

คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู
Food Quality, Price Value, and Physical Environment Influence Chinese Consumers'
Decisions to Choose Thai Restaurants in Chengdu

Li Xinyi¹ นภาพรณ เนตรประดิษฐ์²

Li Xinyi¹ Napawan Netpradit²

Corresponding Author's Email: am.sikan@gmail.com

(Received: April 19, 2024; Revised: July 20, 2024; Accepted: July 23, 2024)

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญด้านคุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู และ 2) ศึกษาคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคชาวจีนที่อาศัยอยู่ในเขตนครเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลศึกษาพบว่า 1) ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าด้านราคาของการมาใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเฉิงตู ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านคุณภาพของอาหารและสภาพแวดล้อมทางกายภาพผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูมากที่สุดที่ร้อยละ 74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคาและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูที่ร้อยละ 32 และ 11 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ร้านอาหารไทยนครเฉิงตู

Abstract

This independent study objectives were: 1) examine the level of importance that Chinese consumers in Chengdu place on food quality, price value, and physical environment factors of Thai restaurants, as well as their decision to use Thai restaurant services; and 2) investigate how food quality, price value, and physical environment factors affect Chinese consumers' decision to use Thai restaurant services in Chengdu. The sample consisted of 385 Chinese consumers residing in Chengdu, Sichuan Province. Data was collected through an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics (percentage, mean, standard deviation) as well as inferential statistics like Multiple Regression Analysis.

The results of the research found that: 1) Chinese consumers considered price value as the most important factor in using Thai restaurant services in Chengdu, while also placing a high level of importance on food quality and physical environment; and 2) The food quality factor has the greatest impact on Chinese consumers' decision to use

¹ นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹ Master's Student, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

² Lecturer, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

Thai restaurants in Chengdu at 74 percent, with a statistical significance of .05, followed by the value for money factor. Price and physical environment affect Chinese consumers' decision to use Thai restaurants in Chengdu at 32 and 11 percent, with statistical significance at the .05 level.

Keywords: food quality, price value, physical environment, Chengdu Thai restaurants

ความเป็นมาของปัญหา

การเกิดขึ้นของโลกยุคโลกาภิวัตน์ได้นำไปสู่การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศในทั่วทุกมุมโลก เป็นผลให้ผู้คนแต่ละท้องถิ่นได้มีการเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองในขณะเดียวกันก็ได้ยอมรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งหนึ่งในเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยที่ได้มีการยอมรับอย่างแพร่หลายในทั่วทุกมุมโลกนั้น คือ “อาหารไทย” อาหารไทยถือเป็นอาหารประจำชาติไทยที่มีการส่งเสริมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงกลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำชาติที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้ อาหารไทยเป็นอาหารที่มีลักษณะเฉพาะอันเนื่องจากการใช้เครื่องปรุงรสที่แตกต่างกัน เป็นผลให้ผู้คนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศต่างนิยมชมชอบในรสชาติของอาหารไทยกันอย่างแพร่หลาย และเมื่อกล่าวถึงอาหารไทยในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนก็คงไม่มีผู้ใดปฏิเสธได้ถึงรสชาติที่เข้มข้นและจัดจ้าน ของความครบรสทั้งเปรี้ยว หวาน เผ็ด เค็มแต่แฝงไว้ด้วยรสชาติที่กลมกล่อม จึงทำให้อาหารไทยกลายเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวจีนเป็นอย่างมาก จนทำให้เกิดเป็นธุรกิจร้านอาหารไทยตามถนนและเมืองต่างๆ ทั่วประเทศจีนอย่างมากมาย

