แบบสอบถาม
การวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรม บริเวณในเขื่อนในประเทศไทย กรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

<u>คำชี้แจง</u> แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจค่านิยม คุณค่าการรับรู้ การสื่อสารตลาดแบบบูรณาการ และการเพิ่มมูลค่าธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ในการวางแผนการตลาดต่อไป คณะผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม

ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับ โดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือและการเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ขอขอบคุณทุกท่าน

อาจารย์นพมาศ กลัดแก้ว

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก โทร. 094-9532969

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลส่วนบุคคล

<u>คำชี้แจง</u>: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ❑ หน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพความจริงที่เกี่ยวกับตัวท่าน

A1. อายุของท่าน

❑ **1.** ต่ำกว่า 25 ปี ❑ **2.** 25-34 ปี ❑ **3.** 35-44 ปี

❑ **4.** 45-54 ปี ❑ **5.** 55-64 ปี ❑ **6.** 65 ปีขึ้นไป

A2. ระดับการศึกษา

❑ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ❑ 2. ปริญญาตรี ❑ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

A3. อาชีพ

❑ 1. นักเรียน/นักศึกษา ❑ 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

❑ 3. พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน ❑ 4. ธุรกิจส่วนตัว

❑ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

A4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

❑ **1.** ต่ำกว่า 10,000 บาท ❑ **2.** 10,000-17,499 บาท ❑ **3.** 17,500-19,999 บาท

❑ **4.** 20,000-34,999 บาท ❑ **5.** 35,000-49,999 บาท ❑ **6.** 50,000 บาทขึ้นไป

<u>ส่วนที่ 2</u> ค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย

<u>คำชี้แจง:</u> โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทยโดยทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ค่านิยมทางเศรษฐกิจ					
B1. ท่านทานอาหารในเขื่อนเพื่อสนับสนุนรายได้ให้กับธุรกิจร้านอาหารในเขื่อน					
B2. ท่านทานอาหารในเขื่อนเพื่อสนับสนุนให้คนในชุมชนมีงานทำ					
B3. การทานอาหารในเขื่อนของท่านทำให้เงินตราหมุนเวียนภายในชุมชนและประเทศ					
B4. การทานอาหารในเขื่อนมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป					

ค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
B5. การทานอาหารในเขื่อนเป็นการช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนรอบเขื่อน					
ค่านิยมทางวัฒนธรรม					
B6. ท่านสามารถสัมผัสลักษณะเฉพาะทางด้านรสชาติของอาหารบริเวณในเขื่อนซึ่งมีความพิเศษ ได้แก่ รสชาติอาหารที่เผ็ดจัด เค็ม เปรี้ยว ไม่มีรสหวาน เป็นต้น					
B7. ท่านชอบการตกแต่งธุรกิจอาหารในเขื่อน ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่น					
B8. ท่านสามารถสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนบริเวณเขื่อน เช่น การล่องเรือ การหาปลาในเขื่อน และเก็บผักในป่า เป็นต้น					
B9. ท่านชอบวิถีการดำเนินการชีวิตของชุมชนในการนำปลามาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร					
B10. ท่านชอบวิถีการดำเนินการชีวิตของชุมชนในการนำผักพื้นบ้านมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร					
ค่านิยมทางสังคม					
B11. การทานอาหารในเขื่อนได้รับการชื่นชมจากสังคม เช่น เพื่อน และคนในครอบครัวของท่าน					
B12. การทานอาหารในเขื่อนได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย					
B13. การทานอาหารในเขื่อน ควรได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่ลูกหลาน					
B14. การทานอาหารในเขื่อนแล้วเกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติ					
B15. ท่านรู้สึกตนเองมีคุณค่าในสังคมเมื่อทานอาหารในเขื่อน					

<u>ส่วนที่ 3</u> คุณค่าการรับรู้

คุณค่าการรับรู้ต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
คุณค่าอารมณ์					
C1. บรรยากาศภายในร้านอาหารทำให้ท่านมีความสุขและรู้สึกผ่อนคลาย					
C2. ท่านมีความรู้สึกชื่นชอบรสชาติของอาหารที่มีความคงที่อย่างสม่ำเสมอ					
C3. ท่านมีความรู้สึกดีถึงความเป็นระเบียบ ความสะอาดของร้านอาหารทั้งภายในร้านและภายนอกร้านที่ไม่ส่งกลิ่นไม่พึงประสงค์มาให้ท่านรับรู้ เช่น กลิ่นขยะภายในครัว เป็นต้น					
C4. ท่านมีความเพลิดเพลินในร้านอาหารที่อยู่ในสภาพแวดล้อมท่ามกลางธรรมชาติ เช่น เสียงนกร้องตอนเช้าเสียงใบไม้ เสียงลมพัด เป็นต้น					
C5. ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อนั่งทานอาหารในเขื่อน					

