

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี

A Study of Purchasing Behavior of Thai Tourists towards Street Food in Wonnapha Beach Area, Chonburi Province

ธิรพิทย์ ศรศักดิ์¹, ภัทรารุณ โนรี², มะลิวรรณ ช่องงาม³

¹มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Thirapit.so@northbkk.ac.th

²มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Phattrawut.No@northbkk.ac.th

³มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Maliwam.ch@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ การวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

จากลักษณะส่วนบุคคลต่อพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศและอายุที่ต่างกันในภาพรวม มีความคิดเห็นของพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน การจำแนกตามระดับการศึกษาและรายได้ที่ต่างกันในภาพรวม มีความคิดเห็นของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

พิจารณารายด้านพบว่า ด้านรสชาติอาหาร คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะอาด ด้านราคาอาหาร ด้านช่องทางการสื่อสารในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ ตามลำดับ และด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร คือด้านที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำหลัก: อาหารข้างทาง, นักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

This research aimed to study the consumption behavior of street food purchases of Thai tourists in the Wonnapha Beach area, Chonburi Province, classified by demographic characteristics. The quantitative research used a questionnaire from a sample group of Thai tourists in the

Wonnapha Beach area, Chonburi Province. The results were analyzed using a statistical program, with a statistical significance level set at 0.05, using the mean ($\bar{x}$) and standard deviation (S.D.).

From the personal characteristics on the behavior of consuming street food of Thai tourists in the area of Wonnapha, Chonburi Province. The classification by gender and age that are different in the overall has no different opinions on behavior. As for the classification by education level and income that are different in the overall, there are different opinions on behavior.

Considering each aspect, it was found that the taste of the food was the aspect that Thai tourists gave the most importance. Next were the variety of the food menu, cleanliness, food price, payment methods, and the amount of food purchased, respectively, and the location of the restaurant was the aspect that gave the least importance, accounting for a percentage, with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Street Food, Thai Tourist

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารของประเทศไทยถือว่าเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมานาน มีความโดดเด่นทั้งภาพลักษณ์และรสชาติ อันมาจากทรัพยากรวัตถุดิบที่มีในประเทศที่สามารถนำไปรังสรรค์อาหารออกมาได้มากมายหลากหลาย โดยอาหารที่ขายในไทยมีขายอย่างหลากหลายประเภท หลายสถานที่ เช่น อาหารในโรงแรม อาหารร้านบุฟเฟต์ อาหารจานด่วน หรือ อาหารข้างทาง โดยเฉพาะอาหารข้างทางในประเทศไทยถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นอาหารประจำพื้นที่ อีกทั้งถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของการรับประทานอาหารของคนท้องถิ่น [1] อาหารริมทางของไทยเป็นที่รู้จักในด้านรสชาติอร่อยและความหลากหลาย จึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก ในปี 2018 สำนักข่าว CNN International จากสหรัฐอเมริกาได้ทำการสำรวจและจัดอันดับเมืองที่มีอาหารริมทางยอดเยี่ยมที่สุดในโลก จากทั้งหมด 23 เมือง พบว่า กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ได้รับการจัดให้อยู่ในอันดับที่ 1 ตอกย้ำถึงความโดดเด่นและเสน่ห์ของอาหารริมทางไทยในเวทีระดับโลก

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของไทยยังคงเป็นที่นิยมสำหรับและชาวต่างชาติ และตอบโจทย์ทุกกลุ่มช่วงอายุ ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือวัยเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมักนิยมไปท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทยในช่วงวันหยุดหรือเมื่อมีโอกาส

หาดวอนนภาเป็นชายหาดที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นส่วนหนึ่งของบางแสน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทย แม้หาดวอนนภาจะไม่ใช่ที่รู้จักมากเท่าหาดบางแสนที่อยู่ใกล้เคียง แต่ก็มีเอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อย ลักษณะเด่นของหาดวอนนภา คือ บรรยากาศเงียบสงบไม่พลุกพล่าน นักท่องเที่ยวที่มาที่นี่มักจะเป็นคนท้องถิ่นหรือผู้ที่ต้องการพักผ่อนอย่างสงบ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมต่างๆ บนชายหาดได้ เช่น นั่งเล่นริมหาด เล่นน้ำ ทานอาหารทะเล หรือชมพระอาทิตย์ตก มีที่พักและร้านอาหารมากมาย โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารท้องถิ่นที่มีราคาย่อมเยาและอาหารทะเล

