารไทยใน กัมพูชา มี 2 รูปแบบที่ได้รับความนิยม คือ แบบ a la carte เป็นการเต็มรูปแบบ และ แบบ buffet เป็น การบริการตัวเอง

รูปแบบอาหารไทย รูปแบบของอาหารไทยที่นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครอบโดยรวมอยู่ใน ระดับค่อนข้างมาก รูปแบบที่ชอบในระดับค่อนข้างมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ อาหารจานเดียว

อาหารอื่น ๆ รายการอาหารพิเศษ อาหารบุฟเฟ่ต์ และรายการอาหารยอดนิยมตามแนวโน้มตลาดตามลำดับ สำหรับอันดับสุดท้ายมีความชอบในระดับปานกลาง คือรูปแบบอาหารชุด (อาหารเรียกน้ำย่อย+อาหารจานหลัก+ของหวาน) สอดคล้องกับผลการวิจัยคุณภาพ คือ รูปแบบการให้บริการอาหารในภัตตาคาร มี 2 รูปแบบที่ได้รับความนิยม คือ แบบ a la carte เป็นลักษณะรายการอาหารตามสั่งตามความต้องการของลูกค้าซึ่งถ้าเป็นนักท่องเที่ยว สำหรับมื้อกลางวันนิยมสั่งอาหารจานเดียวเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ส่วนมื้อเย็นนิยมสั่งกับข้าวเพื่อรับประทานกับข้าว และรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มทัวร์ คือ การให้บริการแบบ buffet ซึ่งลูกค้าไม่ต้องรอนานเมื่อมาถึงร้านสามารถรับประทานได้เลย และมีอาหารให้เลือกหลากหลายในราคาไม่แพงเพราะคิดราคาต่อหัว ซึ่งบริษัททัวร์มักเลือกใช้วันที่ให้บริการประเภทนี้สำหรับกลุ่มทัวร์ที่มีขนาดใหญ่

วัตถุดิบในการประกอบอาหารไทย ในประเภทข้าวที่นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคริชอบในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ข้าวหอมมะลิ รองลงมาเป็นข้าวเหนียวในระดับปานกลาง วัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ทุกประเภทชอบในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกเป็นเนื้อไก่ รองลงมา ได้แก่ เนื้อวัว เนื้อหมู และอาหารทะเล ตามลำดับ และวัตถุดิบประเภทผักที่ชอบอันดับแรกอยู่ในระดับมากเป็นผักพื้นบ้าน ส่วนผักที่นำเข้าอื่นๆ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลที่ได้จากเชิงคุณภาพ พบว่าวัตถุดิบที่ใช้ในร้านอาหารไทยในภัตตาคาร ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในตลาดท้องถิ่นเกือบทั้งหมด ยกเว้นเครื่องปรุงรสที่ใช้เครื่องปรุงรสของไทยแต่นำเข้ามาขายโดยคนพื้นที่ สำหรับข้าวหอมมะลิที่ใช้ในร้านอาหารไทยเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่นเช่นกัน คือ เป็นข้าวหอมมะลิของภัตตาคารซึ่งมีคุณภาพดีไม่แตกต่างจากของไทย ส่วนวัตถุดิบเนื้อสัตว์ประเภท ปลาและเบ็ด เป็นวัตถุดิบพื้นบ้าน ยกเว้นเนื้อไก่ส่วนใหญ่นำเข้าจากเมืองไทย สำหรับผักใช้ผักในท้องถิ่นทั้งหมด ซึ่งมีราคาถูก

วิธีการปรุงอาหารไทย วิธีการปรุงอาหารไทยที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ วิธีผัด รองลงมาทุกวิธีการปรุงอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ วิธีแกง ย่าง น้ำพริก ยำ นึ่ง ทอด อื่นๆ ต้ม และอันดับสุดท้ายเป็นวิธีตุ๋น ตามลำดับ

รสชาติอาหารและเครื่องปรุงอาหารไทย รสชาติอาหารที่นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคริชอบเป็นอันดับแรก รสหวานในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาเป็นความเผ็ดร้อน รสเปรี้ยว และรสเค็ม ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นความมันชอบในระดับปานกลาง

เครื่องปรุงรสเค็มทุกประเภทชอบในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้น กะปิ และปลาร้า โดยมี 3 อันดับแรกเป็น น้ำปลา น้ำมันหอย และอื่นๆ ตามลำดับ

เครื่องปรุงรสหวานที่ชอบค่อนข้างมาก ได้แก่ น้ำตาลอื่นๆ (น้ำตาลโตนด) และน้ำตาลทรายขาว รองลงมาที่เหลือนี้อาจมีความชอบในระดับปานกลาง ได้แก่ น้ำตาลปึก น้ำตาลสด และน้ำตาลแดง ตามลำดับ