คุณค่าการรับรู้ต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
คุณค่าการบริการ					
C6. พนักงานมีความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า					
C7. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเต็มใจต่อลูกค้าทั้งก่อนและหลังการบริการ					
C8. พนักงานจดบันทึกรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งได้อย่างถูกต้อง					
C9. พนักงานนำอาหารมาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
C10. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย					
คุณค่าความพยายาม					
C11. การเดินทางมาที่ร้านอาหารในเขื่อนเข้าถึงง่าย					
C12. ถนนหนทางที่เข้าถึงร้านอาหารในเขื่อนสะดวกสบายในการเดินทาง					
C13. ป้ายบอกทางสู่ร้านอาหารในเขื่อนมีความชัดเจนและสังเกตได้ง่าย					
C14. การจราจรบริเวณรอบเขื่อนและร้านอาหารในเขื่อนไม่ติดขัดและหนาแน่น					
C15. ที่จอดรถบริเวณร้านอาหารในเขื่อนมีความสะดวกสบายและพอเพียง					

<u>ส่วนที่ 4</u> การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ด้านการส่งเสริมการขาย					
D1. ร้านอาหารในเขื่อนมีการให้ส่วนลดราคาอาหาร					
D2. ร้านอาหารในเขื่อนแนะนำร้านอาหารผ่านแผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น					
D3. ร้านอาหารในเขื่อนมีป้ายรายการอาหารขนาดเล็กวางไว้บนโต๊ะอาหารเพื่อเสนอขายรายการอาหารช่วงแนะนำ					
D4. ร้านอาหารในเขื่อนมีการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม					
D5. ร้านอาหารในเขื่อนมีการให้ทดลองชิมอาหารที่เป็นเมนูอาหารใหม่ ๆ					
ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์					
D6. ร้านอาหารในเขื่อนมีการลงข่าวและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น					
D.7 ร้านอาหารในเขื่อนให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น					
D8. ร้านอาหารในเขื่อนเข้าร่วมกิจกรรมในการจัดงานแสดงสินค้าของระดับจังหวัดและระดับประเทศ					
D9. ร้านอาหารในเขื่อนมีการให้ความรู้และการสาธิตอาหารให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน					
D10. ร้านอาหารในเขื่อนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยและผู้ขาดแคลน					

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในธุรกิจร้านอาหาร บริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ด้านอินเตอร์เน็ต					
D11. ร้านอาหารในเขื่อนมีการสร้างเพจของร้านอาหารในการติดตามข้อมูลข่าวสารของร้าน เช่น เฟสบุ๊ค อินสตราแกรม เป็นต้น					
D12. ร้านอาหารในเขื่อนมีการเผยแพร่ข้อมูล รูปภาพ หรือ วีดีโอ ลงใน youtube					
D13. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลของร้านอาหารผ่านทาง เว็ปไซต์ เช่น Google Wongnai, EDTguide เป็นต้น					
D14. มีการนำเสนอข้อมูล และรีวิวภาพร้านอาหารโดยผู้ที่เคยมาใช้บริการผ่านทาง พันธุ์ทิพย์ดอทคอม หรือ บล็อกแก็งค์					
D15. มีการสร้างเว็ปไซต์ของร้านอาหารในการให้ข้อมูลลูกค้า					
ด้านการโฆษณา					
D21. ร้านอาหารในเขื่อนมีการลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารการท่องเที่ยว โปสเตอร์ เป็นต้น					
D22. ร้านอาหารในเขื่อนมีการลงโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ ยูทูป ไลน์ เป็นต้น					
D23. ร้านอาหารในเขื่อนมีการลงโฆษณาผ่านสื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์					
D24. ร้านอาหารในเขื่อนมีการทำป้ายโฆษณาติดตั้งบริเวณหน้าร้าน					
D25. ร้านอาหารในเขื่อนมีการโฆษณาแฝง เช่น ให้ใช้พื้นที่ของร้านอาหารเป็นที่ประกอบฉากของละครหรือภาพยนต์ เป็นต้น					

<u>ส่วนที่ 5</u> ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย

การสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารในธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
E1. การคงเอกลักษณ์และมาตรฐานของรสชาติอาหารตามวัฒนธรรมพื้นถิ่นในเขื่อนประเทศไทย					
E2. การตกแต่งในภาชนะ มีความ ประณีตบรรจงที่มีเอกลักษณ์พื้นถิ่นและสามารถรับประทานได้ทั้งหมด					
E3. อาหารที่เกิดจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ พ่อครัว แม่ครัว เฉพาะพื้นถิ่นที่สะสมมา ซึ่งสามารถหาทานได้เฉพาะในพื้นถิ่นนั้น					
E4. ร้านอาหารในเขื่อนมีการใช้ส่วนผสมวัตถุดิบและเครื่องปรุงสมุนไพรในป่าที่มีสรรพคุณทางยาและมีคุณค่าทางโภชนาการหาทานยาก					
E5. ทำเลที่ตั้งร้านอาหารมีความเหมาะสม สวยงามเฉพาะพื้นที่ธุรกิจร้านอาหาร และหาชมได้ยาก					
E6. ร้านอาหารในเขื่อนมีการจัดแสดงสาธิตความเป็นอารยธรรมในอดีต					

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม