

ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยในสายตาชาวอเมริกัน

นางสาววิลาวรรณ แก้วอ่อน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิสุตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE IMAGE OF THAI RESTAURANTS AS VIEWED BY AMERICANS

Miss Wilawan Kaew-on

A thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

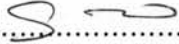
Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University


500854


หัวข้อวิทยานิพนธ์	ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยในสายตาชาวอเมริกัน
โดย	นางสาววิลาวรรณ แก้วอ่อน
สาขาวิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.วรวรรณ องค์กรุฑริक्षा

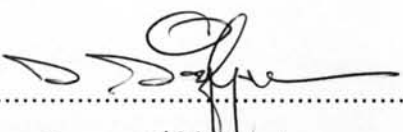
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  **คณบดีคณะนิติศาสตร์**
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุธา เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  **ประธานกรรมการ**
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุธา เบญจรงค์กิจ)

.....  **อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก**
(อาจารย์ ดร.วรวรรณ องค์กรุฑริक्षा)

.....  **กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย**
(อาจารย์ ดร. ธาตรี ได้ฟ้าพูล)

วิลาวรรณ แก้วอ่อน : ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยในสายตาชาวอเมริกัน. (THE IMAGE OF THAI RESTAURANTS AS VIEWED BY AMERICANS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 หลัก: อ. ดร. วรวรรณ องค์กรุทรักษา, 131 หน้า.


การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทย และที่มีต่อประเทศไทย ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อประเทศไทยกับทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทย และทำที่สุดเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของร้านอาหารไทย ซึ่งการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์กลุ่ม และการวิจัยเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างคือชาวอเมริกันที่เคยใช้บริการร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งเพศหญิงและชาย ซึ่งมีอายุ ระหว่าง 20-60 ปี การสัมภาษณ์กลุ่มสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ส่วนการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 406 คน การวิจัยครั้งนี้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่าทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทยและประเทศไทยเป็นไปในทางที่ดีซึ่งส่งผลให้ภาพลักษณ์ของร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาดีไปด้วย

การวิจัยเชิงสำรวจพบว่า

1. ทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทยอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อประเทศไทยอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อประเทศไทยในเชิงบวก
4. ร้านอาหารไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชาวอเมริกัน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
 สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
 ปีการศึกษา2550

ลายมือชื่อนิสิต..... วิลาวรรณ แก้วอ่อน
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก..... 

4985153328: MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: IMAGE / THAI RESTAURANTS / AMERICANS / ETHNOCENTRISM/ COUNTRY OF ORIGIN

WILAWAN KAEW-ON: THE IMAGE OF THAI RESTAURANTS AS VIEWED BY AMERICANS. THESIS PRINCIPAL ADVISOR: WORAWAN ONGKRUTRAKSA, Ph.D., 131 pp.


The purposes of this research are to study the attitude of the Americans on Thai restaurants, to study the attitude of the Americans on Thailand, to study the correlation between the American attitude on Thai restaurants and Thailand and, to study the image of Thai restaurants. This research is divided into two parts: focus groups and a research survey. Both the focus group questions and questionnaires were used to collect data from the Americans who have been to Thai restaurants in the United States. Those Americans questioned were between 18 and 60 years old and were both men and women. The focus group included 16 Americans from 2 groups and the research survey included 406 people. Percentage, means, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient are used for data analysis.

From the data collected from the focus groups, the attitude of the Americans on Thai restaurants is good, as well as the attitude on Thailand which is related to the positive image of Thai restaurants in the USA as well.

For the research survey, the results are as follows:

1. American's attitude on Thai restaurants is positive.
2. American's attitude on Thailand is positive.
3. American's attitude on Thai restaurants relates to their attitude on Thailand.
4. Overall, the image of Thai restaurants is positive.

DepartmentPublic Relations.....
 Field of study.....Public Relations.....
 Academic year..... 2007.....

Student's signature.....
 Principal advisor's signature. 