เครื่องปรุงรสเปรี้ยวทุกประเภทมีความชอบในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้นน้ำส้มสายชูชอบในระดับปานกลาง อันดับแรกเป็น มะเขือเทศ รองลงมาเป็น อื่นๆ มะนาว มะกรูด และมะขามเปียก ตามลำดับ

เครื่องปรุงรสเผ็ดทุกประเภทชอบในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้น พริกไทย ชอบในระดับปานกลางในอันดับแรก พริกสด รองลงมา ได้แก่ พริกอื่นๆ พริกแกง และพริกแห้ง ตามลำดับ

เครื่องปรุงรสสมุนไพรไทยอบแห้งที่ชอบในระดับค่อนข้างมากมี 5 รายการ ได้แก่ สมุนไพรไทยอบแห้งอื่นๆ กระเทียมอบแห้ง ผักชีอบแห้ง หอมแดงซอยอบแห้ง และผักชีฝรั่ง (ผักชีใบยาว) ตามลำดับ ส่วนที่เหลือน้อยในระดับปานกลาง

2. เส้นท่องเที่ยวทางไทย-ลาว

2.1 สถานการณ์และแนวโน้มประกอบธุรกิจอาหารไทยในลาว

ในประเทศลาวมีสถานการณ์ทางการเมืองที่สงบ และรัฐบาลลาวส่งเสริมการลงทุนจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักลงทุนชาวต่างชาติ โดยเฉพาะเรื่องของการลงทุนในธุรกิจอาหารแปรรูปและธุรกิจร้านอาหารขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานครบวงจร โดยประเทศลาวมีกฎหมายที่มีการส่งเสริมการลงทุนสำหรับนักธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศได้รับสิทธิประโยชน์เท่าเทียมกันโดยไม่มีกำแพงแต่ด้านสัดส่วนการถือหุ้นแตกต่างกันตามประเภทธุรกิจ และในประเทศลาวในเมืองใหญ่มีความพร้อมเรื่องระบบสาธารณูปโภคสำหรับการลงทุนร้านอาหารขนาดใหญ่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 รัฐบาลลาวได้มีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 6 สำหรับปี 2549 - 2553 การปฏิรูปตามแผนนี้รัฐยังคงมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่าแผนฯ จะเน้นการพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจของภาครัฐและประชาชน แต่ก็ยังมีช่องทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของสาขาอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจของชาติ ภายใต้แผนนี้ รัฐบาลเน้นการสร้างความแข็งแกร่งต่อภาคการเงินการคลัง พัฒนาระบบการศึกษาการลงทุนจากต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับภาคการบริการ และจัดการกับปัญหาคอร์รัปชัน นอกจากนี้ทางรัฐบาลลาวได้วางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับปี พ.ศ. 2548-2558 เพื่อพัฒนาให้มีการบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้าของประเทศไปสู่ตลาดสากล และได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลายประการเพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวโดยมีการยกระดับสนามบินภายในประเทศสามแห่งให้เป็น

สนามบินระดับนานาชาติในสามเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติวัดไต ณ เวียงจันทน์ ท่าอากาศยานนานาชาติหลวงพระบาง และสนามบินปากเซ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งชี้ให้เห็นว่า ในประเทศลาวในเมืองใหญ่และเป็นเมืองท่องเที่ยว พบว่า จำนวนร้านอาหารที่มีคุณภาพยังมีจำนวนไม่เพียงพอในการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มต่าง ๆ ซึ่งยังมีแนวโน้มในการเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามอัตราการขยายตัวของภาวะ เศรษฐกิจและสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ

สำหรับร้านอาหารที่ขายอาหารไทยที่เปิดอยู่ในประเทศลาวไม่สามารถแยกได้ชัดเจนว่า เป็นร้านอาหารไทยหรือร้านอาหารลาวเพราะอาหารมีความใกล้เคียงกันมาก และเมนูมีการ ผสมผสานกัน และบางร้านก็มีอาหารหลากหลายสัญชาติ แยกไม่ได้ว่าเป็นร้านอาหารสัญชาติไหน จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ลักษณะของอาหารไทย (อีสาน) และอาหารลาวมีความเหมือนกัน ซึ่ง ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวถ้าไม่ใช่คนไทยหรือคนลาวไม่สามารถที่จะแยกความแตกต่างของ อาหารสองประเทศได้อย่างชัดเจนว่าเมนูใดเป็นอาหารไทยหรือเมนูใดเป็นอาหารลาว ดังนั้นในการ ส่งเสริมการตลาดอาหารไทยเพื่อเป็นจุดขายในประเทศลาวจำเป็นต้องเลือกใช้กลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสม ถ้าทำไม่ถูกวิธีอาจเกิดผลเสียมากกว่าผลดีเพราะประเทศไทยและประเทศลาว เปรียบเสมือนเมืองพี่เมืองน้อง จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างอ่อนไหวและละเอียดอ่อนในการที่จะนำ อาหารไทยไปเป็นคู่แข่งกับอาหารลาวซึ่งอาจทำไม่ได้ เพราะอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งในด้าน ความสัมพันธ์มิตรภาพระหว่างกันขึ้นมาได้ จากที่ผ่านมามาการนำอาหารไปเผยแพร่และส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มประเทศตะวันตกเป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายกว่าเนื่องจากมีความแตกต่างที่ชัดเจน ทุกด้าน สำหรับร้านอาหารในประเทศลาวส่วนใหญ่จะขายให้กับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยว ถ้าเป็นร้านอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามารับประทาน ร้านอาหารในเวียงจันทน์ที่มีคุณภาพสำหรับการต้อนรับกลุ่มลูกค้ามีระดับยังมีจำนวนไม่เพียงพอ กับความต้องการ แต่ถ้าเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทธรรมดาทั่วไปมีจำนวนมากพอสมควร ร้านอาหารแต่ละประเภทที่จะขายได้ดีขึ้นอยู่กับฐานของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ หรือนักลงทุนที่คิดจะมาลงทุนในธุรกิจประเภทร้านอาหาร/ภัตตาคารโดยเฉพาะร้าน หรือภัตตาคารที่มีขนาดใหญ่มีโอกาสมากในการประสบความสำเร็จ เนื่องจากร้านประเภทนี้ยังมี จำนวนไม่เพียงพอที่จะตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ อีกทั้งรัฐบาลลาวยังมี นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนนักลงทุนชาวต่างชาติในการลงทุนทำธุรกิจภัตตาคารขนาดใหญ่ แบบครบวงจรโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีระบบสาธารณูปโภคที่มีความพร้อมเพื่อรองรับการ เจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการในประเทศต่อไป

ความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมักมีความพึงพอใจร้านอาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่าอันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ เรื่องรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคคิดว่าอยากกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทยอีก คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และทำเลที่ตั้ง/สถานที่ ส่วนอันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง การส่งเสริมการขาย จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า อาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากมีรสชาติที่อร่อย แต่อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารไทยในลาวส่วนใหญ่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ หรือทำกลยุทธ์การตลาดอาหารไทยเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารสัญชาติอื่น ๆ

2.2 ศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทยในลาว

ศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวในแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามจำนวนโรงแรมที่พักในแขวงหลวงพระบางยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว และส่วนใหญ่เป็นโรงแรมและที่พักระดับกลางถึงระดับล่าง ปัจจุบันแขวงหลวงพระบางมีโรงแรมเพียง 17 แห่ง (ระดับ 5 ดาว มี 4 โรงแรม) มีรีสอร์ทและเกสต์เฮาส์ประมาณ 150 แห่ง ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความได้เปรียบด้านทักษะความชำนาญและประสบการณ์ในการบริการ การบริหารจัดการและการฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล รวมถึงความเป็นมืออาชีพด้านการออกแบบและตกแต่งสถานที่ จึงเป็นโอกาสอันดีสำหรับผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในธุรกิจดังกล่าว รวมถึงการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร้านอาหาร สปา และร้านขายของที่ระลึก ซึ่งยังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ธุรกิจดังกล่าวมีมูลค่าการลงทุนค่อนข้างสูง และเริ่มมีการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าไปลงทุนจึงควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี และควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อเตรียมพร้อมก่อนเข้าไปลงทุน (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2553)