สดใหม่ ทั้งยังใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้นเมื่อเทียบกับบางแสน ซึ่งทำให้เป็นสถานที่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งนักท่องเที่ยวมากมายให้ความสนใจไปซื้ออาหารและทำกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวทั้งกลางวันและกลางคืน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารข้างทางในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้แนวทางเพื่อการพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มข้างทางจากพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิด

ดำเนินการโดยศึกษาแนวคิดทฤษฎีเรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์

อนุชา อรุณชาคร, 2565 [2] กล่าวว่า เพศ (Gender) ส่งผลต่อความชอบ ทักษะ และแนวคิดของผู้หญิง และผู้ชายจะมีความแตกต่างกัน โดยส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกซื้อของแต่ละเพศมีความแตกต่างกัน ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องเพศมีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องวิเคราะห์อย่างรอบคอบเพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้า

อายุ (Age) เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงวัยของแต่ละบุคคล และถือเป็นลักษณะสำคัญในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ อายุสะท้อนถึงวัยวุฒิของบุคคล รวมถึงความสามารถในการทำความเข้าใจข้อมูล ข่าวสาร และการรับรู้สิ่งต่างๆ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมา นอกจากนี้ อายุยังมีอิทธิพลต่อความชอบและความต้องการของผู้บริโภค ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือวัยผู้สูงอายุ

ระดับการศึกษาปัจจุบัน (Education) และรายได้ (Income) เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยการศึกษา มีบทบาทสำคัญต่อระดับรายได้ของบุคคล การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างสองปัจจัยนี้เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากรูปแบบการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากขึ้นอยู่กับระดับรายได้ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี และพัฒนา

จากที่กล่าวมาข้างต้น ปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มักถูกนำมาใช้ในการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาปัจจุบัน ซึ่งช่วยให้สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ทราบปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี และพัฒนา

อาหารข้างทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแม่นยำมากขึ้น

แนวคิดทฤษฎีเรื่อง ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารข้างทาง

พงษ์ศักดิ์ เพ็ญประเสริฐ [3] กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีเรื่องปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารข้างทาง หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารข้างทาง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ความสะดวกสบาย ราคา รสชาติ และความสะอาดของอาหาร นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความนิยมและการเข้าถึงง่ายของอาหารริมทางยังเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารข้างทางในชีวิตประจำวัน โดยพฤติกรรมเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว การรับประทานอาหารที่ราคาประหยัด และความคุ้นเคยกับแหล่งขาย โดยประกอบด้วย

1. รสชาติของอาหาร หมายถึง ลักษณะของรสที่รับรู้ได้จากอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งเกิดจากการทำงานร่วมกันของประสาทสัมผัสในการรับรสและกลิ่น โดยรสชาติพื้นฐานหลักมี 5 ประเภท ได้แก่ หวาน, เค็ม, เปรี้ยว, ขม และอูมามิ (Umami) ซึ่งเป็นรสชาติที่เกิดจากกรดอะมิโนบางชนิด [4] นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นๆ เช่น เนื้อสัมผัส อุณหภูมิ และกลิ่น ก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดรสชาติของอาหาร [5]

2. ราคาอาหาร หมายถึง มูลค่าของอาหารที่กำหนดขึ้นตามต้นทุนการผลิต ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานของตลาด ทั้งนี้ ราคาอาหารอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ต้นทุนค่าขนส่ง และนโยบายภาษี [6]

3. ความหลากหลายของเมนูอาหาร หมายถึง จำนวนหรือชนิดของอาหารที่มีให้เลือกบริโภค ซึ่งครอบคลุมทั้งความแตกต่างของวัตถุดิบ วิธีการปรุง รสชาติ และลักษณะการนำเสนอ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญต่อประสบการณ์ของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย และช่วยเพิ่มทางเลือกในการบริโภคอาหาร [7]

4. คุณค่าทางโภชนาการ หมายถึง ปริมาณและชนิดของสารอาหารที่อาหารให้แก่ร่างกาย ซึ่งรวมถึงพลังงาน โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และแร่ธาตุต่างๆ ที่มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโต การซ่อมแซมร่างกาย และการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย ทั้งนี้ คุณค่าทางโภชนาการของอาหารขึ้นอยู่กับชนิดของวัตถุดิบ วิธีการปรุง และกระบวนการแปรรูปอาหาร [8]

