



ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหาร  
ริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ทิพารัตน์ สัตยพงศ์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

**Opinions of Foreign Tourists towards Street Food Consumption:**

**A case study of Pranakorn District, Bangkok**

**Tiparat Sanyapong**

**Thematic paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Arts**

**Department of Tourism Management**

**Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University**

**2014**

เลขทะเบียน.....	0231784
วันลงทะเบียน.....	- 4. พ.ย. 2557
เลขเรียกหนังสือ.....	บ58.8342 ก486ค

[2557]

หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหาร ริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ทิพารัตน์ สัตยพงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิบูล
สาขาวิชา	สาขาการจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2556

### บทคัดย่อ

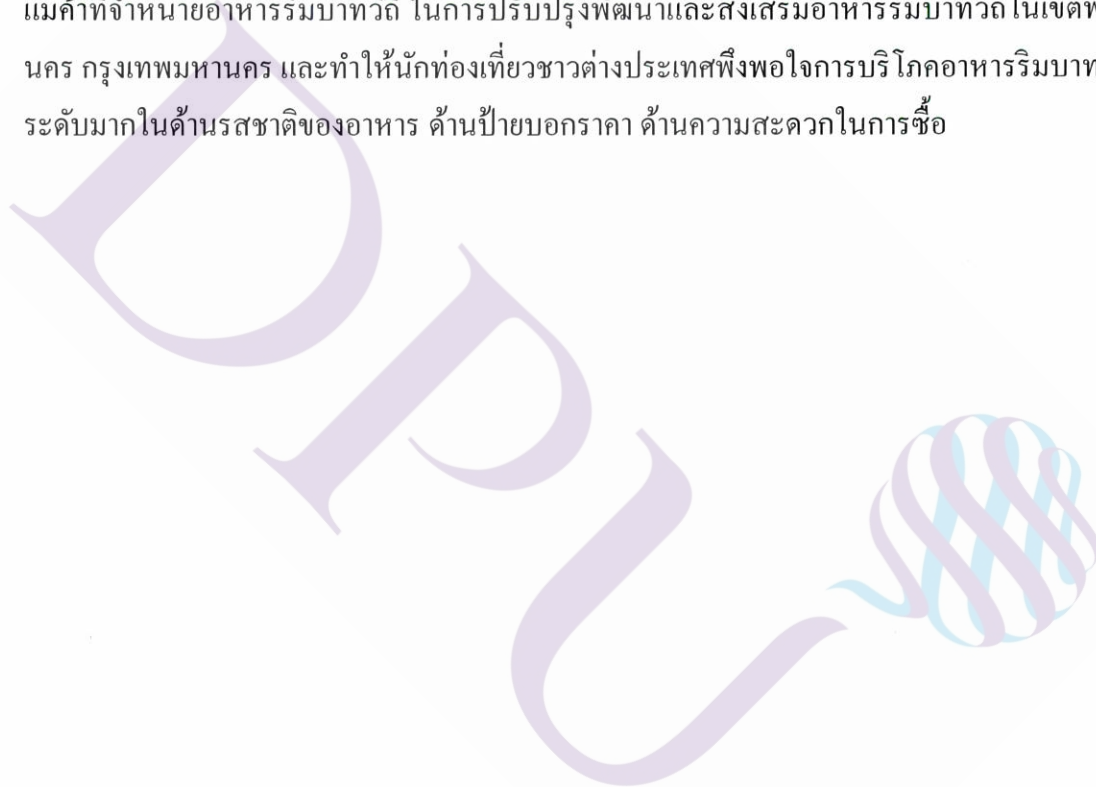
การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี 2) สสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี และ 3) สสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี การวิจัยดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตพระนคร โดยเก็บข้อมูลได้จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตพระนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีสถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ 2,000 เหรียญสหรัฐ/เดือนและต่ำกว่า และมีถิ่นฐานภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด

ในด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในช่วงเย็นเวลา 16.00 น.-18.00 น. มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการซื้ออาหารริมบาทวิถี 3 -4 ครั้ง โดยตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถีทานเอง เลือกอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆมากกว่าอาหารประเภทอื่น และให้ความสำคัญในการเลือกอาหารริมบาทวิถี โดยให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ราคาอาหาร และความสะอาด ตามลำดับ

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก มี 6 ประเด็น ได้แก่ รสชาติของอาหาร ความสะดวกในการซื้อ ป้ายบอกราคา ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของอาหารและรูปลักษณ์ภายนอกของอาหาร ในขณะที่ระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลางมี 4 ประเด็น ได้แก่ ความสะอาด ทัศนียภาพของผู้ขาย คุณค่าอาหาร และภาชนะบรรจุอาหาร

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ และให้คำแนะนำแก่พ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายอาหารริมบาทวิถี ในการปรับปรุงพัฒนาและส่งเสริมอาหารริมบาทวิถีในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร และทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพึงพอใจการบริโภคอาหารริมบาทวิถีระดับมากในด้านรสชาติของอาหาร ด้านป้ายบอกราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ





Thematic Paper Title	Opinions of Foreign Tourists towards Street Food Consumption: A case study of Pranakorn District, Bangkok
Author	Tiparat Sanyapong
Thematic Paper Advisor	Asst.Prof.Dr. Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management Program
Academic Year	2013

### ABSTRACT

The research on the opinions of foreign tourists towards street food consumption: a study of Pranakhon district, Bangkok has three main proposes (1) to explore the behavior of foreign tourists in consuming street food (2) to explore the opinion of foreign tourists towards street food consumption, and (3) to explore the satisfaction of foreign tourists in consuming street food. To explore these points, questionnaires was used as a tool in this research; the populations used were the foreign tourists who used to consume street foods in Pranakhon district. The sample group of this study was 300 foreign tourists. The statistical methods employed were frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The findings suggest that the foreign tourists who used to consume street food are mainly male tourists with age range  $\leq 25$  years old and single status. Most of them were students with from Europe incomes  $\leq 2,000$  USD per month.

The behaviors of consuming street food reveal that most foreign tourists choose to consume street food during 4-6 p.m with the average spending of 51-100 baht both and 3-4 times a day. The decision to buy street food is by oneself, they choose to buy fruit and all beverages more than other kind of food. The three reasons used for choosing street food are taste, price, and cleanness.

The satisfaction of foreign tourists or street food was in high level. When look in details, it was found that the high satisfaction level are on 6 issues; the taste, the convenience, the price sign, the variety of the food, the quality of the food, and appearance of the food, while the

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าโดยอิสระนี้ สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีได้ด้วยความกรุณาและช่วยเหลือจากอาจารย์ทุกท่าน ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวิน แสงพิกุล ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้สละเวลา ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมทั้งแนะนำข้อแก้ไขในส่วนที่บกพร่องต่างๆ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เขียง เกาจิต อาจารย์ผู้สอน และผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติที่กรุณาสละเวลาให้คำชี้แนะและให้ความช่วยเหลือเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแก่ผู้วิจัยด้วยดีมาตลอด

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยุวชนต่างประเทศซึ่งได้สละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างยิ่ง รวมทั้งขอขอบคุณทุกท่านที่เพื่อนๆ นิสิตที่ให้ความช่วยเหลือในงานด้านต่างๆทุกด้านให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณสำหรับกำลังใจที่ยิ่งใหญ่ ความสนับสนุน ความช่วยเหลือในทุกๆด้านจาก บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวผู้เขียน ซึ่งมีส่วนอย่างยิ่งเพื่อช่วยให้การศึกษาและการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วง และทุกแรงใจที่ผลักดันให้การศึกษาค้นคว้าโดยอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป หากมีสิ่งผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ทิพารัตน์ สัจญพงษ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	14
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอาหาร/ประเภทอาหารริมบาทวิถี.....	22
2.6 ข้อมูลทั่วไปของเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.....	33
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	41
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.2 เครื่องมือในการวิจัย.....	43
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44

สารบัญ

บทที่	หน้า
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	44
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	46
4.2 ข้อมูลความด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือก บริโภคอาหารริมบาทวิถี.....	49
4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกบริโภค อาหารริมบาทวิถี.....	53
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	54
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	65
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	65
5.2 อภิปรายผล.....	68
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	69
บรรณานุกรม.....	71
ภาคผนวก.....	77
ประวัติผู้เขียน.....	82



## สารบัญญัตินำ

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารของ ผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่.....	29
3.1 แสดงเกณฑ์การคะแนนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ.....	44
3.2 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล.....	44
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นฐานภูมิลำเนา.....	48
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่วงเวลาการบริโภคอาหารริมบาทวิถี.....	49
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี.....	50
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนครั้งในการซื้ออาหารริมบาทวิถี.....	50
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถี.....	51
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทอาหารริมบาทวิถี.....	51
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อันดับความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี.....	52
4.8 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการ บริโภคอาหารริมบาทวิถี.....	53
4.9 แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีจำแนก ตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	54



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี จึงนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ ได้มีการขยายโอกาสในอาชีพด้านการบริการและธุรกิจบริการแก่คนไทยจำนวนมาก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆซึ่งก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมๆกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศนอกจากนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการศึกษา ฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละท้องถิ่นและของชาติมากขึ้น เพื่อให้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่ท้องถิ่นตน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

นอกจากนี้แล้วธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสิ่งสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ขาดไม่ได้ และเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์และของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการบริโภคหรือแนวความคิดเกี่ยวกับการกินแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ถือว่าเป็นกิจกรรมสำคัญในการท่องเที่ยว บ้างก็ถือคิดว่าเป็นกิจกรรม บ้างก็ถือว่าเป็นการหาประสบการณ์ให้ตนเองที่ได้ทดลองอาหารที่แปลกใหม่ มีการเสาะแสวงหาภัตตาคาร ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เพื่อลิ้มลองรสชาติที่อร่อย เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปกินปูชนที่ฮ่องกง เป็นต้น ธุรกิจอาหารและ