เนื่องจากชายแดนของประเทศไทยและลาวอยู่ติดกันจึงเป็นโอกาสที่อาหารท้องถิ่นไทยจากฝั่งอีสานเข้ามาฝั่งลาวได้ง่าย โดยลักษณะทั่วไปอาหารไทยกับลาวอาหารมีลักษณะที่ใกล้เคียงจนเกือบจะกลมกลืนกัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่คิดจะมาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารไทย ควรเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศลาว และควรนำวัตถุดิบท้องถิ่นในประเทศลาวมาทำเป็นอาหารไทยเพื่อให้คนลาวได้รู้สึกว่าได้รับประทานอาหารไทยที่เป็นวัตถุดิบของลาว ส่วนร้านอาหารไทยที่มีการเสนอเมนูอาหารไทยเพื่อเป็นจุดขายสำหรับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในประเทศลาว จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า อาหารไทยยังมีจุดอ่อน คือ เมนูอาหารไทยที่ชูเป็นจุดขายในประเทศลาวส่วนใหญ่มักเป็นเมนูอาหารพื้น ๆ ซึ่งไม่มีความแตกต่างและโดดเด่นเมื่อเทียบกับเมนูอาหารลาวซึ่งชูจุดขายโดยการเน้นความเป็นอาหารประจำชาติที่เป็นอาหารพื้นบ้านของลาว หรือ อาหารชาววังหลวงพระบาง ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบเนื่องจากเมืองหลวงพระบางเป็นเมืองมรดกโลก ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงอยากมาทดลองรับประทานอาหารพื้นบ้าน ประเด็นนี้อาจถือว่าเป็นจุดอ่อนของร้านอาหารไทยที่มีการนำเสนอเมนูอาหารที่เป็นพื้นฐานหรือเป็นที่รู้จักมากเกินไปจึงทำให้ไม่ติดตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งร้านอาหารควรจะมีการคิดเมนูอื่นที่แปลกและแตกต่างออกมาเป็นจุดขายโดยเน้นเอกลักษณ์ในเรื่องของส่วนผสม วัตถุดิบ เครื่องเทศที่เป็นส่วนผสมของอาหารไทยที่ประเทศอื่นไม่มี และเป็นเมนูอาหารที่หารับประทานได้ยาก หรือไม่สามารถหารับประทานได้ในแถบตะวันตก เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างและจุดขายอาหารไทย ซึ่งโดยปกติอาหารไทยมีข้อได้เปรียบอาหารลาวในกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศลาวส่วนใหญ่จะมาเที่ยวที่ประเทศไทยก่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอาหารไทย และรสชาติของอาหารไทยมาก่อนแล้ว จึงไม่ใช่เรื่องยากในการที่จะขายอาหารไทยสำหรับคนต่างชาติเพียงแต่ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม สำหรับอาหารไทยและอาหารลาวซึ่งมีความคล้ายคลึงกันมาก จากผลการวิจัย พบว่า ร้านอาหารส่วนใหญ่มักจะมีการนำเสนอเมนูอาหารลาวและอาหารไทยควบคู่กันไป ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอาหารไทยและอาหารลาวสามารถทำการตลาดเพื่อสร้างจุดขายร่วมกันได้ ดังนั้นถ้ามีผู้ประกอบการคนไทยและคนลาวมาลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารต้องมองว่าไม่ใช่การประกอบธุรกิจเพื่อเป็นคู่แข่ง แต่ต้องเป็นลักษณะของคู่ค้าที่ถ้อยอาศัยกันไป ซึ่งถ้าสามารถมาร่วมเป็นหุ้นส่วนกันได้ยิ่งทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จไปด้วยดี เนื่องจากความหลากหลายของเมนูจะเป็นจุดขายของร้านอาหาร เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารที่หลากหลายแต่ต้องมีรสชาติอร่อยและสะอาด ดังนั้นในการนำเสนออาหารที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของสัญชาติและเมนูอาหารไม่น่าจะเป็นคู่แข่งกันตราบดีที่สามารถทำให้อาหารของตนเองมีรสชาติที่อร่อยและยังคงเอกลักษณ์ของอาหารประจำชาติเอาไว้ได้

2.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในลาว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักศึกษา มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 13,500 บาท/US\$ 450/1,836,000 เรียล นับถือศาสนาพุทธ สัญชาติลาว ลักษณะการเดินทางเป็นนักท่องเที่ยว

แบกเป้ ส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารไทยแต่ไม่สามารถระบุอาหารประจำภาคได้ และประเภทของร้านอาหารไทยที่เคยรับประทาน เป็นร้านระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย (มากกว่าร้อยละ 50)

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า วัฒนธรรมการกินของคนลาวเริ่มมีการเปลี่ยนไป เกิดการผสมกลมกลืนกับวัฒนธรรมของต่างชาติมากขึ้น คนลาวที่มีฐานะนิยมแสวงหาของกินแปลกใหม่มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของคนลาวปัจจุบันไม่ต่างจากคนไทย ชอบลองอาหารใหม่ สำหรับพฤติกรรมการบริโภคของคนลาว ถ้าจะไปรับประทานอาหารนอกบ้าน มักจะไปร้านที่มีบรรยากาศแตกต่างจากรับประทานอาหารที่บ้าน ร้านอาหารที่ขายอาหารประเภทอาหารควมมีราคาสูง คนลาวมีรายได้ค่อนข้างน้อยมาก เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คนในพื้นที่ไม่รับประทานอาหารนอกบ้าน แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่คิดจะมาลงทุนต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งในประเทศลาวมีกลุ่มผู้บริโภคอาหารไทยอยู่แล้ว แต่เนื่องมาจากผู้บริโภคชาวลาส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระดับปานกลาง-ล่าง โดยทั่วไปชาวบ้านตอนกลางวันและเย็นจะกลับไปรับประทานข้าวที่บ้านกับครอบครัว ยกเว้นกลุ่มพนักงานบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า อาหารไทยกับอาหารลาวมีความคล้ายคลึงกันมาก แต่คนลาวไม่รับประทานเผ็ดมาก และคนลาวชอบรับประทานข้าวเหนียวและอาหารประเภทเส้น ดังนั้นแนวทางในการส่งเสริมการขายอาหารไทยสำหรับคนพื้นที่ อาจจะนำเสนอเมนูประเภทอาหารจานเดียวซึ่งอาหารประเภทจานเดียวของไทยมีความหลากหลายมากที่สุด ในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นการรวบรวมเมนูอาหารไทยประเภทจานเดียวและทำเป็นเมนูเพื่อเสนอขายกลุ่มลูกค้าพื้นที่และนักท่องเที่ยว อาจเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเงินลงทุนสูงโดยอาจทำในรูปแบบของศูนย์อาหาร (food center or food court) เนื่องจากคนลาวชอบรับประทานแบบง่าย ๆ และชอบทดลองของใหม่