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นำมาซึ่งความภาคภูมิใจในความสำเร็จทางการศึกษาคั้งนี้เป็นอย่างสูง โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ อาจารย์ ดร. วรวรรณ องค์ครุฑรักษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อคิดเห็นต่างๆในการวิจัยและอื่นๆด้วยดีมาตลอด อีกทั้งยังสละเวลาในการตรวจแก้วิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณท่านด้วยความเคารพและนับถือ

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งได้ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการทำวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนสละเวลาในการตรวจแก้ และทำการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมกลุ่ม และเพื่อนร่วมงานทุกคนที่อยู่เคียงข้างและเป็นกำลังใจให้กันเสมอมาทั้งในยามทุกข์และสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	11
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	11
ขอบเขตการวิจัย.....	12
สมมติฐานการวิจัย.....	12
นิยามศัพท์.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	14
แนวคิดและทฤษฎีทัศนคติ.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin).....	31
แนวคิดวัฒนธรรมชาติพันธุ์นิยม (Ethnocentrism).....	35
แนวคิดการตลาดระหว่างประเทศ.....	43
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	47
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	47
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	48

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
การวิจัยเชิงสำรวจ.....	50
ประชากร.....	50
กลุ่มตัวอย่าง.....	50
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	50
ประเด็นที่ใช้ในการวิจัย.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	51
ตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	52
การแปรความหมายค่าเฉลี่ย.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล.....	53
4 ผลการวิจัย.....	55
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการเข้าสนทนากลุ่ม.....	55
ผลการวิจัยเชิงสำรวจ.....	67
การทดสอบสมมติฐาน.....	102
5 สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ.....	103
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผลการวิจัย.....	108
ข้อเสนอแนะ.....	114
รายการอ้างอิง.....	116
ภาคผนวก.....	119
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	131

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	67
2. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	69
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	71
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก.....	72
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	73
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีส่วนในการ ตัดสินใจในการเลือกร้านอาหาร.....	74
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะบุคคล.....	76
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรู้จักร้านอาหาร ไทยจากแหล่งที่มาต่าง ๆ.....	78
10. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกครั้งแรกที่มี ต่ออาหารไทย.....	80
11. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกไม่ชอบอาหารไทย.....	82
12. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบร้านอาหารไทยที่ชอบ.....	84
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับอาหาร ประเภทต่าง ๆ ที่นิยมรับประทานนอกจากอาหารไทย	85
14. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการ ในร้านอาหารไทย.....	87
15. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโอกาสในการไป ร้านอาหารไทยที่ร้านอาหารไทย.....	89
16. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับทัศนคติที่มี ต่อร้านอาหารไทย.....	90
17. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เคยและไม่เคยเดินทาง มาประเทศไทย.....	92

ตาราง	หน้า
18. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรู้จักประเทศไทย จากแหล่งที่มาต่าง ๆ.....	93
19. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อ ประเทศไทย.....	95
20. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกไม่ชอบประเทศไทย.....	97
21. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อ ประเทศไทย.....	99
22. แสดงทัศนคติของของชาวอเมริกันที่มีต่อร้านอาหารไทยและต่อประเทศไทย....	101
23. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติของชาวอเมริกัน ที่มีต่อร้านอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชาวอเมริกันที่มีต่อ ประเทศไทย.....	102

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1. แผนภาพแสดงประเทศที่มีร้านอาหารไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก.....	4
2. แผนภาพแสดงประเทศที่มีร้านอาหารไทยได้เครื่องหมาย Thai Select มากที่สุด 5 อันดับแรก.....	7
3. แผนภาพแสดงลักษณะของภาพลักษณ์.....	15
4. แผนภาพแสดงแบบจำลองแนวคิดทัศนคติ 3 องค์ประกอบ.....	28
5. แผนภาพแสดงผลของภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ต่อทัศนคติของผู้บริโภค.....	29
6. แผนภาพแสดงผลของภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ต่อทัศนคติของผู้บริโภค.....	30
7. แผนภาพแสดงปัจจัยที่มีความสำคัญในการวางแผนการตลาด ระหว่างประเทศทั้ง 5 ปัจจัย.....	44
8. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	67
9. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	69
10. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
11. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	71
12. แผนภาพจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	72
13. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	73
14. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีส่วน ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร.....	74
15. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะนิสัย.....	76
16. แผนภาพแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ การรู้จักร้านอาหาร ไทยจากแหล่งที่มาต่าง ๆ.....	78

17. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่ออาหารไทย.....	80
18. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกไม่ชอบอาหารไทย.....	82
18. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบร้านอาหารไทยที่ชอบ.....	82
20. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับอาหารประเภทต่าง ๆ ที่นิยมรับประทานนอกจากอาหารไทย.....	85
22. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทย.....	87
23. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโอกาสในการไปร้านอาหารไทย.....	89
24. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย.....	92
25. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรู้จักประเทศไทยจากแหล่งที่มาต่าง ๆ.....	93
26. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อประเทศไทย.....	95
27. แผนภาพแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้สึกไม่ชอบประเทศไทย.....	97