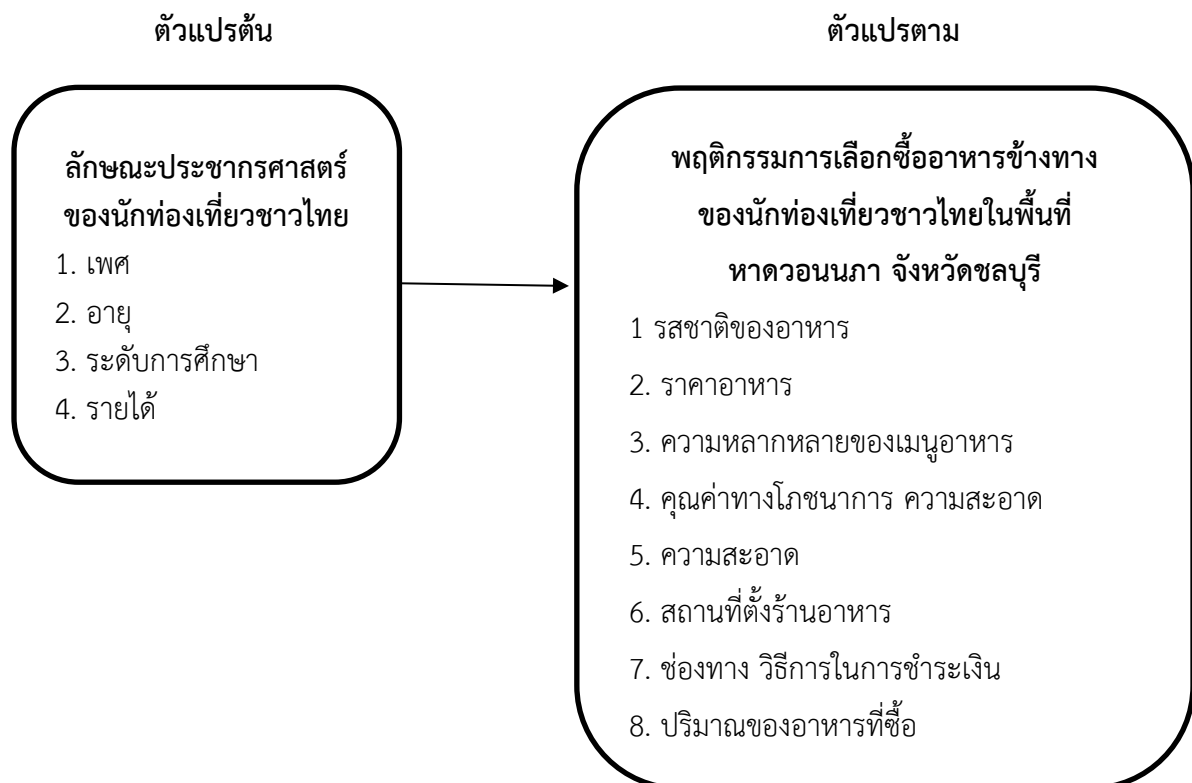
5. ความสะอาด หมายถึง สภาพที่ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง เชื้อโรค หรือสารปนเปื้อนที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ความสะอาดเป็นปัจจัยสำคัญในด้านสุขอนามัย ทั้งในชีวิตประจำวัน อาหาร สิ่งแวดล้อม และสุขภาพอนามัยของบุคคล โดยการรักษาความสะอาดช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคภัยและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี [9]

6. สถานที่ตั้งร้านอาหาร หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของร้านอาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเข้าถึงของลูกค้า ความสะดวกในการเดินทาง และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

โดยสถานที่ตั้งที่เหมาะสมควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น กลุ่มเป้าหมาย การสัญจรของผู้คน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และคู่แข่งในพื้นที่ [10]

7. ช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน หมายถึง ระบบหรือวิธีที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนมูลค่าเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจรวมถึงเงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิต การโอนเงินผ่านธนาคาร และระบบชำระเงินดิจิทัล เช่น e-Wallet หรือ QR Code การเลือกใช้ช่องทางชำระเงินขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้บริโภค เทคโนโลยีที่รองรับ และแนวโน้มพฤติกรรมทางการเงินของสังคม [11]