เครื่องคัมมียู่หลายประเภท ทั้งภัตตาคาร สวนอาหาร ร้านอาหารจานด่วน และอื่นๆอีกมากมาย ซึ่งธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีการพัฒนารูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมาตั้งแต่สมัยโบราณจนกระทั่งถึงสมัยปัจจุบัน (นิศา ชัชกุล, 2551, น.213) จึงทำให้ความแปลกใหม่ของอาหารกลายเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากอาหารริมบาทวิถีมีจำนวนมาก หาซื้อได้ง่าย ราคาถูก และมีความหลากหลาย จึงเป็นสิ่งที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ และบริโภคอาหารริมบาทวิถี แต่ในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัยของอาหารริมบาทวิถีเหล่านี้ยังเป็นปัญหาใหญ่ที่ควรคำนึง การบริโภคอาหารริมบาทวิถีจึงมีผลกระทบต่อสุขภาพทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นอาหารพร้อมปรุง หรืออาหารพร้อมบริโภค อาจถูกเตรียมไม่ถูกสุขลักษณะหรือวางจำหน่ายเป็นระยะเวลาานาน อาหารบางชนิดไม่มีสิ่งปกคลุมหรือภาชนะปิดฝุ่นละอองทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ที่ปลิวอยู่เต็มทั่วถนนจะปนเปื้อนได้อย่างเต็มที่ หากล้างไม่สะอาดหรือไม่ถูกวิธี หรือแผงที่จำหน่ายอาหารสกปรกหรือผู้จำหน่ายอาหารขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องสุขาภิบาลหรือสุขวิทยาส่วนบุคคลไม่ดีก็จะเป็นพาหะของโรคได้อย่างดี (ปรีชา สุสันทัต, 2554) แต่ถึงแม้ว่าหลายคนมองว่าอาหารริมบาทวิถีอาจไม่สะอาด หรือไม่มีคุณภาพ สุดแล้วแต่ความชอบ แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่น้อยที่ยังเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจความคิดเห็น สำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถึงสาเหตุในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี รวมถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ มาเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านอาหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในบริโภคอาหารริมบาทวิถี

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหาร ประกอบด้วยช่วงเวลาในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภคและประเภทของอาหารริมนาทวิถี
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลต่ออาหารริมนาทวิถี
3. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเกี่ยวกับอาหารริมนาทวิถี

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิด นำมาตั้งสมมติฐานของการศึกษาได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้ ต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมนาทวิถีต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมนาทวิถีต่างกัน

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมนาทวิถี
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาด้านสุขอนามัยของอาหารริมนาทวิถีในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเกิดความพึงพอใจในบริโภคอาหารริมนาทวิถีที่สะอาดและปลอดภัย

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ บริเวณเขตพระนครถนนข้าวสาร ซอยบุตรีราม ถนนจักรพงษ์ เป็นต้น ครอบคลุมพื้นที่เขตพระนคร เนื่องจากมีจำนวนอาหารริมนาทวิถีเป็นจำนวนมากและยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียงที่รู้จักกันดีสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศอีกด้วย

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเรื่อง (1.1) พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศวัดจาก ช่วงเวลาในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภค ประเภทของอาหารริมนาทวิถี (1.2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมนาทวิถี และ (1.3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเกี่ยวกับอาหารริมนาทวิถี



1.5.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตพระนคร จำนวน 300 คน โดยวิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบโอกาส (Non-Probability Sampling) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling)

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**พฤติกรรมกรบริโภค** หมายถึง การแสดงออกของบุคคลในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อหรือบริโภคอาหารริมบาทวิถีได้ถูกต้อง

**ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว** หมายถึง การแสดงออก และความรู้สึกที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในด้านความสะอาด ด้านคุณค่าอาหาร ด้านความปลอดภัย

**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ท่าที ความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ในรสชาติอาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุด อร่อยถูกปากและมีความหลากหลายให้เลือกซื้อ

**การบริโภค** หมายถึง การซื้อและการกินอาหารริมบาทวิถี ทั้งด้านคุณค่าอาหาร ความปลอดภัย รสชาติ ราคาที่ได้รับจากการบริโภค

**อาหารริมบาทวิถี** หมายถึง อาหารที่เตรียมพร้อมมาปรุงหรือปรุงสำเร็จรูปแล้ว โดยมีพ่อค้าแม่ค้านำมาวางจำหน่ายในลักษณะเป็นแผงลอยเล็กๆ รถเข็นหรือหาบเร่ อยู่บริเวณทางเท้าริมฟุตบาทถนนชอกชอยตามที่สาธารณะทั่วไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในหัวข้อเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ในการศึกษา รวมทั้งได้ศึกษารายงานการวิจัยตลอดจนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอาหาร / ประเภทอาหารริมบาทวิถี
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปของเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างนานาชาติ ซึ่งการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่างที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้



เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจคมนาคม หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง

คำว่า “การท่องเที่ยว” หลายคนอาจนึกถึงคำว่า การเดินทาง ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่าง เยี่ยมเยือนญาติมิตร ไปประชุมหรือบางคนอาจจะนึกถึงชาวต่างประเทศสะพายกระเป๋า เดินอยู่กลางถนน นอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้นจึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้นมีเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ (เลิศพร ภาระสกุล และคณะ, 2551)

อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการท่องเที่ยวกับการเดินทางแตกต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว (The Dictionary of Tourism) ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่าง ๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม” (Stevens, 1990, p.3)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นสากล (World Tourist Organization: WTO, 1980) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งของสหประชาชาติได้บัญญัติขึ้น หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพและการหารายได้

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติมิตร หาประสบการณ์ใหม่ หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ โดยมีอุปสงค์การท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิเช่น การใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ แต่มิใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพแต่อย่างใด

### 2.1.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล และคณะ (2551) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเกิดจากสาเหตุ 3 ประการใหญ่ๆ คือ

1. เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและพักผ่อน (Holiday) เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ต้องการความเพลิดเพลิน สนุกสนาน รื่นเริง อาทิเช่น การเดินทางไปอาบแดด ชายทะเล การเดินทางไปเล่นน้ำตก การเดินทางไปสวนสนุก เป็นต้น

2. เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางที่ควบคู่ไปกับการทำงานแต่มิได้วัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้จากสถานที่ที่ไปท่องเที่ยว นั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและจัดนิทรรศการ อาทิเช่น การเดินทางไปประชุมเกี่ยวกับวาระต่างๆ การเดินทางไปร่วมงานจัดแสดงสินค้า การเดินทางไปสำรวจตลาด เป็นต้น

3. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เฉพาะที่นอกจากการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ 2 ประการข้างต้น อาทิเช่น การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม การเดินทางไปเผยแพร่ศาสนา การเดินทางไปรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น

### 2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ (อ้างถึงใน นารี เทพสุภรณ์กุล, 2550)

1) นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

(1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีโคพักถาวรในราชอาณาจักรไทย

(2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

(3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

(4) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึงบุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

(5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน แต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน

(6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีที่พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในนั้น จะต้องมิตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพร้อมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยว อาจทำได้ 2 วิธี คือ

(1) การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว

(2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เพื่อเชิญชวน กระตุ้น และเร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

3) การขนส่ง (Transportation) เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ เป็นการเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนมีความสนุกสนานเพลิดเพลินอีกทั้งได้ความรู้ และต้องกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- (1) การขนส่งทางรถยนต์
- (2) การขนส่งทางรถไฟ
- (3) การขนส่งทางเรือ
- (4) การขนส่งทางเครื่องบิน



4) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง

(2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์

(3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สถาปัตยกรรมในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬาสวนสนุก และงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ

5) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism Facilities) เป็นสรรพสิ่งที่ใช้รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ และการให้บริการการท่องเที่ยว

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีการท่องเที่ยวก็ตาม รัฐบาลจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, น.30-31)

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

### 2.2.1 ความหมายความคิดเห็น

ความคิดเห็น (Opinion) คือ ผลผลิตของทัศนคติของบุคคลในสภาพการณ์บางอย่าง รอบตัวบุคคลจะต้องเรียงทัศนคติของตนตามลำดับความสำคัญ เมื่อบุคคลพูดหรือเขียน บุคคลนั้น กำลังแสดงลำดับชั้น (Hierarchy) ของทัศนคติของเขา กล่าวคือ เขากำลังให้ความคิดเห็นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอก การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นในขั้นของทัศนคติด้วย ทำให้เกิดความคิดเห็นใหม่ตามมา ฉะนั้นความคิดเห็นจึงเป็นการแสดงออกว่าตนมีทัศนคติอย่างไรด้วย คำพูดหรือตัวหนังสือ (พัชนี เศษจรรรยา, 2534, น.77-78)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาอีกหลายท่านได้ให้คำนิยาม “ความคิดเห็น” ไว้ อีกหลายทัศนะด้วยกัน

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2532, น.34) ได้ให้นิยามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นกับทัศนคติที่คล้ายคลึงกันว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของความคิดที่มีต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใด ความคิดเห็นจึงเป็นสิ่งที่อธิบายเหตุผล ส่วนทัศนคติเป็นวงที่แสดงสภาพความรู้สึก

Morgan and King (1965) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกที่เกิดขึ้นจากทัศนคติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจเป็นการยอมรับ หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่างของบุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีอาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522) ให้คำจำกัดความว่าเป็นการแสดงออก ซึ่งพิจารณาถึงที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่เปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง เป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ

ความคิดเห็น (Opinion) ตามรากศัพท์พจนานุกรมศัพท์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

1. ข้อพิจารณาเห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบ ถึงแม้ไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม
  2. ทัศนะหรือประมาณการที่เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหนึ่ง เช่น ทัศนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของนโยบายวางแผนครอบครัว
  3. คำแถลงของผู้ยอมรับนับถือกันว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อปัญหาที่มีผู้มาขอปรึกษา
- ความคิดเห็น (Opinion) (Gould Kole, 1964) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นใน Dictionary of the Social Sciences ไว้ 3 ลักษณะ คือ



1. ความคิดเห็น คือ การพิจารณาตัดสิน ความเชื่อหรือความเชื่อจากบุคคลอื่นในบางประเด็นความเห็นอาจแสดงออกทางคำนิยม หรือชนิดของเหตุผล หรือหลักฐานที่มีอยู่ซึ่งความสำคัญของความเห็นอาจต่างกันแล้วแต่บุคคล

2. ความคิดเห็นที่เป็นการแสดงออกอย่างแคบและตรงจุด สามารถให้ทราบถึงความในใจของบุคคลมากกว่าทัศนคติ ดังนั้นเมื่อความเห็นมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเปลี่ยนแปลงภายนอกและมีความจำกัด มีรากฐานมาจากระบบทัศนคติของแต่ละบุคคล

3. ถ้าความคิดเห็นเป็นสิ่งมีชีวิต มันสามารถวัดได้และได้พัฒนาเครื่องมือในการวัดขึ้นมา โดยปกติจะมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของคนจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น ประชามติเป็นการสุ่มตัวอย่างปัญหาที่ซับซ้อนและการวัดความคิดเห็น ทัศนคติ เทคนิคการวางแผนและการสร้างแบบสอบถามนำมาใช้ การเน้นการแสดงออกในการวิจัยความคิดเห็น

ขณะที่มีนักวิชาการจำนวนหนึ่งได้นิยามของ “ความคิดเห็น” โดยเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างจาก “ทัศนคติ” ดังนี้