สำหรับในร้านอาหารทั่วไป พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวในประเทศลาวมีนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาคู่อดีตร้อยของบรรพบุรุษ ยกเว้นในวังเวียงกลุ่มลูกค้าของร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยววัยรุ่นประเภทเดินทางมาเที่ยวแบบ bag pack ทั้งกลุ่มเอเชีย ได้แก่ เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ไทย และเวียดนาม และชาวตะวันตก ได้แก่ อเมริกัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่านักท่องเที่ยวในลาวส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางเป็นนักท่องเที่ยวแบกเป้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกอาหารไทยและรายการอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมให้ความสำคัญต่อบริการในการตัดสินใจเลือกอาหารไทยโดยรวมในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกมีความสำคัญในระดับมาก คือ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เป็นอาหารท้องถิ่น อื่น ๆ ราคาอาหารต่อจาน เป็นอาหารที่มีชื่อเสียง รูปลักษณะของอาหาร ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายคืออาหารมีเอกลักษณ์ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบริการในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมพิเศษ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบริการในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆ กลุ่มที่มีสัญชาติลาวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติฝรั่งเศส และกลุ่มที่มีสัญชาติยุโรป และกลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ ส่วนในกลุ่มที่มีอาชีพและรายได้ที่ต่างกันไม่พบความแตกต่าง จะเห็นได้ว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทยของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นลาว ซึ่งมีวัฒนธรรมการบริโภคแตกต่างจากนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมในกรุงเทพฯ

ปัจจัยที่เลือกรายการอาหารไทยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกคือ รสชาติดี มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เครื่องปรุง และราคาสมเหตุสมผล สำหรับปัจจัยที่เลือกรายการอาหารไทยที่มีความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก คือ สารอาหารมีประโยชน์ และความเร็วและความสะดวก ตามลำดับ อันดับสุดท้ายมีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สารอาหารที่มีแคลอรีต่ำ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมในกรุงเทพฯ พบว่ามีความคิดเห็นตรงกันในลำดับแรกและลำดับสุดท้าย แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารไทยที่ผู้บริโภคนิยมให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติมากกว่าเรื่องสารอาหารที่มีแคลอรีต่ำค่อนข้างชัดเจน

รายการอาหารและขนมหวานไทย

ความนิยมอาหารไทยใน 12 รายการของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยม พบว่าอันดับแรกเป็น ผัดไทย รองลงมา 5 อันดับ ได้แก่ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวานไก่ ต้มข่าไก่ ส้มตำ และไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นแกงเผ็ดเป็ดย่าง ความสนใจรายการอาหาร

ไทยโดยรวม 12 รายการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยอันดับแรกมีรายการอาหารที่สนใจในระดับมาก คือ **ผัดไทย** รองลงมาคือความสนใจในระดับค่อนข้างมากตามลำดับ ได้แก่ ส้มตำ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวานไก่ ต้มช่าไก่ผัดกะเพรา ไก่ผัดเผ็ดมะม่วงหิมพานต์ หมูสะเต๊ะ ยำแซบ แกงเผ็ดเปิดย่าง และแกงมัสมั่น และอันดับสุดท้ายได้รับความสนใจในระดับปานกลาง คือ แกงพแนง

รายการขนมหวานไทยใน 6 รายการ ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับแรกคือ **ข้าวเหนียวมะม่วง** รองลงมาคือ **ขนมชั้น** และ **บัวลอยไข่หวาน** ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นลูกชุบและทับทิมกรอบ สำหรับความสนใจรายการขนมไทยโดยรวมใน 6 รายการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก พบว่า อันดับแรกได้รับความสนใจในระดับค่อนข้างมาก คือ ข้าวเหนียวมะม่วง รองลงมาได้รับความสนใจในระดับปานกลาง 5 รายการ ได้แก่ ขนมชั้น บัวลอยไข่หวาน ทองหยิบและทองหยอด ทับทิมกรอบ และลูกชุบ ตามลำดับ

พิจารณาผลการวิจัยในเรื่องรายการอาหารไทย 12 รายการและขนมหวานไทย 6 รายการจากสองประเทศในกลุ่มอาเซียนพบว่า เป็นรายการที่ได้รับความนิยมเช่นเดียวกับระดับนานาชาติ อาทิ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง และแกงเขียวหวาน วัตถุประสงค์และเครื่องปรุงตามตำรับอาหารไทยเพียงแต่รสชาติกลมกล่อม ไม่จัด ไม่เปรี้ยวหรือเผ็ดร้อนเหมือนที่คนไทยนิยม เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ชาวลาวนิยมรับประทานอาหารประเภทเส้น และนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารไทยประเภทต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ส้มตำ ไก่ย่าง ส่วนขนมหวานไม่มีร้านอาหารไทยทำขาย แต่นักท่องเที่ยวอาจรู้จักขนมหวานไทยเนื่องจากเคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน และเคยลองรับประทาน

ความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมักมีความพึงพอใจร้านอาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่าอันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ เรื่องรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคคิดว่าอยากกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทยอีก คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และทำเลที่ตั้ง/สถานที่ ส่วนอันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง การส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องของปัจจัยที่ทำให้การดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศลาวพบว่า รสชาติของอาหาร มีความสำคัญมาเป็นอันดับแรกเช่นกัน

2.4 ภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทย

ภาพลักษณ์อาหารไทยในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีภาพลักษณ์ใน 5 อันดับแรกอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ รสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมีกลิ่นหอม รองลงมาเป็นเรื่อง ความสดใหม่ของวัตถุดิบและเครื่องปรุง มีการประดับและตกแต่งอาหารที่พิถีพิถัน และสีสันทสวยงาม มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์และอื่น ๆ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง ความมีคุณค่าทางโภชนาการและสรรพคุณทางยาอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครวมที่มีศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆ กลุ่มที่มีสัญชาติลาวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติฝรั่งเศส และกลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารไปสู่ความสำเร็จในประเทศลาว มีดังนี้ 1) อาหารอร่อย 2) ความหลากหลายของประเภทอาหาร และรายการอาหาร 3) สถานที่ ได้แก่ บรรยากาศดี การตกแต่งที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ของตนเอง มีที่จอดรถ 4) ความสะอาด 5) การบริการดี 6) พนักงานมีสุขอนามัย ได้รับการฝึกอบรม แต่งกายดี และพูดจาสุภาพ 7) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ 8) การบริหารจัดการที่ดี และ 9) เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกระดับ

ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาลโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ในรายชื่อมีความคิดเห็นในระดับมาก 3 เรื่องอันดับแรกเป็นเรื่อง สุขอนามัยของพนักงาน รองลงมาเป็นเรื่อง ห้องน้ำสะอาดและมีกลิ่นหอม และภาชนะแก้วและผ้าสะอาด ส่วนที่เหลือทุกเรื่องอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง ดำจับเครื่องใช้แข็งแรงยึดติดกับฐาน ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาลโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครวมที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,500 บาท/US\$ 450/ 1,836,000 เรียล มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 27,500-40,499 บาท/US\$ 900-1,349/ 3,672,000-5,507,999 และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 108,000 บาท ขึ้นไป/US\$ -3,600 and over/ 14,688,000 เรียล ขึ้นไป กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆ

กลุ่มที่มีสัญชาติลาวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติฝรั่งเศส สำหรับกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันไม่พบกลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่นๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้

ความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อพบว่าอันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ เรื่องรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่าอยากกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทยอีก คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และทำเลที่ตั้ง/สถานที่ ส่วนอันดับสุดท้ายเป็นเรื่อง การส่งเสริมการขาย ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล

จากผลการทดสอบสมมติฐานในด้านภาพลักษณ์อาหารไทย และภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขภาพ พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล

ด้านสุขอนามัยและสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายเป็นด้านรสชาติอาหาร มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ลักษณะความสัมพันธ์สอดคล้องกับที่กล่าวไว้ใน การทดสอบสมมติฐานข้างต้น กล่าวคือ ภาพลักษณ์อาหารไทยมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ส่วนรสชาติอาหารมีผลเช่นเดียวกันแต่อยู่ในลำดับสุดท้ายที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับอาหารไทยแต่ไม่ชอบอาหารรสจัด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศลาวควรให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

2.5 รูปแบบธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสม

ผลจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในเส้นทางไทย-ลาวจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเคยรับประทานอาหารไทยในร้านระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย รองลงมาเป็นร้านระดับธรรมดาทั่วไป/จานด่วน ร้านระดับหรูหรา/คลาสสิก ร้านริมบาทวิถี และร้านแบบอื่นๆ คล้ายกับกลุ่มนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในเส้นทางไทย-กัมพูชา และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทาน กับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภค พบว่า รายได้ ศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่วนใหญ่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 53,999 บาท/ US\$ over 1,799/มากกว่า 7,343,999 เรียล นับถือศาสนาคริสต์ สัญชาติฝรั่งเศส และยุโรปอื่นๆ และมีลักษณะเดินทางแบบนักท่องเที่ยวแบกเป้ เลือกรับประทานอาหารไทยในร้านระดับปานกลาง/ไทยร่วมสมัย