8. ปริมาณของอาหารที่ซื้อ หมายถึง จำนวนหรือขนาดของอาหารที่ผู้บริโภคเลือกซื้อในแต่ละครั้ง ซึ่งอาจพิจารณาจากน้ำหนัก ปริมาตร หรือจำนวนหน่วยของอาหารที่ซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการซื้ออาหาร ได้แก่ ความต้องการบริโภค ขนาดของครอบครัว ราคาอาหาร รายได้ และพฤติกรรมการบริโภคของผู้ซื้อ ทั้งนี้ การศึกษาปริมาณอาหารที่ซื้อสามารถช่วยในการวิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคและวางแผนด้านอุปทานในธุรกิจอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ [12] และจากแนวคิดดังกล่าว สรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี ดำเนินการในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี การวิจัยได้ทำการศึกษาเชิงปริมาณ โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยชาวไทยในบริหารหาดวอนนภา ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยสูตร Taro Yamane จากสถิติและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ในช่วงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2567 จำนวน 7,079,511 คน [13] [14] ดังนี้

$$\frac{6044884}{1+6044884 (0.05)^2} = 399.97 \text{ หรือกลุ่มตัวอย่างประมาณ } 400$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มอย่างง่าย โดยการเลือกนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลที่เป็นการใช้คำถามแบบปิด (Closed Questionnaire or Fixed Alternative Questionnaire) เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปอันเป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รวมจำนวน 4 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Questionnaire or Fixed Alternative Questionnaire) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับตามวิธีของ Likert [15] โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย คือ ค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยว

โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่า IOC ได้ค่า .60 – 1.004 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลอง (Try - out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่า .9775 นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำเครื่องมือในการวิจัย “แบบสอบถาม”
3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน
4. ดำเนินการแจกแบบสอบถาม 8-12 สัปดาห์ ในเดือน ธันวาคม 2567 - กุมภาพันธ์ 2568
4. ตรวจสอบความถูกต้องของการตอบแบบสอบถาม
5. วิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผล

สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

ค่าเฉลี่ย Mean ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติทดสอบ t-test และสถิติ F-test

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 มีอายุระหว่าง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีระดับการศึกษา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
1. รสชาติของอาหาร	4.88	0.322	มาก
2. ราคาอาหาร	4.13	0.362	มาก
3. ความหลากหลายของเมนูอาหาร	4.83	0.380	มาก
4. คุณค่าทางโภชนาการ	4.06	0.705	มาก
5. ความสะอาด	4.66	0.549	มาก
6. สถานที่ตั้งร้านอาหาร	3.26	0.549	มาก
7. ช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน	4.12	0.553	มาก
8. ปริมาณของอาหารที่ซื้อ	3.40	0.758	มาก
รวม	4.16	0.829	มาก

จากตารางพบว่า พบว่า มีค่าเฉลี่ยรายข้อ อยู่ระหว่าง 3.41 - 4.88 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้าน 1. รสชาติของอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.88 รองลงมา คือ 3. ความหลากหลายของเมนูอาหาร, 5. ความสะอาด, 2. ราคาอาหาร, 7. ช่องทางวิธีการในการชำระเงิน, 8. ปริมาณของอาหารที่ซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.83, 4.66, 4.13, 4.12, 3.40 ตามลำดับ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้าน 6. สถานที่ตั้งร้านอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายของคะแนน จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รายด้านของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.322 ถึง 0.758

เมื่อพิจารณารวมทุกด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายของคะแนน จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.83

2. การทดสอบสมมุติฐาน

เพศ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรสชาติของอาหาร ด้านราคาอาหาร ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะอาด ด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร ด้านช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .01 ส่วน ด้านคุณค่าทางโภชนาการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

อายุ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรสชาติของอาหาร ด้านราคาอาหาร ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะอาด ด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร ด้านช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .01 ส่วน ด้านคุณค่าทางโภชนาการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

การศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรสชาติของอาหาร ด้านราคาอาหาร ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านคุณค่าทางโภชนาการ ด้านความสะอาด ด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร ด้านช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .01

รายได้ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรสชาติของอาหาร ด้านราคาอาหาร ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านคุณค่าทางโภชนาการ ด้านความสะอาด ด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร ด้านช่องทาง วิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .01

สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทั้ง เพศและอายุมีความคิดเห็นทางพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ส่วนระดับการศึกษาและรายได้มีความคิดเห็นทางพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในพื้นที่หาดวอนนภา หาดบางแสน หรือใกล้เคียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 82.90 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รสชาติอาหาร คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.65 รองลงมา คือ ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะอาด ด้านราคาอาหาร ด้านช่องทางการวิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ ตามลำดับ และด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร คือ ด้านที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.15

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี พบว่าโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับการศึกษาปัจจุบัน คือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รสชาติอาหาร คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะอาด ด้านราคาอาหาร ด้านช่องทางการวิธีการในการชำระเงิน ด้านปริมาณของอาหารที่ซื้อ ตามลำดับ และด้านสถานที่ตั้งร้านอาหาร คือด้านที่น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ [16] ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับรสชาติอาหาร เพราะรสชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารของลูกค้า โดยรสชาติที่ดีสามารถสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ ในขณะที่รสชาติที่ไม่ถูกปากอาจทำให้ลูกค้าเลือกที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก การสร้างความคาดหวังเรื่องคุณภาพ รสชาติ ไปพร้อมกับภาพลักษณ์ของสินค้า และบริการนั้นๆ ในการตัดสินใจในแต่ละครั้ง และ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อันประกอบไปด้วย เพศและอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นทางด้านพฤติกรรมที่ ไม่แตกต่างกัน แต่การศึกษาและรายได้ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านพฤติกรรมที่ แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ [17]

พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทาง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเพศใด อายุใด รายได้ใด การศึกษาใด ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์หรือคุณค่าที่ได้รับ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและบริหารแต่ละด้านอย่างเหมาะสม เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะได้จากการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี ประกอบไปด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ คุณภาพและความสะอาดของอาหาร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการพัฒนาเมนูที่หลากหลาย และนำเสนออาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและการขาย เช่น การใช้ QR Code ในการสั่งซื้ออาหารหรือการรีวิวจากลูกค้า
4. หน่วยงานท้องถิ่นควรสนับสนุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น พื้นที่สำหรับร้านอาหารข้างทางที่มีมาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว
5. ควรสำรวจและสอดส่องสถานการณ์การขายของร้านอาหารข้างทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อการเข้าช่วยเหลือ แก้ปัญหา และพัฒนาระบบการขายในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ต้องขอขอบคุณทุกท่านในการให้ความรู้ การให้คำแนะนำ และชี้แนะอย่างดียิ่งในการทำวิจัยให้เป็นงานวิจัยที่มีคุณภาพ ตลอดจนการเอื้อเฟื้อและสละเวลาต่างๆ รวมถึงทีมงานที่ช่วยในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและรายได้เปรียบของประเทศไทย. วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 24(1), 103-116.
- อนุชา อรุณชาคร. (2565). ทฤษฎีและแนวคิดการตลาด: การใช้ลักษณะประชากรศาสตร์ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พงษ์ศักดิ์ เพ็ญประเสริฐ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารข้างทางในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Spence, C. (2017). Gastronomic science: Evaluating the role of taste and smell in multisensory flavor perception. *Flavour Journal*, 6(1), 1-13.
- Prescott, J. (2015). Multisensory processes in flavour perception and their influence on food choice. *Current Opinion in Food Science*, 3, 47-52.

- พิมพ์ใจ ศิริวรรณ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย พิพัฒน์วัฒน์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภคในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา นาคสวัสดิ์. (2561). โภชนาการและสุขภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมศักดิ์ วัฒนโอฬาร. (2562). สุขอนามัยและการจัดการสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณัฐภูมิ ศรีสวัสดิ์. (2563). กลยุทธ์การจัดการร้านอาหารเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพัตรา วงศ์สุวรรณ. (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มการใช้จ่ายผ่านระบบดิจิทัลในยุคปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐภูมิ พิพัฒน์ไพบูลย์. (2563). พฤติกรรมการซื้อและบริโภคอาหารของผู้บริโภคไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2567” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.mots.go.th/news/category/759>
[ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2567 (จังหวัดชลบุรี)” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.mots.go.th/news/category/808>
[ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2567]
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22(140), 1-55.
- มณวิภา ยาเจริญ. (2566). แนวทางการพัฒนาการบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ย่านตลาดโต้รุ่ง ในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- พุทธินันท์ ปัญญาพัฒน์นันท์ (2560), ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในเขาลัก จังหวัดพังงา. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.