ณรงค์ นิยมวิทย์ (2526) เห็นว่า ทัศนคติมีความแตกต่างไปจากความคิดเห็น (Opinion) โดยที่ความคิดเห็น เป็นเพียงความเชื่อที่บุคคลมีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ในสิ่งแวดล้อมต่างๆจึงแตกต่างจากทัศนคติในแง่ที่ว่า ความคิดเห็นมีความเป็นอิสระจากอารมณ์ต่างๆหรือไม่มีอารมณ์แอบแฝงอยู่ เปลี่ยนแปลงได้ง่ายไม่เหมือนกับทัศนคติที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการหล่อหลอมทางความคิด ซึ่งเจ้าตัวอาจตระหนักหรือไม่ตระหนักก็ได้

### 2.2.2 ประเภทของความคิดเห็น

การสำรวจความคิดเห็นจึงเป็นการศึกษาความรู้สึกรู้สึกของบุคคล กลุ่มคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่ละคนจะแสดงความเชื่อ ความรู้สึกใดๆออกมาได้หลากหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นโดยการพูด การเขียนหรืออากัปกริยาท่าทาง เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นเป็นพื้นฐานสำคัญที่อำนวยความสะดวกต่อการวางแผนนโยบายต่างๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือระบบงาน รวมทั้งในการฝึกหัดการทำงานด้วย เพราะจะทำให้การดำเนินการต่างๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามความพอใจของผู้ร่วมงาน ซึ่งอาจจำแนกประเภทของความคิดเห็นออกได้เป็น 2 ประเภท (Remmers et al., 1965) คือ

1. ความคิดเห็นด้านบวกสุด - ลบสุด (extreme opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกที่สุด ได้แก่ ความรักจนหลงบูชา ทิศทางลบสุด ได้แก่ รังเกียจมาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (cognitive opinion) การมีความคิดยึดติดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ ในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดพอจะสรุปได้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกซึ่งการตัดสินใจจากการประเมินค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยมและสภาพแวดล้อม ตลอดจนอารมณ์ ความรู้สึก มาตัดสิน ซึ่งความคิดเห็นอาจเปลี่ยนแปลงไปมาและไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนตายตัวว่าถูกหรือผิด ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แนวคิดในเรื่องของ ความคิดเห็นมาเป็นกรอบที่ใช้ศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้รับรู้ถึงความรู้สึกที่มีต่อการบริโภคอาหารบาทวิถี ในด้านความสะอาด ด้านคุณค่าอาหาร ด้านความปลอดภัย

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความพอใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการได้มา ได้ใช้ ได้บริโภค หรือผลประโยชน์จากสินค้าและบริการ ดังนั้นความพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งที่มียู่ในตัวสินค้าและบริการในรูปของความสามารถในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งที่มาและสาเหตุการเกิดอาจมีได้ต่างๆ เช่น สุขภาพที่ดีขึ้น ความสวยงาม ความสะดวกสบายรสชาติ ความทนทาน ความหรูหรา ความภาคภูมิใจ ความมั่นคง ความมีอำนาจ และอื่นๆ ซึ่งจะมีทั้งที่เป็นรูปธรรมและส่วนที่เป็นนามธรรม เรื่องของอรรถประโยชน์จึงเกี่ยวข้องกับบริสนิยม แผนความพอใจ และความนึกคิดส่วนบุคคล (นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2544)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ในความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจได้รับการตอบสนอง

อุทัยพรรณ สูดใจ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สนิท เหลืองบุตรนาจ (2529) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ทำที่ ความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายหลังจากที่ได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้ว ในลักษณะทางบวก คือ พอใจ นิยม ชอบ สนับสนุนหรือมีเจตคติที่ดีต่อบุคคล เมื่อได้รับตอบสนอง



ความต้องการในทางเดียวกัน หากไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการจะเกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น

ชรินี เดชจินดา (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อุทัย หิรัญโต (2523) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา ทำให้เขาเกิดความสุข

สง่า ภูณรงค์ (2540) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) ได้ให้ความหมายพึงพอใจไว้ว่า ความพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ตรีหทัย (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์ สุดท้ายของกระบวนการประเมินโดยบ่งบอกทิศทางของการประเมินว่าเป็นในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือ ไม่มีปฏิกิริยา คือเฉยๆต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง หรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค (Bolton & Drew, 1991; Brown & Swartz, 1989; Cronin & Taylor, 1992; Parasuman et al., 1985; Teas, 1993) กล่าวคือ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการเป็นผลโดยตรงของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่เคยมีมาก่อนกับผลที่ได้รับ (Bearden & Teel, 1983; Bolton & Drew, 1991; Cardoso, 1965; Oliver & Swan, 1989; Olshavsky & Miller, 1972; Olson & Dover, 1979; Spreng, 1993; Tse & Wilton, 1988) หากการบริการที่ได้รับเป็นไป

ตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจและประเมินว่าการบริการนั้นมีคุณภาพสูง

จากความหมายของแนวคิดความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดจากความสมดุลหรือความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง หรือจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือจากประสบการณ์ที่เข้าไปใช้บริการและประสบการณ์นั้นตรงตามความคาดหวัง และเกี่ยวข้องในส่วนของพฤติกรรมในการบริโภค หากผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจในผลของการปรับปรุงอาหารในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านสุขอนามัย ของผู้ขายอาหารริมบาทวิถี ควรมีกิจกรรมที่ต่อยอด หรือใช้สื่อรณรงค์ให้เหมาะสม ซึ่งมีเจ้าหน้าที่หรือบุคคลเกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัย เป็นการช่วยเหลือ และส่งเสริมสุขภาพให้กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

### 2.4.1 ความหมายของพฤติกรรม

การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์มีการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมไว้หลายทฤษฎี สำหรับด้านสังคมวิทยาเป็นศาสตร์ทางพฤติกรรม หรือพฤติกรรมศาสตร์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์และพฤติกรรมของมนุษย์ ส่วนจิตวิทยาสังคมเป็นสาขาหนึ่งในกระบวนการวิชาต่างๆ ทางสังคม ที่มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคลอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากตัวกระตุ้นทางสังคม (ฉันทนา จันทวงศ์ และคณะ, 2535, น.13) ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้มากมาย ดังเช่น

Wolman (1973, p. 41) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของการกระทำ โดยตรงที่เกี่ยวข้องของบุคคลทั้งที่เกิดขึ้นภายในและที่แสดงออกต่อสิ่งแวดล้อมทางกายและทางสังคม

Golden (1984, p. 90) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลและเป็นปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอกรวมทั้งการกระทำต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีจุดมุ่งหมาย สามารถที่จะสังเกตเห็นได้ หรือเป็นกิจกรรมของการกระทำต่างๆ ที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้วหรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกดัว



สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2524, น.1) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือกริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย ทางกล้ามเนื้อ ทางสมอง ทางอารมณ์ และทางความรู้สึก ซึ่ง โดยปกติมนุษย์และสัตว์ย่อมแสดงออกมาให้เป็นที่สังเกตเห็นได้ชัดและเห็นได้ไม่ชัด ซึ่งขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากกระตุ้นเป็นสำคัญ

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2526, น.3) กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคล เป็นการแสดงออกเพื่อตอบสนองโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจกระทำได้ที่รู้ตัว และไม่รู้ตัว และอาจเป็นการตอบสนองที่เกิดได้ทั้งภายในและภายนอกร่างกาย เช่น การร้องไห้ การอ่านหนังสือ การกิน การกระพริบตา การเต้นของหัวใจ ความรู้สึกโกรธ การคิด เป็นต้น

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2538, น.97) ให้ความหมายของพฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติกริยา หรือกิจกรรมทุกชนิดของสิ่งมีชีวิต จะสังเกตได้หรือไม่ได้ก็ตาม เป็นพฤติกรรมที่มีอยู่ภายในหรือแสดงออกมภายนอก

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2538, น.155) ให้ความหมายของพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ แต่สามารถวัดได้โดยใช้เครื่องมือพิเศษ และสามารถบอกได้ว่า “มี” หรือ “ไม่มี” เช่น ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกความสนใจ

สุรพล พยอมแย้ม (2545, น.18-20) กล่าวว่า พฤติกรรม ในทางจิตวิทยานั้น หมายถึง การกระทำอันเนื่องมาจากการกระตุ้นหรือการจูงใจจากสิ่งเร้าต่างๆ การกระทำหรือพฤติกรรม เหล่านั้นเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ผ่านกระบวนการกลั่นกรอง ตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้บุคคลอื่นได้สัมผัสรับรู้ พฤติกรรมของบุคคลแม้จะกระทำด้วยสาเหตุจุดมุ่งหมายเดียวกันแต่ จะมีลักษณะอาการแตกต่างกัน เมื่อบุคคล เวลา สถานที่ หรือสถานการณ์เปลี่ยนไปเนื่องจากการกระทำของบุคคลส่วนจะต้องผ่านกระบวนการคิดการตัดสินใจ อันประกอบด้วย อารมณ์และความรู้สึกของผู้กระทำพฤติกรรมนั้นๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน หรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเสมอ ด้วยเหตุผลที่ว่าพฤติกรรมแต่ละครั้งเกิดจาก กระบวนการ ซึ่งหากพิจารณาแยกกระบวนการออกเป็นส่วนๆ จะพบว่า ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ส่วนการแสดงออกหรือกริยาท่าทาง (Acting)
2. ส่วนการคิดที่เกี่ยวกับกริยานั้น (Thinking)
3. ส่วนความรู้สึกที่มีอยู่ในขณะนั้น (Feeling)

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, น.768) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด ความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้าจากที่ได้



กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นได้ทั้งในขณะที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัว พฤติกรรมนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากความรู้ ทักษะคติและความเชื่อของบุคคลนั้นๆ โดยที่อาจแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น การออกกำลังกายการป้องกันโรค การเดิน การรับประทานอาหารหรือไม่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจนเช่น ความเครียด ความวิตกกังวล เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์

#### 2.4.2 กระบวนการการเกิดพฤติกรรม

ฮูรพล พยอมแย้ม (2545, น.25-26) ได้แบ่งกระบวนการเกิดพฤติกรรม แต่ละครั้งออกเป็นกระบวนการย่อยได้อีก 3 กระบวนการ คือ

1. กระบวนการรับรู้ (Perception Process) กระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการเบื้องต้นที่เริ่มจากการที่บุคคลได้รับสัมผัสหรือรับรู้ข่าวสารจากสิ่งเร้าต่างๆ โดยผ่านระบบประสาทสัมผัส ซึ่งรวมถึงความรู้สึก (Sensation) กับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัสนั้นๆ ด้วย

2. กระบวนการคิดและเข้าใจ (Cognition Process) กระบวนการนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการทางปัญญา” ซึ่งประกอบไปด้วยการเรียนรู้ การคิด และการจำ ตลอดจนการนำไปใช้หรือเกิดการพัฒนาจากการเรียนรู้ต่างๆ ด้วยการรับสัมผัสและการรับรู้ที่นำไปสู่การคิดและการเข้าใจนี้เป็นระบบการทำงานที่มีความซับซ้อน และเป็นกระบวนการภายในทางจิตที่ศึกษาและสรุปเป็นคำอธิบายที่ชัดเจนได้