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ร้านอาหารไทยในประเทศลาวจะแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1. ร้านอาหารไทยในโรงแรม สำหรับร้านอาหารไทยในโรงแรมเป็นร้านที่เปิดขึ้นมาเป็นส่วนเสริมในธุรกิจของโรงแรม เพื่อให้การบริการอาหารเข้าแก่แขกของโรงแรม
2. ร้านแบบ Stand alone ส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง แต่ร้านขนาดใหญ่มีจำนวนที่น้อยมากไม่เพียงพอับความต้องการ

สำหรับร้านอาหารทั้งสองแบบไม่ว่าจะเป็นแบบร้านอาหารไทยในโรงแรม หรือร้านแบบ Stand alone มีรูปแบบการลงทุนแบ่งตามลักษณะการเป็นหุ้นส่วนมี 2 ประเภท คือ การลงทุนทำเองทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ และการลงทุนร่วมกับคนลาว กฎหมายกำหนดให้ถือหุ้นได้ตั้งแต่ 10-90 เปอร์เซ็นต์ สำหรับร้านแบบ stand alone ที่มีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่มักลงทุนร่วมกับ

คนในพื้นที่โดยใช้ชื่อคนลาวเป็นคนขอเปิดกิจการ จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ร้านอาหารไทยที่ให้บริการในประเทศลาวส่วนใหญ่มีการนำเสนอเมนูอาหารหลากหลายสัญชาติ และมีจำนวนรายการอาหารมาก โดยไม่มีการเน้นชาติใดชาติหนึ่ง เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกมากที่สุด และเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อมารับประทานอาหารที่ร้าน ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศลาวส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากกับสัญชาติและรสชาติที่แท้จริงของอาหารที่เลือกรับประทาน แต่เน้นในเรื่องของความหลากหลายของเมนูอาหารที่นำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคอาหารไทยในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-ลาว มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความคิดเห็นต่อบัณฑิตในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย รูปแบบอาหาร บัณฑิตในการตัดสินใจเลือกรายการอาหารไทย รสชาติอาหาร ภาพลักษณ์อาหารไทย ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบร้านอาหารไทย และรูปแบบการบริการ ในระดับปานกลางถึงต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์ อันดับแรก คือ ด้านภาพลักษณ์อาหารไทย มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านบัณฑิตในการตัดสินใจเลือกรายการอาหารไทย และบัณฑิตในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ด้านรูปแบบอาหาร รูปแบบการบริการ รูปแบบร้านอาหาร และภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายเป็นด้านรสชาติอาหาร มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

รูปแบบร้านอาหารไทย พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคมีความชอบอยู่ในระดับมาก อันดับแรกได้แก่ อื่นๆ และระดับปานกลางไทยร่วมสมัย รองลงมาอยู่ในระดับค่อนข้างมากได้แก่ ร้านริมน้ำวิถี และระดับธรรมดาทั่วๆ ไป/จานด่วน และอันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ระดับหรรษา ลากูส ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาลโดยจำแนกลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่มีเพศการศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา สัญชาติ และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความชอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ฮินดู ยิวและอื่นๆ และกลุ่มที่มีสัญชาติลาวมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีสัญชาติฝรั่งเศส และกลุ่มที่มีสัญชาติยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ร้านอาหารไทยในประเทศลาวส่วน

ใหญ่ยังไม่มีร้านที่เป็นกิจลักษณะ ร้านอาหารประเภทตามสั่งเริ่มมีเข้ามามากขึ้นแต่มีลักษณะเป็นแบบรถเข็นข้างทาง สำหรับร้านอาหารในประเทศลาวที่มีคุณภาพเพียงพอที่จะรับแขกบ้านแขกเมืองได้ยังมีจำนวนไม่มาก แต่ถ้าเป็นร้านอาหารประเภทธรรมดาทั่วไปก็มีจำนวนพอสมควร

รูปแบบอาหารไทย โดยรวมได้รับความนิยมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ รูปแบบอื่น ๆ รองลงมาคือความชอบในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ อาหารจานเดียว อาหารบุฟเฟต์ รายการอาหารยอดนิยมตามแนวโน้มตลาด และรายการอาหารพิเศษ ตามลำดับ สำหรับอันดับสุดท้ายมีความชอบในระดับปานกลาง คือรูปแบบอาหารชุด (อาหารเรียกน้ำย่อย+อาหารจานหลัก+ของหวาน) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า เมนูอาหารไทยที่ขายดีในร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทอาหารจานเดียวสำหรับมื้อกลางวันเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความรวดเร็วเพื่อใช้เวลาสำหรับการไปท่องเที่ยว เช่น ผัดไท ข้าวผัด ผัดกะเพรา ส่วนมื้อเย็นเป็นประเภทกับข้าวเพื่อรับประทานกับข้าว เช่น แกงเขียวหวาน แกงกะหรี่ ต้มยำ แกงส้ม ยำต่าง ๆ ลาบ ปลาราดซอสสามรส ปลาเนึ่งมะนาวรสชาติไทยๆ อาหารประเภทต้ม จิ้ม และทอด การจัดเมนูของร้านอาหารส่วนใหญ่เน้นอาหารหลายสัญชาติ มีความหลากหลายของเมนู สำหรับร้านที่เน้นการให้บริการแบบ set menu เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มยุโรปสามารถเลือกรับประทานอาหารได้หลายชนิดในราคาที่ไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับแบบ a la carte โดยจัดเป็น set menu ซึ่งมีอาหาร 7-10 อย่างในหนึ่งเซต

รูปแบบการบริการ พบว่านักท่องเที่ยว/ผู้บริโภครับชอบเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ การบริการเต็มรูปแบบ รองลงมาคือความชอบในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ อื่น ๆ และบริการซื้อสินค้าห่อกลับบ้าน และอันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร้านอาหารที่มีบริการจัดส่งสินค้าและบริการตัวเอง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ร้านอาหารไทยหรือร้านอาหารลาวในประเทศลาว มีการจัดบริการอาหารเพื่อนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคใน 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) แบบ A la carte 2) แบบ set โดยจัดเสิร์ฟแบบสไตส์ตะวันตก และจัดเสิร์ฟแบบขันโตก และ 3) แบบ buffet ส่วนใหญ่ที่พบมากเป็นร้านที่ให้บริการเมนูอาหารแบบ a la carte menu และ set menu โดยร้านประเภทนี้จัดการให้บริการแบบเต็มรูปแบบ

วัตถุดิบในการประกอบอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-ลาวชอบข้าว เนื้อสัตว์ และผักคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมในภูมิภาค กล่าวคือ ชอบข้าวหอมมะลิในระดับมาก รองลงมาเป็นข้าวเหนียวในระดับมาก สำหรับวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ พบว่าอันดับแรกเป็น เนื้อไก่ได้รับความนิยมในระดับมาก รองลงมาเป็นอาหารทะเล เนื้อวัว และเนื้อ ตามลำดับ และวัตถุดิบประเภทผัก ชอบผักพื้นบ้านในระดับมาก และผักที่นำเข้าอื่น ๆ ชอบในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ร้านอาหารไทยส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งหมด ยกเว้น อาหารทะเลเนื่องจากประเทศลาวไม่มีทะเลจึงนำเข้าจากประเทศไทย ส่วนเครื่องปรุงรสใช้ของไทยทั้งหมด แม้แต่ร้านอาหารของคนลาวใช้เครื่องปรุงรสของไทยด้วยเช่นกัน

วิธีการปรุงอาหารไทย

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมในลาวชอบอาหารที่มีวิธีการปรุงในระดับมากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ แกลง ย่าง และผัด ตามลำดับ รองลงมาทุกวิธีการปรุงอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ ยำ นึ่ง ทอด น้ำพริก อื่นๆ และอันดับสุดท้ายเป็นวิธีตุ๋น ตามลำดับ

รสชาติอาหารและเครื่องปรุงอาหารไทย

รสชาติอาหารที่นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนิยมค่อนข้างมากเป็นความเผ็ดร้อน และรสเปรี้ยว รองลงมาชอบในระดับปานกลางเป็นรสหวานและรสเค็ม ส่วนความมันเป็นอันดับสุดท้าย

เครื่องปรุงรสเค็มทุกประเภทชอบในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้น เกลือสมุทร น้ำปลา และปลาร้า โดยมี 3 อันดับแรกเป็น อื่น ๆ ซอสถั่วเหลือง (ซีอิ๊ว) และน้ำมันหอย ตามลำดับ

เครื่องปรุงรสหวานทุกประเภทมีความชอบในระดับปานกลางอันดับแรกเป็น น้ำตาลอื่น ๆ (น้ำตาลโตนด) รองลงมาเป็นน้ำตาลทรายขาว น้ำตาลสด และน้ำตาลแดง และอันดับสุดท้ายเป็นน้ำตาลปี๊

เครื่องปรุงรสเปรี้ยวที่ชอบในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ มะเขือเทศ และอื่น รองลงมาที่เหลือมีความชอบในระดับปานกลาง ได้แก่ มะขามเปียก มะกรูด มะนาว และน้ำส้มสายชู

เครื่องปรุงรสเผ็ดที่ชอบในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ พริกสด และอื่น ๆ รองลงมาที่ชอบในระดับปานกลาง ได้แก่ พริกแกง พริกแห้ง และพริกไทย

เครื่องปรุงสมุนไพรไทยอบแห้งมีความชอบในระดับค่อนข้างมากอันดับแรกเป็น กระเทียมอบแห้ง รองลงมาทุกอันดับอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หอมแดงซอยอบแห้ง ใบมะกรูดอบแห้ง และผักชีฝรั่ง (ผักชีใบยาว) ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็น ผักแพวอบแห้ง