นครเฉิงตูเป็นหนึ่งในอีกหลายๆ เมืองของประเทศจีนที่มีการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทย โดยมีจำนวนร้านอาหารไทยสูงถึง 473 แห่ง (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2565) ซึ่งธุรกิจร้านอาหารไทยในนครเฉิงตู ถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อภาคบริการและเศรษฐกิจของนครเฉิงตู ซึ่งในปี พ.ศ. 2565 มูลค่าการค้าปลีกของธุรกิจร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูมีมูลค่าหมุนเวียนที่ไม่ต่ำกว่า 5 หมื่นล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.94 ของภาคบริการทั้งหมดของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP ภาคบริการ) สำนักงานพาณิชย์นครเฉิงตูจึงได้ประกาศวางแผนปฏิบัติการพัฒนานครเฉิงตูให้เป็นเมืองศูนย์กลางอาหารนานาชาติ ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2568 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้ก้าวหน้า มั่นคงและยั่งยืน จึงเป็นเหตุให้สถานกงสุลใหญ่นครเฉิงตูมีนโยบายที่จะสนับสนุนและผลักดันให้เกิดธุรกิจร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกับแผนการพัฒนาและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคชนชั้นกลางที่นับวันยังมีกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมนิยมบริโภคสิ่งใหม่ๆ พร้อมเปิดรับสิ่งแปลกใหม่ได้มากกว่าผู้บริโภคชาวจีนในยุคก่อน ประกอบกับสถานการณ์ การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้อย่างอิสระ เนื่องจากนโยบายการกักตัวที่เคร่งครัดและข้อจำกัดในการเดินทางออกนอกเมือง จึงเป็นเหตุให้อาหารไทยภายในนครเฉิงตูได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น สามารถดูได้จากข้อมูลความต้องการในการบริโภคอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูที่สูงขึ้นถึงร้อยละ 89 เมื่อเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. 2562 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2565)

จากการที่ผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูให้ความนิยมกับการบริโภคอาหารไทยเพิ่มมากขึ้น และจำนวนร้านอาหารไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเข้ารับบริการร้านอาหารไทยอย่างหลากหลาย จึงทำให้อาหารร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นผลให้อาหารร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูมีความพยายามที่จะจัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เช่น การลดราคา การทำโปรโมชั่นร่วมกับแอปพลิเคชัน เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเฉิงตู, 2565) โดยผู้ศึกษาเห็นว่าการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ก็เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการที่จะกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคชาวจีน และอาจประสบผลสำเร็จได้เพียงแค่ระยะเวลานั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับเปรมฤดี ชัยรุ่งเรืองสิน (2562) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนมิได้ให้ความสำคัญกับโปรโมชั่นของทางร้านเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับรสชาติและความสดใหม่ของอาหาร ตลอดจนการบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย

อีกด้วย ประกอบกับผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในประเทศจีนหลายท่านได้เสนอความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การทำธุรกิจร้านอาหารไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสินค้า รูปแบบ การตกแต่งร้านและการจัดซื้อ พร้อมทั้งต้องเน้นย้ำบรรยากาศที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของประเทศไทย โดยต้องปรับให้เข้ากับบริบทและรสนิยมของผู้บริโภคชาวจีน แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพและรสชาติของอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยร้อยละ 73.80 ของผู้บริโภคชาวจีนมีความคาดหวังในการรับประทานอาหารไทยที่ประเทศจีนนั้น จะต้องได้รับรู้ถึงรสชาติและความอร่อยเหมือนยังกับได้ไปรับประทานอาหารไทยที่ประเทศไทย และอีกร้อยละ 63.60 ของผู้บริโภคชาวจีนเห็นว่าเรื่องบรรยากาศภายในร้านและการคุณภาพบริการแบบวัฒนธรรมไทยๆ ถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในประเทศจีน (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู และความสำคัญของปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูในการกำหนดแนวทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนสามารถศึกษาและนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินธุรกิจต่างๆ ในอนาคตได้

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู เพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจที่จะเปิดธุรกิจร้านอาหารไทยในนครเฉิงตู ตลอดจนเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูให้กระตุ้นผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญด้านคุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู
2. เพื่อศึกษาคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคชาวจีนที่อาศัยอยู่ในเขตนครเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูในช่วงปี พ.ศ. 2566 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกจากกลุ่มประชากรด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) พร้อมทั้งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างของ Cochran (อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ที่ค่าสัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ .05 ($\alpha = .05$) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้ 385 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาในลักษณะของแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างผ่านเว็บไซต์ WJX.CN และส่งต่อไปยังเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (Social network) ต่างๆ เช่น WeChat, QQ, Weibo เป็นต้น เครื่องมือที่สร้างขึ้นได้ปรากฏจำนวนตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรด้านคุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการตัดสินใจ โดยมีจำนวนข้อคำถามสำหรับตัวแปรทั้งสิ้น 22 ข้อ มีข้อคำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปจำนวน 10 ข้อและมีข้อคำถามสำหรับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ภูมิลำเนาอาศัยในเขตนครเฉิงตู ประเทศสาธารณรัฐประเทศจีนหรือไม่ 2) ท่านเคยมีประสบการณ์ในการเข้าไปใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเฉิงตู ประเทศสาธารณรัฐ