3. กระบวนการแสดงออก (Spatial Behavior Process) หลังจากที่ผ่านขั้นตอนของการรับรู้และการคิดและเข้าใจ แล้วบุคคลจะมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับรู้นั้นแต่ยังไม่ได้แสดงออกให้ผู้อื่นได้รับรู้ ยังคงเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน (Covert Behavior) แต่เมื่อได้คิดและเลือกที่จะแสดงการตอบสนองให้บุคคลอื่นสังเกตได้เราเรียกว่า พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) ซึ่งพฤติกรรมภายนอกนี้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่มีอยู่ทั้งหมดภายในตัวบุคคลนั้นเมื่อมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง การแสดงออกมาเพียงบางส่วนของที่มีอยู่จริงเช่นนี้ จึงเรียกว่า Spatial Behavior

#### 2.4.3 องค์ประกอบของพฤติกรรม

Bloom (1975, pp.65-197, อ้างถึงใน นพดล บำรุงกิจ, 2544, น.14-15) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมว่า เป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำขึ้นซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่สังเกตเห็นได้หรือไม่ก็ได้ก็ตาม พฤติกรรมดังกล่าวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้ มีขั้นของความสามารถทางด้านความรู้ การให้ความคิดและพัฒนาการทางด้านสติปัญญา

2. พฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective Domain) เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความสนใจ ความรู้สึก ท่าที ความชอบ ในการให้คุณค่าหรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถือ เป็นพฤติกรรมที่ยากต่อการอธิบายเพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล

3. พฤติกรรมด้านปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่ใช้ความสามารถในการแสดงออกของร่างกาย ซึ่งรวมถึงการแสดงออกในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจเป็นสถานการณ์ที่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป พฤติกรรมด้านนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายซึ่งต้องอาศัยการตัดสินใจหลายขั้นตอนถือว่าพฤติกรรมด้านการปฏิบัติเป็นเป้าหมายสุดท้ายที่จะช่วยให้บุคคลตัดสินใจซื้อ

#### 2.4.4 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

ศุภกร เสรีรัตน์ (2544, น.7) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

ธงชัย สันติวงษ์ (2549, น.27) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้า และบริการทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วซึ่งมีส่วนกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว ประเด็นสำคัญคือกระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้วสิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้ หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่า ในขณะที่ใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น เขาก็จะมีกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคมวิทยาต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมสร้างสมขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของเขามาอยู่ก่อนแล้วเสมอตั้งแต่เด็กจนโตจนถึง ณ จุดที่ซื้อดังกล่าว

จากความหมายของ “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำ ดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ” จะเห็นว่าในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น จะไม่เพียงแต่จะศึกษา



เฉพาะว่าผู้บริโภคตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (เวลา เงิน ความพยายาม) เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการอะไร (what) เท่านั้น แต่ยังคงศึกษาครอบคลุมถึงว่าทำไม (why) เขาจึงซื้อ จะซื้อเมื่อไร (when) จะซื้อที่ไหน (where) ซื้ออย่างไร (how) และซื้อบ่อยแค่ไหน (how often) อีกด้วย การศึกษาวิจัยผู้บริโภค จึงมีการกระทำทุกระดับขั้นตอนในกระบวนการบริโภค (consumption process) คือก่อนการซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อ (ดารา ทีปะปาล, 2546)

#### 2.4.5 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นพฤติกรรมที่เริ่มต้นจากครอบครัวในการที่สามารถรับรสชาติ และสัมผัสกับอาหารเป็นครั้งแรก ส่งผลให้บุคคลในแต่ละคนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนี้ถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของปัจจัย 4 ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น จึงมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ดังนี้คือ

องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติที่เคยชินจนเป็นนิสัยในการรับประทานอาหาร ซึ่งครอบคลุมถึงประเภทอาหาร ชนิดของอาหารที่รับประทาน วิธีการรับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหาร และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ รวมทั้งสุนิสัยในการรับประทานด้วย (ขวัญจิต อินเหยี่ยว, 2542, น. 21)

ดราลักษ์ณ์ ฉาวรประสิทธิ์ (2544 อ้างถึงใน พัชราภรณ์ เชียสกุล, 2545, น.5) ได้สรุปความหมายของพฤติกรรมการบริโภคว่า คือ การปฏิบัติเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร ทั้งทางด้านการแสดงออก และด้านความคิด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถ้าได้ปฏิบัติถูกต้องตามหลักโภชนาการ แล้วจะส่งผลให้บุคคลมีภาวะโภชนาการที่ดี ในทางตรงข้ามถ้าบุคคลปฏิบัติไม่ถูกต้อง เช่น เลือกรับประทานอาหารเฉพาะบางชนิดที่รับประทาน และอาหารที่รับประทานที่ไม่มีประโยชน์ หรือการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารที่ไม่ถูกต้องจะส่งผลให้เกิดปัญหาภาวะโภชนาการตามมา

นิตยา เพ็ญศิริรักษา (2548) พฤติกรรมการบริโภค (Food Behavior) เป็นความเชื่อถือ ข้อห้ามข้อบังคับที่ถือปฏิบัติในสังคมจนกลายเป็นบริโภคนิสัยในแ่งมานุษยวิทยาอาจถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรม กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำ หรือปฏิบัติในการเลือกสรรหาอาหารมาบริโภค และการนำอาหารไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย รวมถึงการเลือกชนิดอาหาร การเตรียม การปรุง ตลอดจนการบริโภคอาหาร หรือพฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่สังเกตได้ หรือไม่ได้ก็ตาม ทั้งการพูด ความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจเลือก

กิริยาการแสดงออก และการกระทำในการบริโภคอาหาร จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภค สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายใน และพฤติกรรมภายนอก

1. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม ความตั้งใจ ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายใน ตัวบุคคลที่สังเกตโดยตรงไม่ได้ หากต้องการทราบว่าบุคคลมีการแสดงออกอย่างไร จำเป็นต้องมีเครื่องมือมาช่วย เช่น แบบทดสอบความรู้ แบบวัดความรู้สึก เป็นต้น ซึ่งวิธีวัดอาจให้บุคคลตอบเอง หรือสัมภาษณ์

2. พฤติกรรมภายนอก (Invert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคที่บุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ประเภทอาหารที่รับประทาน ปริมาณอาหารในแต่ละมื้อ บริโภคอาหารวันละกี่มื้อ เป็นต้น การวัดพฤติกรรมในลักษณะนี้สามารถใช้วิธีการสังเกตได้โดยตรง พฤติกรรมการบริโภคใด ๆ ล้วนถูกกำหนดโดยความเอื้ออำนวยของทรัพยากรอาหารใน (Behavior Setting) พฤติกรรมการบริโภคของชุมชนหนึ่งย่อมแตกต่างไปจากอีกชุมชนหนึ่งที่มีสิ่งแวดล้อมต่างกัน แต่แม้จะเกิดในสิ่งแวดล้อมเดียวกันก็มิได้หมายความว่า จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมือนกัน เพราะการบริโภคนั้นต้องผ่านการปรับแต่งจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ของชุมชนนั้นจนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งอาจต่าง หรือเหมือนกัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกปรับแต่งจนได้รับการยอมรับเป็นวัฒนธรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นนั้น ประกอบด้วย ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และประสบการณ์สะสมเป็นเกณฑ์กำกับวัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละสังคม

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารหมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับประทานอาหาร ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกให้เห็น เช่น นิสัยการบริโภค การเลือกบริโภคอาหาร การปรุง หรือการประกอบอาหารความชอบ ความถี่บ่อยในการบริโภคอาหารชนิดต่าง ๆ หรือพฤติกรรมภายใน เช่น ความคิดความรู้สึก ความเชื่อ ตลอดจนทัศนคติที่มีต่ออาหารชนิดต่าง ๆ พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลจะมีส่วนให้บุคคลมีสุขภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคที่ดีก็จะส่งเสริมให้บุคคลมีสุขภาพที่ดีได้



#### 2.4.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร

##### ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมพฤติกรรมในการเลือกซื้อของแต่ละบุคคลซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ และเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ชนชั้นทางสังคม เช่น เศรษฐี นักธุรกิจ ผู้บริหาร พนักงานบริษัท กรรมกร เป็นต้น บุคคลที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อที่เหมือนกัน
2. สิ่งพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล เช่น ค่านิยม การรับรู้ ความชอบ พฤติกรรม เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น การศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันนั้น ก็จะทำให้ความนิยมและพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย คุณควรศึกษาว่าสิ่งที่แตกต่างกันี่ว่ามีผลกระทบต่อสินค้าและบริการของคุณมากน้อยเพียงใด

##### ด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มตัวแทนที่มีอิทธิพลต่อความคิดของสังคมใดสังคมหนึ่ง เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท ฯลฯ แต่กลุ่มเหล่านี้จะมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคมและช่วงอายุ
2. ครอบครัว คือ กลุ่มจะมีผลต่ออิทธิพลทางความคิดของผู้บริโภคมากที่สุดเพราะผู้บริโภคจะรับฟังความคิดเห็นของคนในครอบครัวเพื่อการตัดสินใจก่อนเสมอ
3. บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ คือ สถานะภาพทางสังคมที่ผู้บริโภครายอยู่บางบทบาทและสถานะภาพอาจเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา อาชีพและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

##### ด้านส่วนบุคคล

การตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น

1. อายุและระยะเวลาของช่วงชีวิต พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นหากอยู่ในช่วงอายุเดียวกันก็จะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่เหมือนหรือคล้ายกัน ซึ่งช่วงอายุที่แตกต่างกันก็จะมี ความชอบหรือความต้องการแตกต่างกันไป

2. อาชีพ ลักษณะอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกันลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันก็ จะทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกัน

3. รูปแบบการใช้ชีวิต เช่น ชอบการผจญภัย ชอบใช้ชีวิตอิสระ รักการท่องเที่ยว ฯลฯ เหล่านี้เป็นสิ่งที่บ่งบอกพฤติกรรมผู้บริโภคได้

4. ฐานะทางเศรษฐกิจ รายรับ รายจ่าย มีกระทบผลและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่ง หากผู้บริโภคมีรายจ่ายมากกว่ารายรับก็จะทำให้ผู้ซื้อมีการตัดสินใจที่เข้มงวดมากขึ้น

#### ด้านจิตวิทยา

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย

1. การตั้งใจ พฤติกรรมการเลือกซื้อจะอยู่ที่การสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นคุณ จะต้องพิจารณาว่าสินค้าของคุณสามารถสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใดและสิ่งใดคือ แรงจูงใจ เช่น ราคา รูปแบบ สี สัน คุณลักษณะ ฯลฯ

2. การรับรู้ พฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภคเองซึ่งแต่ละคนการรับรู้ ย่อมไม่เท่าเทียมกัน

3. การเรียนรู้ พฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละบุคคลคนในการบริโภคสินค้านั้น ย่อมจะต้องมี การเรียนรู้ก่อนเพื่อการใช้ประโยชน์จากสินค้า ซึ่งผู้บริโภคที่ใช้สินค้าเดียวกันอาจจะเรียนรู้การใช้ ประโยชน์คนละด้าน

4. ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคล ผู้บริโภคมักใช้ความเชื่อและทัศนคติส่วนตัวในการ ตัดสินใจซื้อเสมอ

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือ วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและ พฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ผู้บริโภคจะทำให้คุณ สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการ ค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในสังคมได้ ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

การตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น ด้าน อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเหล่านี้ อาจจะมีส่วนต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การ

ประเมินผล หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภครู้สึกว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี โดยพิจารณาจาก ช่วงเวลาในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภค ประเภทของอาหาร จะทำให้สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อหรือบริโภคอาหารริมบาทวิถีได้ถูกต้อง

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอาหารและประเภทอาหารริมบาทวิถี

ตามความหมายในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้ให้คำนิยามของ

คำว่า “อาหาร” หมายถึง “วัตถุทุกชนิดที่คนกินดื่ม แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณีและวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมทั้งวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส”

ดังนั้นจะเห็นคำว่า “อาหาร” คำเดียวมีความหมายรวมถึงอาหาร เครื่องดื่ม ส่วนผสม และเครื่องปรุงอาหารชนิดต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวกับการบริการ บ่อยครั้งที่มีการเรียก “อาหารและเครื่องดื่ม” ควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการเรียกตามชื่อการบริการในโรงแรม ซึ่งเป็นที่มาของการพัฒนารูทกิจอาหารและเครื่องดื่มในปัจจุบัน

อาหาร หมายความว่า ของกินหรือเครื่องสำอางชีวิต ซึ่งได้แก่

1. วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดหรือในรูปลักษณะใดแต่ไม่รวมถึงยาหรือวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมาย

2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุเจือปนอาหารสี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส การแบ่งประเภทของอาหารตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2522 โดยคำนึงถึงคุณภาพหรือมาตรฐานเป็นเกณฑ์ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. อาหารควบคุมเฉพาะ หมายถึง อาหารที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน ผู้ที่ได้รับอนุญาตผลิตหรือนำเข้าซึ่งอาหารเพื่อจำหน่าย ในกรณีที่อาหารนั้นเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ จะต้องนำอาหารมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารเสียก่อน เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหารแล้วจึงจะผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้ ปัจจุบันอาหารควบคุมเฉพาะมีอยู่ 37 ชนิด ส่วนใหญ่เป็นอาหารชนิดที่มีคามนิยมบริโภคกันแพร่หลาย ทั้งที่เป็นอาหารและวัตถุเจือปนในอาหาร



2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน หมายถึง อาหารที่มีใช้เป็นอาหารควบคุม เฉพาะ ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน รวมทั้งอาจจะกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่ายนำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่ายด้วยก็ได้ มีอยู่ 7 ชนิด

3. อาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย หมายถึง อาหารที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้าหรือจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

3.1 วัตถุห้ามใช้ในอาหาร ซึ่งกำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข 4 ฉบับ (ฉบับที่ 4 พ.ศ.2522, ฉบับที่ 93 พ.ศ. 2528, ฉบับที่ 106 พ.ศ. 2530, ฉบับที่ 123 พ.ศ. 2532) รวม 11 ชนิด

3.2 อาหารที่ห้ามผลิต นำเข้าหรือจำหน่าย ตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 112 พ.ศ. 2531 และฉบับที่ 126 พ.ศ. 2532 รวม 5 ชนิด

4. อาหารทั่วไป หมายถึง อาหารที่มีใช้อาหารควบคุมเฉพาะ อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน และอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่ายแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 อาหารที่ต้องมีฉลาก หมายถึง อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากแสดงที่ภาชนะบรรจุ นอกเหนือจากอาหารควบคุมเฉพาะ และอาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน ซึ่งบังคับการแสดงผลตามข้อกำหนดอยู่แล้ว อาหารที่ต้องมีฉลากแบ่งออกเป็น 2 ประเภท อาหารกำหนดให้มีฉลากตามข้อกำหนดซึ่งต้องขออนุญาต ก่อนผลิต นำเข้า อาหารที่กำหนดให้มีฉลากตามข้อกำหนด ซึ่งยกเว้นไม่ต้องขออนุญาต

4.2 อาหารอื่นๆ หมายถึง อาหารทั่วไปที่มีได้ประกาศกระทรวงสาธารณสุข กำหนดเกี่ยวกับการแสดงผลฉลาก

อาหาร หมายถึง อาหารประเภทต่าง ๆ สารปรุงแต่งอาหาร น้ำ เครื่องดื่ม และน้ำแข็ง นม และผลิตภัณฑ์จากนม (กองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2541, น.12)

#### 2.5.1 ความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

กองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2541, น.15) ได้ให้ความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับอาหารไว้ ดังนี้



“บริโกล” หมายความว่า กิน เสพ ใช้สิ้นเปลือง ใช้สอย หรือใช้ประโยชน์จากสิ่งของ หรือบริการต่างๆ ตัวอย่างเช่น กินอาหาร กินยา ใช้เครื่องสำอาง เข้าตรวจรักษาในสถานพยาบาล เข้าโรงแรม โดยสารรถแท็กซี่รับจ้าง เป็นต้น

“ผู้บริโกล” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอ หรือการชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย ตัวอย่างเช่น อาหาร เสื้อผ้า ยา บ้าน รถยนต์ เป็นต้น

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สิน หรือกิจการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นๆ แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมาย ตัวอย่าง เช่น การตรวจรักษาโรคในโรงพยาบาล (บริการทางการแพทย์) แท็กซี่รับจ้าง (บริการทางการขนส่ง) เข้าห้องพักในโรงแรม (บริการที่พัก) ส่งพัสดุไปรษณีย์ (บริการทางการสื่อสาร) เป็นต้น

“ผู้ผลิต” หมายถึงผู้ทำ ผสม ประจุ ประกอบ ประดิษฐ์ แปรสภาพสินค้า รวมถึงผู้ทำการเปลี่ยนแปลง ดัดแปลง คัดเลือก หรือแบ่งบรรจุสินค้า ตัวอย่างเช่น โรงงานผลิตยา โรงงานผลิตอาหาร กระป๋อง โรงงานผลิตเสื้อผ้า เป็นต้น

“ผู้ให้บริการ” หมายถึง ผู้ก่อให้เกิดบริการ ผู้รับจ้างจัดทำกรงาน ผู้ให้สิทธิใด ๆ หรือให้ใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆแก่ผู้บริโกลในการใช้ประโยชน์ในบริการนั้นๆ ตัวอย่างเช่น เจ้าของรถแท็กซี่ เจ้าของโรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

“ผู้นำส่งเข้า” หมายถึง ผู้ที่นำหรือส่งซื้อสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศเข้ามาขายให้แก่ผู้บริโกลภายในประเทศ

“ผู้ส่งออก” หมายถึง ผู้ที่ส่งสินค้าที่ผลิตภายในประเทศไปขายยังต่างประเทศ

“ผู้ขาย” หรือ “ผู้จำหน่าย” หมายถึง ผู้นำสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้นำส่งเข้า ไปสู่ผู้บริโกล ผู้ขายอาจมีหลายระดับ ได้แก่ ผู้ผลิตเอง เอเยนต์สินค้า ยี่ปั้ว ซาปั้ว ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก เช่น ร้านค้าส่ง ซูเปอร์มาร์เก็ต สหกรณ์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าย่อย ร้านขายของชำในหมู่บ้าน รถเร่ พ่อค้าเร่ เป็นต้น

“โฆษณา” หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีการใดๆให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า

### 2.5.2 ความหมายของอาหารริมบาทวิถี

ณรงค์ นิยมวิทย์ (2534) ได้ให้ความหมายของอาหารริมบาทวิถีไว้ว่า

อาหารบาทวิถี หมายถึง อาหารข้างถนน เป็นอาหารที่จัดจำหน่ายโดยหาบเร่ แผงลอย หรือรถเข็น เมื่อเอ่ยถึงอาหารชนิดนี้ทุกคนจะทราบดี เนื่องจากได้ฟังพาอาศัยไม่มากก็น้อย แต่ก็มีคนอีกส่วนหนึ่งตั้งข้อรังเกียจ โดยอ้างว่าเกิดขวางทางจราจร การเดินทาง และเป็นแหล่งกระจายโรค ความจริงแล้วอาหารข้างทางถนนมีความจำเป็นมากสำหรับชีวิตคนในเมือง เป็นแหล่งอาหาร เป็นแหล่งใช้แรงงาน และเป็นแหล่งรายได้ของคนยากจน ความสำคัญนี้จะอยู่ตลอดไปตราบเท่าที่มีการย้ายถิ่นของประชากร จากชนบทเข้ามาอยู่เมือง

จूरिพร จิตจำรูญ โขกษัย (2537) ได้ให้ความหมายของอาหารริมบาทวิถีในลักษณะใกล้เคียงกันว่าอาหารริมบาทวิถี เป็นอาหารที่บริโภคได้ทันที มักมีเครื่องดื่มนำมาด้วยบางครั้ง มีการปรุงอาหารนั้นบริเวณริมถนนสายใหญ่ๆข้างๆสวนสาธารณะตามสถานีรถไฟ หรือขนส่ง ผู้ซื้อจะเข้าไปสั่งรายการตามที่ต้องการ ซึ่งพ่อค้า แม่ค้า จะจัดเตรียมปรุงอาหารนั้นๆให้ทันที โดยผู้ซื้อจะบริโภคที่ร้านหรือนำกลับบ้านก็ได้ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายในการซื้ออาหารแต่ละครั้ง จะต่ำกว่าการจะเข้าไปกินอาหารในภัตตาคาร หรือร้านอาหารใหญ่ๆ

ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต (2537) และวิชัย หลุทัยธนาสันต์ (2537) ได้กล่าวถึงความหมายของอาหารริมบาทวิถี ไว้ สอดคล้องกันว่า อาหารหาบเร่แผงลอยบาทวิถี เป็นอาหารปรุงสำเร็จที่วางขายริมถนนและสถานที่สาธารณะต่างๆให้กับประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะอยู่ในเขตเมืองผู้ค้าหาบเร่แผงลอยบาทวิถีนั้น กิจการประเภทนี้มีการลงทุนน้อยแต่กำไรดี ในสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาด้านโรคติดต่อ ไม่มีเวลาที่จะประกอบอาหารสำหรับรับประทานเองจึงเป็นที่นิยมสำหรับประชาชนโดยทั่วไป เนื่องจากสะดวกและมีอาหารหลากหลายให้เลือก

ทรศนะของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่า อาหารริมบาทวิถี หมายถึง อาหารหรือเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายโดยหาบเร่ แผงลอย หรือรถเข็น ตามริมถนนและสถานที่สาธารณะต่างๆ ประเภทของร้านจะมีทั้งที่จำหน่ายเป็นอาหารสำเร็จรูปและอาหารตามสั่ง โดยผู้ซื้อจะบริโภคที่ร้านหรือนำกลับไปบริโภคที่บ้านก็ได้

### 2.5.3 ประเภทของอาหารริมบาทวิถี

สุนันท์ธนา แสนประเสริฐ (2536) และศรีปราชญ์ บุญนำมา (2536) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของอาหารริมบาทวิถี สรุปได้ว่า อาหารริมบาทวิถีแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. ประเภทอาหารคาว เช่น ข้าวราดแกงหรือพอกกับข้าวตุ๋น ส้มตำและอาหารอีสาน ก๋วยเตี๋ยว อาหารตามสั่ง อาหารจานเดียว อาหารพริกปิ้ง ย่าง ทอด ต่างๆ เป็นต้น

2. ประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมชนิดต่างๆ รวมถึงผลไม้เครื่องดื่ม ไอศกรีม เป็นต้น สุภาวดี รอดศิริ (2538) ได้แบ่งประเภทของอาหารริมบาทวิถีตามช่วงเวลาที่มีบริโภคสรุปได้ดังนี้

1. อาหารเช้า เช่น โจ๊ก ข้าวราดแกง ปาท่องโก๋กับกาแฟ ดมเครื่องในหมู ข้าวต้มทรงเครื่อง ขนมปัง ไข่ดาว กาแฟ ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีบ ซาลาเปา เป็นต้น

2. อาหารกลางวัน เช่น ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราดแกง เกี้ยว บะหมี่ ข้าวเหนียว ส้มตำ ไข่ย่าง ขนมจีน ข้าวขาหมู ข้าวหมูแดง สลัด สุกียากี้ อาหารตามสั่ง เป็นต้น

3. อาหารเย็น เช่น กบข้าวบรรจุถุง ก๋วยเตี๋ยวนชนิดต่างๆ ข้าวราดแกง สลัด เกี้ยว บะหมี่ ข้าวผัดประเภทต่างๆ ข้าวต้มเครื่อง อาหารตามสั่ง สุกียากี้ ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง เป็นต้น รวมถึงอาหารจานด่วนเป็นอาหารส่วนหนึ่งที่ทำให้อิ่มง่าย รวดเร็วและประหยัดเวลา

#### 2.5.4 ความหมายของอาหารจานด่วน

อาหารจานด่วนเป็นอีกประเภทหนึ่งของอาหารริมบาทวิถีที่ได้รับความนิยม และมักจะอยู่ริมฟุตบาทถนนเกือบทุกที่ ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “อาหารจานด่วน” ไว้หลายท่านดังนี้

ผ่องพันธ์ เกษเกษมสุข (2527, น.55) ให้ความหมายของคำว่า อาหารจานด่วน หมายถึงอาหารที่ทำเสร็จในเวลารวดเร็วและสามารถรับประทานได้ทันทีโดยที่อาหารนั้นจะต้องอยู่ในลักษณะที่สดและใหม่เสมอ

สมศรี สุกุมลนันท์ (2528, น.105) ให้ความหมาย อาหารจานด่วน หมายถึง อาหารทันที เช่น แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด แซนดวิช ไข่รอก เป็นต้น

นภดล เวชสวัสดิ์ (2529: 22-23; อ้างถึงใน Brown, 1986) ให้ความหมายว่า Fast food คือ อาหารด่วนทันที หมายถึง อาหารที่คนซื้อสั่งแล้วได้รับประทานทันที ไม่ต้องเสียเวลารอเพราะคนขายทำเสร็จล่วงหน้า สะดวกรวดเร็วทันใจ และมีผู้เรียกอาหารด่วนทันทีเหล่านี้ว่า อาหารขยะ (Junk Food) เพราะมีความเชื่อว่าอาหารด่วนทันทีเหล่านี้มีไขมันมากเกินไปทำให้เกิดมะเร็ง

หมอพัตร (นามแฝง, 2534, น.72) ให้ความหมายไว้ว่า ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารด่วนได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด แซนดวิช เป็นต้น เป็นอาหารด่วนที่ทางร้านเตรียมพร้อมไว้เรียบร้อยแล้ว เมื่อสั่งอาหารจะได้ทันที



Stuart (1991, p.8) ให้ความหมาย ฟาสต์ฟู้ด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังนี้

1. ราคาถูก
2. บริการอย่างรวดเร็วภายใน 2-5 นาที และ 30 นาที สำหรับการส่งถึงบ้าน
3. เหมาะสำหรับใช้มือหยิบรับประทาน และการห่อบรรจุใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งหรือประยุกต์ใช้มีดและส้อมที่ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง
4. อาหารที่สำเร็จแล้วสามารถเก็บได้เป็นนาทีหรือชั่วโมงเท่านั้น ต่างจากอาหารว่างซึ่งสามารถอยู่ได้นานกว่า

นภดล เวชสวัสดิ์ (2529, น. 23) ได้ให้ความหมายว่า อาหารด่วน ทันใจ

หมอพัตร (นามแฝง, 2534, น.72) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นอาหารด่วนที่ ทางร้านเตรียมพร้อมไว้เรียบร้อยแล้ว เมื่อสั่งอาหารจะได้ทันที

อาหารจานด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด เป็นคำจำกัดความของอาหารที่สามารถ เตรียมและปรุงได้อย่างรวดเร็วมาก ขณะที่อาหารมี้อใด ๆ ก็ตามที่ใช้เวลาในการเตรียมและปรุงสัั้น ก็อาจจัดว่าเป็นอาหารจานด่วน แต่ความจริงแล้วมักหมายความว่า เฉพาะอาหารที่ขายใน ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบคุณภาพต่ำ และให้บริการแก่ลูกค้าในรูปแบบที่หีบห่อที่สามารถนำออกไป รับประทานข้างนอก (<http://th.wikipedia.org>, วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2551 พฤศจิกายน 8)

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าอาหารจานด่วน หมายถึง อาหารที่เตรียมหรือปรุงไว้สำเร็จรูปแล้ว สามารถรับประทานได้ทันทีหรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงไม่กี่นาที สามารถที่จะนั่งรับประทานในร้านหรือนำออกไปรับประทานนอกร้าน

ทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่า อาหารริมบาทวิถีแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. ประเภทอาหารคาว เช่น ข้าวราดแกงหรือพวกก๊วยเตี๋ยว ส้มตำและอาหารอีสาน ก๊วยเตี๋ย อาหารตามสั่ง อาหารจานเดียว อาหารพวกปิ้งย่าง ทอด ต่างๆ เป็นต้น
2. ประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมชนิดต่างๆ รวมถึงผลไม้ เครื่องดื่ม ไอศกรีม เป็นต้น (สุนันท์ธนา แสนประเสริฐ และศรีปราชญ์ บุญนำมา, 2536)

นักวิชาการท่านอื่น กล่าวว่า อาหารริมบาทวิถี จำแนกออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ อาหารจานหลัก (Meal constituents) เช่น ก๊วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ อาหารเบาๆ (Light meals) เช่น ก๊วยเตี๋ย ข้าวแกง ข้าวต้ม ขนมจีน อาหารว่าง (Snacks) เช่น ขนมจีบ ทอดมัน ลูกชิ้นทอด ของหวาน (Desserts) เช่น สังขยา ก๊วยเต๋อทอด ผลไม้สด ไอศกรีม เครื่องดื่ม (Drinks) เช่น น้ำผลไม้ เครื่องดื่ม



สำเร็จรูปต่างๆ ขนมอบ (Bakery) เช่น ขนมปังและขนมเค้ก และอาหารอีสาน (Isan Foods) เช่น ส้มตำ ข้าวเหนียว (นภัส ศิริสัมพันธ์และคริสทีนา แชนตัน, 1986 อ้างถึงใน นิรมล นิราทร, 2548) โดยขึ้นอยู่กับ

#### 2.5.5 ลักษณะของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถี

ลักษณะของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีนั้น มีความสำคัญต่อความคิดเห็นซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่อการบริโภค เช่น อายุ เพศ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ถิ่นฐานภูมิลำเนา ดังนี้ (สุภาวดี รอดศิริ, 2538, น.20)

1. อายุ ความต้องการอาหารของคนเราขึ้นอยู่กับความเปลี่ยนแปลงของร่างกายตั้งแต่เกิดเป็นทารกจนถึงวัยชรา ระยะเวลาที่ร่างกายเปลี่ยนแปลงเป็นสาเหตุที่คนเรามีความต้องการอาหารต่างกัน (วลัยทิพย์ สาขลวิจารณ์, 2527, น.227) ซึ่งสภาพดังกล่าวมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารริมบาทวิถีจะเห็นได้ว่ากลุ่มที่บริโภคคือกลุ่มวัยทำงาน ส่วนวัยรุ่นนั้นจะบริโภคอาหารไปอีกรูปแบบหนึ่ง เช่น อาหารประเภทจานด่วน (Fast Food) (สมศรี สุขุมลนันทน์, 2530, น.98-106)

2. เพศ ผู้ชายต้องการพลังงานจากอาหารและสารอาหารต่างๆ สูงกว่าเพศหญิง แต่ลักษณะการบริโภคอาหารของเพศหญิงมีการบริโภคจุกจิกกว่าเพศชาย (เนตรนภิส วัฒนสุชาติ, 2537, น.220)

3. สถานภาพ สถานภาพนั้นแบ่งออกตามลักษณะที่เกี่ยวข้องคือสมรสและเป็นโสด จากการสำรวจ (ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต และ วิชัย หฤทัยธนาสินดี, 2537, น.120) พบว่า บุคคลที่อยู่ในกลุ่มโสดจะนิยมบริโภคอาหารริมบาทวิถีมากกว่าบุคคลที่สมรสแล้ว จะเห็นได้ว่าคนโสดนั้นไม่นิยมประกอบอาหารบริโภคเอง เพราะเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการประกอบอาหารแพงกว่าการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาหารข้างถนนไม่จำเป็นต้องเป็นอาหารของผู้ที่มีรายได้น้อยเสมอไป ประชาชนทุกชั้นและทุกอาชีพต่างก็พอใจกับอาหารข้างถนน เนื่องจากมีอาหารหลากหลาย และมีราคาถูก มีทั้งอาหารหลัก อาหารระหว่างมือ อาหารรับประทานเล่น และเครื่องดื่ม นักเรียนและเด็กๆ มักชอบจับกลุ่ม และรับประทานอาหารข้างถนน เพราะเป็นที่เดียวที่มีเงินพอจะจ่ายให้ได้ (ณรงค์ นิยมวิทย์, 2534, น.13) ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับรายจ่ายในการซื้ออาหาร จะพบว่า บุคคลที่มีรายได้มาก ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารจะเป็นสัดส่วนน้อย คือ จะไม่มากจะขึ้นตามอัตราส่วน หรือเป็นสัดส่วนกับรายได้ แม้จะมีรายได้มาก (วิไลลักษณ์ แสงคุณ, 2533, น.1-3)