ประชาชนจีนหรือไม่ และ 3) ชื่อร้านอาหารไทยที่ปรากฏด้านล่างนี้ ท่านที่เคยใช้บริการหรือไม่ ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามว่า “ไม่” ระบบจะยุติการตอบแบบสอบถามทันที ในการดำเนินการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

1) ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านคุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการตัดสินใจ เพื่อนำเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างแบบสอบถาม

2) ดำเนินการสร้างเครื่องมือ โดยสร้างแบบสอบถามให้ทุกข้อคำถามครอบคลุมกรอบแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามได้กำหนดมาตรวัดเป็นอันตรภาค 5 ระดับ และแปรผลเป็นค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best (1981)

3) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ให้มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC) ตามมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ มีค่า IOC ของทุกข้อในแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่า IOC เป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.5 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558)

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในนครเจิ้งตู ซึ่งการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability test) ดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-total correlation) ในทุกข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.52 – 0.76 และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.78 – 0.91 ซึ่งทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นที่ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Nunnally, 1978)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 385 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ได้ดำเนินการวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 หยวน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 โดยความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเจิ้งตูอยู่ที่ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 และนิยมเข้าใช้บริการในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 70.90 โดยจำนวนบุคคลที่เข้าใช้บริการร้านอาหารไทยส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 – 4 คน จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.20 และผู้บริโภคนิยมเข้าไปใช้บริการร้านอาหารไทยด้วยกันกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการร้านอาหารไทยเพื่อพบปะเพื่อนและญาติพี่น้อง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูที่มีต่อด้านคุณภาพอาหาร สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูที่มีต่อด้านคุณภาพอาหาร

คุณภาพอาหาร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารสะอาดมีคุณภาพและสดใหม่	4.18	0.59	มาก
2. อุณหภูมิของอาหารที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม	3.70	0.58	มาก
3. รสชาติอาหารเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ไทย	4.32	0.72	มากที่สุด
4. รูปลักษณ์ สีกลิ่นและการตกแต่งของอาหารชวนรับประทาน	3.74	0.67	มาก
5. ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารสะอาดถูกสุขลักษณะ	4.66	0.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12	0.33	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญต่อคุณภาพอาหารในร้านอาหารไทยในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.33) โดยผู้บริโภคในนครเจิ้งตูส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารสะอาดถูกสุขลักษณะมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.52) รองลงมาผู้บริโภคในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญกับรสชาติของอาหารเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ไทยในระดับที่มากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.72) โดยผู้บริโภคในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญต่อวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารสะอาดมีคุณภาพและสดใหม่ในระดับที่มาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.59) ผู้บริโภคในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์ สีกลิ่นและการตกแต่งของอาหารชวนรับประทานในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.67) และผู้บริโภคในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญต่ออุณหภูมิของอาหารที่ได้รับมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูที่มีต่อความคุ้มค่าด้านราคา สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูที่มีต่อความคุ้มค่าด้านราคา

ความคุ้มค่าด้านราคา	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. คุณภาพอาหารที่ได้รับถือว่าคุ้มค่างับราคา	4.89	0.13	มากที่สุด
2. ปริมาณอาหารที่ได้รับถือว่าคุ้มค่างับราคา	4.41	0.77	มากที่สุด
3. คุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคา	4.89	0.10	มากที่สุด
4. บรรยากาศของร้านเหมาะสมกับราคา	4.50	0.64	มากที่สุด
5. ระยะเวลาในการเดินทางมาใช้บริการคุ้มค่างับราคา	4.25	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านความคุ้มค่าด้านราคาของการมาใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเจิ้งตูในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.42) โดยผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับคุณภาพอาหารที่ได้รับถือว่าคุ้มค่างับราคา และคุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคาที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.13 และ 0.11) ตามลำดับ รองลงมาผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับบรรยากาศของร้านเหมาะสมกับราคาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.64) ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับปริมาณอาหารที่ได้รับถือว่าคุ้มค่างับราคาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.77) และผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการเดินทางมาใช้บริการว่าคุ้มค่างับราคาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตูที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. การตกแต่งภายในร้านได้สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมไทย	4.35	0.78	มากที่สุด
2. บรรยากาศภายในร้านตกแต่งให้ความรู้สึกผ่อนคลาย	2.97	0.94	ปานกลาง
3. ภายในร้านมีแสงสว่างที่เพียงพอ ไม่สว่างหรือมืดจนเกินไป	4.08	0.88	มาก
4. โต๊ะและเก้าอี้ภายในร้านจัดวางอย่างเป็นสัดส่วน	3.98	0.96	มาก
5. ขนาดพื้นที่ของร้านเหมาะสมกับจำนวนโต๊ะ	3.93	0.94	มาก
6. ทางร้านได้จัดมุมส่วนตัวสำหรับนั่งรับประทานอาหาร	3.85	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	0.46	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในร้านอาหารไทยที่นครเฉิงตูในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D.= 0.46) โดยผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการตกแต่งภายในร้านได้สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมไทยที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.78) รองลงมาผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากกับภายในร้านมีแสงสว่างที่เพียงพอ ไม่สว่างหรือมืดจนเกินไป ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.88) ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากกับโต๊ะและเก้าอี้ภายในร้านจัดวางอย่างเป็นสัดส่วน ($\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.96) ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากกับขนาดพื้นที่ของร้านเหมาะสมกับจำนวนโต๊ะ ($\bar{X} = 3.93$, S.D.= 0.94) ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากกับทางร้านได้จัดมุมส่วนตัวสำหรับนั่งรับประทานอาหาร ($\bar{X} = 3.85$, S.D.= 0.71) และผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับบรรยากาศภายในร้านตกแต่งให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ($\bar{X} = 2.97$, S.D.= 0.94) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ อันประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กับตัวแปรตามด้านการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเฉิงตู สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปร		ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม
		คุณภาพอาหาร	ความคุ้มค่าด้านราคา	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	การตัดสินใจ
ตัวแปรอิสระ	คุณภาพอาหาร	1			
	ความคุ้มค่าด้านราคา	0.75**	1		
	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0.84**	0.68**	1	
ตัวแปรตาม	การตัดสินใจ	0.93**	0.67**	0.87**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า p-value มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงสามารถยอมรับตัวแปรอิสระได้ทั้ง 3 ตัวแปร กล่าวคือ คุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกในระดับแข็งแกร่งกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.93 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนความคุ้มค่าด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกในระดับปานกลางกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.67 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกในระดับแข็งแกร่งกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.87 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันเองสูง อันก่อให้เกิดการละเมิดข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งผู้ศึกษาจึงสามารถนำทั้งสามตัวแปรมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ต่อไป

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตู สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตู

ตัวแปรอิสระ	ความตัดสินใจ		Beta β	t	p-value	VIF
	B	SE				
ค่าคงที่ (a)	1.28	0.07		19.01**	0.000	
คุณภาพของอาหาร (FQ)	0.48	0.03	0.74	21.98**	0.000	4.20
ความคุ้มค่าด้านราคา (PV)	0.32	0.02	0.32	10.73**	0.000	3.35
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PE)	0.19	0.02	0.11	4.31**	0.000	2.33

$R^2 = 0.89$, $R^2_{adj} = 0.90$, $F = 1104.92$, $**P < .01$

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เนื่องจากทุกตัวแปรมีค่า VIF เป็นไปตามเกณฑ์ที่น้อยกว่า 10 (Lee, John and Alice, 2000) โดยปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูได้ร้อยละ 90 และค่า p-value เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ $\hat{Y} = 1.28 + 0.48FQ + 0.32PV + 0.19PE$ กล่าวคือปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ด้านความคุ้มค่าด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยความคุ้มค่าด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดและเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหาร และคุณภาพการบริการที่ได้รับมีความเหมาะสมคุ้มค่ากับราคา ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตูเกิดความรู้สึกคุ้มค่าได้ทั้งคุณภาพด้านอาหารและบริการจากการประเมินเปรียบเทียบมูลค่าหรือราคาที่ได้จากการกับคุณภาพนั้นๆ ซึ่งสามารถนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรินโญ สอดสี (2565) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้

2. ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิ้งตูมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูได้ให้ความสำคัญกับภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารที่สะอาดและถูกสุขลักษณะมาเป็นอันดับแรก ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้ เพราะผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิ้งตูนอกจากจะให้ความสำคัญกับรสชาติความอร่อยของอาหารไทยแบบต้นตำหรับแล้ว ยังสนใจและใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น จึงคำนึงความสะอาดที่ถูกสุขลักษณะของภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารไทยในร้านอาหารไทยที่นครเจิ้งตูเป็นสำคัญ

เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะรับรู้ได้จากประสาทสัมผัสทางตา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kim and Lee (2013) ที่กล่าวว่า การรับประทานอาหารของผู้บริโภคในร้านอาหารไม่ใช่เพียงการแก้หิวเท่านั้น แต่ถือเป็นช่วงเวลาของการพักผ่อนที่ดีที่สุด ดังนั้น รูปลักษณ์ สีส่น ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหาร สะอาด ถูกสุขลักษณะ และทันสมัยแปลกตา สามารถสะท้อนคุณภาพอาหารที่ดี และมีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค แต่แนวคิดดังกล่าวและผลการศึกษาครั้งนี้ได้ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ เกอ ช่ง (2559) ที่ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพอาหารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ได้ใช้บริการร้านอาหารไทยที่มีราคาไม่แพง จึงไม่ได้นึกหวังถึงคุณภาพของอาหารที่ต้องมีรูปลักษณ์ สีส่น และวัตถุดิบที่สดใหม่ ตลอดจนภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารสะอาดทันสมัย หรือในอีกกรณีหนึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารไทยในโรงแรมหรือภัตตาคารที่ทางบริษัททัวร์ได้จัดเตรียมไว้ให้ซึ่งอาหารมีคุณภาพตามมาตรฐานอยู่แล้ว

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตู้น้อยที่สุด ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตูได้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในร้านได้สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมไทยมากที่สุด ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้ เพราะผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตูได้คาดหวังถึงประสบการณ์ที่ดีจากการจัดหรือตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ได้สัมผัสถึงกลิ่นอายความเป็นวัฒนธรรมไทยในนครเจิงตูจากการเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนิศรวรรณ ไพบุลย์พรพงศ์ (2562) ที่ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศภายในร้านอาหารสามารถสร้างและตอบสนองความรู้สึกทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะบรรยากาศ ภายในร้านมีการเปิดเพลงไพเราะ มีอุณหภูมิเย็นสบาย มีกลิ่นหอมสดชื่น และมีการใช้โคมไฟตกแต่งอย่างสวยงาม การใช้แสงสว่าง (Lighting) อย่างเพียงพอทำให้ผู้บริโภครู้สึกผ่อนคลาย การจัดวางโต๊ะเก้าอี้ และเคาน์เตอร์ได้อย่างเป็นสัดส่วนจะไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึก อึดอัด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของละมัย เบาเออร์ (2559) ที่ผลการศึกษาพบว่าสภาพบรรยากาศส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นกุญแจสำคัญที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารที่มากกว่าคุณภาพของอาหารและคุณภาพของการให้บริการอาหารที่มีคุณภาพและมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเจิ้งตูของผู้บริโภคชาวจีนได้ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าด้านราคามากที่สุด และปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ด้านความคุ้มค่าด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูได้ร้อยละ 90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยด้านคุณภาพอาหารมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูมากที่สุดที่สัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta β) เท่ากับ 0.74 ส่วนปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูรองเป็นอันดับสองที่ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta β) เท่ากับ 0.32 และสำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูในระดับน้อยที่ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta β) เท่ากับ 0.11 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลจากการศึกษาพบว่า คุณภาพของอาหาร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูรองเป็นอันดับสอง ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในนครเจิงตู และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการร้านอาหารในนครเจิงตู ควรมีมาตรการควบคุมและรักษามาตรฐานความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารให้สะอาด ถูกสุขลักษณะอยู่เสมอ พร้อมทั้งใส่ใจกับการปรุงอาหารให้คงรสชาติอาหารเป็นแบบดั้งเดิมสไตล์ไทย ตลอดจนต้องควบคุมและรักษามาตรฐานในเลือกใช้วัตถุดิบสำหรับการปรุงอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและรับรู้ได้ถึงความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป
2. ผลจากการศึกษาพบว่า ความคุ้มค่าด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในนครเจิงตู และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการร้านอาหารในนครเจิงตู จึงควรสร้างความสมดุลระหว่างคุณภาพของอาหารและคุณภาพของการบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการตลาดมาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันและดึงดูดผู้บริโภคเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในนครเจิงตู ควรใส่ใจกับการปริมาณของอาหารให้มีความเหมาะสมกับราคา พร้อมทั้งใส่ใจกับการสร้างบรรยากาศของบริเวณร้านให้สะอาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและรับรู้ได้ถึงความคุ้มค่ากับราคาที่เสียไป
3. ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูในระดับที่น้อย แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในนครเจิงตู และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการร้านอาหารในนครเจิงตู ควรให้ความสำคัญและใส่ใจกับการตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งภายในและภายนอกร้านให้ได้สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมไทยมากที่สุด เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคในนครเจิงตูให้เกิดความต้องการเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับแสงสว่างที่เพียงพอภายในร้านที่ไม่สว่างหรือมืดจนเกินไป เพื่อสร้างบรรยากาศในการรับประทานอาหารของผู้บริโภคชาวจีนในนครเจิงตูเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารไทยในนครเจิงตูเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกครบถ้วนในประเด็นต่างๆ มากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาในพื้นที่เมืองอื่นๆ ด้วย เช่น คุณหมิง กวางโจว ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเมืองใหญ่และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวจำนวนมากไปเยือน
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้น ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีรายละเอียดมากพอ จึงควรมีการศึกษาด้อยอดองค์ความรู้เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนาเป็นกลุ่ม (Focus group) เพื่อนำข้อมูลความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภคมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการอย่างเหมาะสมตรงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด
3. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในนครเจิงตูที่เกิดจากตัวแปรของปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา และสภาพแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น ฉะนั้น การศึกษาในต่อไป

ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งเป็นปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เช่น เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) ความสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์ (Relationship benefits) และความภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในภาวะที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกษ ช่ง. (2559). คุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิซิเนสส์อาร์เอ็นดี.
- นิศรวรรณ ไพบูลย์พรพงศ์. (2562). แนวทางการจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ คุณภาพในการให้บริการ สื่อสังคมออนไลน์ และคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเวียดนามซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. วารสารราชชนก, 12(2), 13-22.
- เปรมฤดี ชัยรุ่งเรืองสิน. (2562). กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารไทยระดับมิชลินสตาร์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจีน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ละมัย เบาเออร์. (2559). คุณค่าของตราสินค้า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ คุณภาพของอาหาร และบรรยากาศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2565). ศักยภาพอาหารไทยในนครเฉิงตู. สืบค้นจาก <https://chengdu.thaiembassy.org/th/index>.
- สรเสรี สุตถาวร. (2563). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ ความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 17(1), 179-197
- สรินโญ สอดสี. (2565). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำร้านอาหารระดับหรูของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเฉิงตู. (2565). อาหารไทยในนครเฉิงตูมียอดขายเพิ่ม 2-3 เท่า. สืบค้นจาก <https://www.depthai.go.th>.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566). จับตามองร้านอาหารไทยในแดนมังกร. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th/post/143148>.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และ วีระชาติ ธรรมวงศ์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC). สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education* (3rd ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kim, S. and Lee, J.S. (2013). Is satisfaction enough to ensure reciprocity with upscale restaurants? The role of gratitude relative to satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 118-128.
- Lee, C.F., John, C.L. and Alice C.L. (2000). *Statistics for Business and Financial Economics 1*. Singapore: World Scientific
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.