### 2.5.6 ปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหาร

ตัวอย่าง ตารางจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**ตารางที่ 2.1** แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหาร

ปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหาร	จำนวนผู้ตอบ	ค่าร้อยละ
ความสะอาดของอาหาร	75	35.71
รสชาติของอาหาร	56	26.67
ราคาของอาหาร	39	18.57
ความสะดวกในการเดินทาง	24	11.43
อรรถยาศัยของผู้ขาย	16	7.62
รวม	210	100.00

ที่มา: ดวงรัตน์ วงศ์สว่างศิริ (2543)

ตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารคือ ความสะอาดของอาหาร มีจำนวน 75 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมา คือรสชาติของอาหาร มีจำนวน 56 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 26.67 และปัจจัยอรรถยาศัยของผู้ขายมีจำนวนน้อยที่สุดคือจำนวน 16 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.62 (ดวงรัตน์ วงศ์สว่างศิริ, 2543, น.80)

การศึกษาในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีนั้นผู้วิจัยต้องการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้านตามวัตถุประสงค์

ด้านคุณค่าของอาหาร มีความแตกต่างกันออกไปแล้วแต่ชนิดของอาหาร ซึ่งในอาหารริมบาทวิถีนั้นบางชนิดอาจมีคุณค่าทางอาหารมาก บางชนิดอาจให้คุณค่าทางอาหารปริมาณน้อย (สรรเสริญ ทรัพย์โดยก, 2531, น.3) ได้กล่าวว่าสภาวะที่ผิดปกติใดๆของร่างกายที่มีสาเหตุมาจากอาหาร เรียกว่า ทูพโภชนาการ ( Malnutrition ) ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของโลกที่ส่งผลให้มนุษย์เราต้องเสื่อมสมรรถภาพในการทำงาน มีคุณภาพชีวิตที่ด้อยลง ก่อให้เกิดภาวะเศรษฐกิจของตนเองของครอบครัวและสังคมโดยส่วนรวม ฉะนั้นอาหารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิต

นอกจากนี้แล้ว ร่างกายยังต้องการอาหารแต่ละประเภทแตกต่างกันตามสภาวะความเป็นอยู่ของร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของ (รุจิรา สัมมะสุต, 2536, น.5) ซึ่งได้กล่าวได้รับครบไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงต้องบริโภคอาหารให้ครบและให้ได้ปริมาณ จึงจะถือว่าบริโภคอาหารให้ได้คุณค่าว่าการที่ร่างกายจะได้รับอาหารครบถ้วนจาก 5 หมู่ นั้น จำเป็นต้องรับประทานอาหารให้ได้ปริมาณเพียงพอ การรับประทานอาหารครั้งละนิดหน่อยร่างกายเกี่ยวข้องของการประกอบอาหาร

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารริมบาทวิถี

1. บุคคลเป็นผู้สัมผัสกับอาหารริมบาทวิถี ดังนั้นต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ เช่น วัณโรค กลากเกลื้อน โรคผิวหนัง เพราะผู้ขายอาหารจะมีการสัมผัสอาหารโดยตรง ปฏิบัติตนถูกสุขลักษณะ (ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาติ, 2537, น.35)

2. ภาชนะอุปกรณ์สัมผัสอาหารริมบาทวิถี คือครบบริบูรณ์ด้านความปลอดภัย ความปลอดภัยในความสะดวกของอาหารริมบาทวิถีที่ถูกสุขลักษณะ คือการไม่มีสารพิษ วัตถุเจือปนอาหาร สารปนเปื้อน สารปนปลอม ตั้งแต่ขณะปรุงอาหารจนถึงผู้บริโภคซึ่งควรถูกหลักสุขาภิบาลอาหารทุกขั้นตอนที่สัมผัสกับอาหาร เช่น ใช้บรรจุอาหารหรือใส่อาหารและใช้ประกอบอาหารภาชนะเหล่านี้ต้องสะอาด มีวิธีการล้างที่ถูกต้อง และการจัดเก็บที่ดี

3. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านสุขาภิบาลในสถานที่ประกอบการ ซึ่งได้แก่ ความสะอาดทั่วไปของสถานที่ น้ำใช้และน้ำทิ้ง การจัดเก็บและการกำจัดขยะมูลฝอย (ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาติ, 2537, น.35)

4. แมลงและสัตว์ ซึ่งได้แก่ แมลง หนูและสัตว์เลื้อย แมลงเหล่านี้ชอบได้ตอมอาหาร ทำให้สิ่งสกปรกสู่อาหาร ซึ่งต้องทำการกำจัดและดูแลไม่ให้มีเศษอาหาร เพื่อเป็นอาหารของสัตว์เหล่านี้ (ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาติ, 2537, น.36)

5. การเก็บและการดูแลรักษาอาหารนั้น คือ สถานที่เก็บอาหารต้องสะอาดสามารถป้องกันฝุ่นละอองและแมลงได้ (วรนนท์ สุขพิพัฒน์, 2536, น.11-13)

ด้านราคา คือ การที่ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในการเลือกซื้ออาหารที่ดีและได้ราคาถูก นั้นคือผู้บริโภคจะใช้จ่ายเงินน้อยลงได้ของที่ดี มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา ทั้งนี้ยังประหยัดในด้านเวลา ซึ่งมีความสำคัญเพราะในปัจจุบันแม่บ้านจะมีเวลาน้อยลง โดยมีความต้องการซื้ออาหารริมบาทวิถีปรุงสำเร็จที่สามารถบริโภคได้ทันที มีผู้เตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อม และไม่ต้องการรับผิดชอบ ทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์ใดๆทั้งสิ้น (บพิตร เกาฏีระ, 2532, น.5)



ด้านคุณภาพ เป็นสัญลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายและผู้ประกอบอาหารไม่ดี จำเป็นต้องกวดขันและมีการอบรมบุคคลเหล่านี้ และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เพื่อเพิ่มมาตรฐานของอาหารริมบาทวิถีในภาวะปัจจุบัน ผู้บริโภคสมควรที่จะพิจารณาเลือกซื้อเฉพาะอาหารที่สุกใหม่ ๆ อาหารที่เตรียมและผลิตไว้ก่อนส่วนใหญ่ไม่ปลอดภัยทั้งสิ้น (มาลัย บุญรัตน์กรกิจและคณะ, 2535, น.367)

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ คือ การตกแต่งอาหารนำมาจัดวางให้มีรูปลักษณ์สวยงามน่ารับประทานด้วยวัตถุดิบและวัสดุที่มีสี สันและรสชาติที่จะนำมาประกอบอาหาร ทำให้เกิดความแปลกใหม่ก่อนนำไปปรุงหรือปรุงสำเร็จ นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงภาชนะต่างๆที่ใช้ (ปฤณัต นัจนฤตย์, 2553, น.65)

#### 2.5.7 ผลกระทบจากการค้าอาหารริมบาทวิถี

นักวิชาการหลายคนได้กล่าวถึงผลกระทบของการค้าอาหารริมบาทวิถี ซึ่งพอประมวลได้ดังนี้

##### 2.5.7.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

จूरีพร จิตจำรณู โชคชัย (2537) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการค้าอาหารริม-บาทวิถี สรุปได้ว่า การลงทุนในการการขายอาหารริมบาทวิถีใช้ทุนค่อนข้างต่ำ ผลกำไรที่ได้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและรสชาติของอาหาร รายได้ของร้านอาหารริมบาทวิถีจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการเลี้ยงชีพ และเงินที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจในสังคมนั้นเลี้ยงคนได้ นอกจากนี้การขายอาหารริมบาทวิดียังช่วยกระจายรายได้และกระจายงานให้เพิ่มมากขึ้น (สุนันท์ ธนา แสนประเสริฐ และศรีปราชญ์ บุญนำมา) ได้กล่าวถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สรุปได้ว่าเป็นกิจการที่กำลังขยายตัวในเขตเมือง เป็นกิจการค้าเล็กๆ ซึ่งประกอบด้วยคนขายคนเดียว หรือเป็นธุรกิจระดับครอบครัวซึ่งไม่ต้องการความชำนาญ หรือต้นทุนสูง และมีความจำเป็นสำหรับเขตเมืองที่จะจัดหาบริการ และผลิตอาหารราคาถูกให้กับแรงงานในเขตเมืองยังชีพอยู่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่สุภาวดี รอดศิริ (2538) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการขายอาหารริมบาทวิถี สรุปได้ว่าอาหารริมบาทวิถีเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ๆ มีบทบาทสำคัญในระบบการผลิตอาหาร ทำให้มีการค้าอาหารเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินน้อยลงกับอาหารที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา แต่ต้องคำนึงถึงความสะอาดด้วย เป็นการประหยัดในด้านเวลา และด้านแรงงาน

### 2.5.7.2 ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม

จูรีพร จิตจำรูญ โชคชัย ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีขีดจำกัดในเรื่องของเวลาและรายได้ การเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีจึงคิดว่าที่จะเข้าครัวเอง ซึ่งคุ้มค่าในแง่ของเวลา แรงงาน ค่าใช้จ่าย วัตถุดิบ เชื้อเพลิง และอุปกรณ์เครื่องครัว นอกจากนี้ อาหารริมบาทวิถียังสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ บพิตร เกาฏีระ (2532) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม สรุปได้ว่า ปัจจุบันแม่บ้านจะมีเวลาน้อยลง โดยมีความต้องการซื้ออาหารริมบาทวิถีปรุงสำเร็จที่สามารถบริโภคได้ทันที เนื่องจากมีผู้เตรียมวัตถุดิบให้พร้อมและไม่ต้องรับผิดชอบทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์ใดๆ ทั้งสิ้น ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต และวิชัย หฤทัยชนาสนันต์ ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสังคมวัฒนธรรม สรุปได้ว่าบุคคลที่อยู่ในกลุ่มโสดจะนิยมบริโภคอาหารริมบาทวิถีมากกว่าบุคคลที่สมรสแล้ว คิดค่าเฉลี่ย คือ ร้อยละ 63.03 จะเห็นได้ว่าคนโสดนั้นไม่นิยมประกอบอาหารบริโภคเอง เพราะเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการประกอบอาหารจะแพงกว่าบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในขณะที่ สุภาวดี รอดศิริ ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสังคมวัฒนธรรม สรุปได้ว่า ครอบครัวขนาดเล็ก (สามี ภรรยา และบุตร 1 คน) จะมีการบริโภคอาหารริมบาทวิถีมากกว่าครอบครัวขนาดใหญ่ (สามี ภรรยา บุตรมากกว่า 1 คน และอาจมีคนอื่นอาศัยอยู่ด้วย) ซึ่งครอบครัวขนาดเล็กคิดในแง่ของการบริโภคจะประหยัดและอาหารที่ซื้อจะมีจำนวนพอเพียงกับสมาชิกในครอบครัว แต่ถ้าเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ก็อาจซื้ออาหารริมบาทวิถีและประกอบอาหารเสริมบางอย่าง เพื่อให้พอเพียงกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวรับประทาน

### 2.5.7.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ณรงค์ นิยมวิทย์ (2534) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สรุปได้ว่า การค้าอาหารริมบาทวิถีทำให้เกิดการกีดขวางทางจราจร ทางเดินเท้า และทำให้ทัศนียภาพของแหล่งขายเสียไป นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งแพร่กระจายเชื้อโรค และทรงศักดิ์ ศรีอนุชาตและวิชัย หฤทัยชนาสนันต์ (2537) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สรุปได้ว่า อาหารริมบาทวิถี อาจไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ถ้าผู้ขายขาดความรู้ความเข้าใจในการเตรียมและจำหน่ายอาหาร เนื่องจากจุลินทรีย์ที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารริมบาทวิถีนั้นมีทั้ง ไวรัส แบคทีเรีย ยีสต์และรา ซึ่งทำให้เกิดโรคหรือไม่เกิดโรคได้ และผู้ขายจะต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ นอกจากนี้ สุภาวดี รอดศิริ (2538) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สรุปได้ว่า ความสะอาดของบริเวณที่ขายอาหารริมบาทวิถีไม่ปลอดภัยเนื่องจากต้องผจญกับฝุ่นละออง ควันพิช จากท่อไอเสียของรถยนต์ ทำให้ความ



ปลอดภัยในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีมีน้อยมาก ดังนั้นจึงควรมีการใช้อุปกรณ์ตัดและหีบอาหาร และมีสิ่งปกปิดป้องกันฝุ่นละอองและแมลง

ทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่า ผลกระทบที่เกิดจากการค้าอาหารริมบาทวิถี มีดังนี้

1. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การค้าอาหารริมบาทวิถีเป็นการบริการราคาถูกช่วยให้ผู้บริโภคนำเงินน้อยลงในการบริโภคอาหาร ทำให้แรงงานในเขตเมืองสามารถยังชีพอยู่ได้ ช่วยกระจายรายได้และกระจายแรงงานให้เพิ่มมากขึ้น ช่วยให้มีเงินทุนหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ทำให้สังคมสามารถเลี้ยงตนเองได้

2. ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ผู้ที่อยู่ในสังคมเมือง ที่มีขีดจำกัดในเรื่องของเวลาหันมาบริโภคอาหาร ประเภทนี้กันมากขึ้น ซึ่งมีความสะดวก ราคาประหยัด คุ่มค่าในแง่ของเวลาและแรงงาน โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มโสดหรือกลุ่มครอบครัวขนาดเล็ก

3. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อาหารริมบาทวิถีต้องผจญกับฝุ่นละออง ควันพิษ จากท่อไอเสียรถยนต์ ทำให้ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีลดน้อยลง รวมทั้งเป็นการกีดขวางทางจราจร ทางเดินเท้า และยังเป็นแหล่งแพร่กระจายโรค จากแนวความคิดและความสำคัญของอาหารริมบาทวิถีที่ได้นำเสนอในข้างต้น กล่าวได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะนำเนื้อหาและให้ความสำคัญในเรื่องอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากเป็นอาหารที่หารับประทานง่าย สะดวก อีกทั้งมีความหลากหลายให้เลือกและมีการขายหลายรูปแบบแตกต่างกันไป ทำให้ผู้คนที่มีความน้อยในการประกอบอาหารทานที่บ้านหันมาบริโภคอาหารริมบาทวิถีกันเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าจะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมก็ตาม (ดวงรัตน์ วงศ์สว่างศิริ, 2543)

## 2.6 ข้อมูลทั่วไปเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวง และเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลกอีกด้วย มีแม่น้ำสำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ทำให้แบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร

กรุงเทพมหานครเป็นเขตปกครองพิเศษของประเทศไทย มิได้มีสถานะเป็นจังหวัด คำว่า กรุงเทพมหานคร นั้นยังใช้เรียกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของกรุงเทพมหานครอีกด้วย



ปัจจุบัน กรุงเทพมหานครเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น โดยตรงเนื่องจากประเทศไทยมีบทบาทด้านวัฒนธรรม สมัยนิยม และการบันเทิงมากขึ้นในการเมืองโลก มหาวิทยาลัยลัฟเบอร์อะจึงจัดกรุงเทพมหานครว่าเป็นนครโลกระดับแอลฟาของกรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆและวัดต่าง ๆ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 10 ล้านคนในแต่ละปี นับเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดรองแต่เพียงกรุงลอนดอนเท่านั้น

ในสมัยอาณาจักรอยุธยา บางกอก (กรุงเทพมหานคร) ยังเป็นเพียงสถานีการค้าขนาดเล็ก ตั้งอยู่ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา ต่อมาในปี พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงย้ายเมืองหลวงมาตั้งอยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา คือ ฟังชนบุรี จึงได้ชื่อว่า กรุงธนบุรี และในปี พ.ศ. 2325 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงย้ายเมืองหลวงมายังฝั่งตะวันออกของแม่น้ำ คือ ฟังพระนคร จึงได้ชื่อว่า กรุงรัตนโกสินทร์

คำว่า กรุงเทพมหานคร แปลว่า "พระนครอันกว้างใหญ่ดุจเทพนคร" มาจากชื่อเต็มว่า กรุงเทพมหานคร อมรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยา มหาดิลกภพ นพรัตนราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมานอวตารสถิต สักกะทัตติยวิษณุกรรมประสิทธิ์ มีความหมายว่า พระนครอันกว้างใหญ่ ดุจเทพนคร เป็นที่สถิตของพระแก้วมรกต เป็นมหานครที่ไม่มีใครรบชนะได้ มีความงามอันมั่นคง และเจริญยิ่ง เป็นเมืองหลวงที่บริบูรณ์ด้วยแก้วเก้าประการ นำรึ้นรมย์ยิ่ง มีพระราชนิเวศใหญ่โตมากมาย เป็นวิมานเทพที่ประทับของพระราชาผู้อวตารลงมา

#### 2.6.1 ภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 68 ของไทย มีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งทอดตัวยาว 372 กิโลเมตรผ่านจังหวัด ทำให้กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก พื้นที่ส่วนมากในกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม ตั้งอยู่บนพื้นที่บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงจากทิศเหนือสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้งในช่วงฤดูมรสุม

### 2.6.2. อาณาเขตติดต่อ

กรุงเทพมหานครมีอาณาเขตทางบกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนอาณาเขตทางทะเลอ่าวไทยตอนใน ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ และอ่าวไทย (ส่วนที่เป็นอ่าวไทยที่เป็นพื้นที่เดิมของจังหวัดธนบุรี ปัจจุบันคือเขตบางขุนเทียน ซึ่งมีอาณาเขตทางทะเลติดต่อกับอ่าวไทยกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดชลบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ จุดที่อยู่ได้สุดอยู่ที่ละติจูด 13 องศา 13 ลิปดา 00 ฟลิปดาเหนือ ลองจิจูด 100 องศา 27 ลิปดา 30 ฟลิปดาตะวันออก ซึ่งแบ่งตามพระราชบัญญัติกำหนดเขตจังหวัดในอ่าวไทยตอนใน พ.ศ. 2502)

ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม

### 2.6.3 การท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เขตพระนคร ที่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว ศาลเจ้าหลักเมือง สนามหลวง สวนสันติชัยปราการ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติศิลป์พระศรี พิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น

จากเว็บไซต์ยูโรโมนิเตอร์ ใน พ.ศ. 2549 กรุงเทพมหานครมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในโลกเป็นอันดับสองรองจากกรุงลอนดอน และกรุงเทพมหานครได้รับเลือกให้เป็นเมืองนำเที่ยวอันดับหนึ่งของโลกใน พ.ศ. 2551, 2553, 2554 และ 2555 ตามการจัดอันดับของนิตยสารทราเวลเอนด์เลเจอร์ (Travel and Leisure) Master Card Global Destination Cities Index เผยผลสำรวจประจำปี 2555 โดยกรุงเทพฯคว้าอันดับ 1 สุดยอดเมืองจุดหมายปลายทางโลกแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเป็นอันดับ 3 ของโลก ขณะที่นิตยสาร Askmen ระบุว่าผลสำรวจกรุงเทพฯได้รับความเป็นนิยมนับเป็นอันดับที่ 17 ของเมืองที่น่าไปมากที่สุดในโลกจากทั้งหมด 29 อันดับ ด้านเว็บไซต์ TripAdvisor ได้เปิดเผยผลสำรวจว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ประหยัดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 3 จาก 48 เมืองทั่วโลก

กรุงเทพมหานครนอกจากเป็นมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย อีกทั้งกรุงเทพมหานครยังครองอันดับหนึ่ง ในฐานะเมืองที่มีอาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุดในโลกจากเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย และมีจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อหารับประทานได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็น ผัดไท ส้มตำ ข้าวเหนียวมะม่วง ตลอดจนแกงเขียวหวานไก่ เว็บบไซต์ดังกล่าว ระบุว่า “ซอยรามบุตรี” ซึ่งตั้งอยู่ใกล้วัดชนะสงครามและถนนข้าวสาร ขึ้นชื่อเรื่องการมีอาหารริมบาทวิถีที่หลากหลาย ขณะที่ซอย 38 บนถนนสุขุมวิท มีจุดเด่นในเรื่องของตลาดจำหน่ายอาหารในช่วงค่ำ

กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบและมีหน้าที่ดำเนินงานควบคุมกำกับดูแลแหล่งจำหน่ายอาหารทุกระดับ รวมถึงแหล่งจำหน่ายอาหารริมบาทวิถี ตาม พ.ร.บ. การสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งกฎหมายนี้ได้ให้อำนาจกรุงเทพมหานครออกข้อกำหนดท้องถิ่นหรือข้อบัญญัติท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการควบคุมและกำกับดูแลร้านอาหารทุกระดับ ให้ขายอาหารที่สะอาดและปลอดภัยจำนวนมากนี้มีแหล่งจำหน่ายอาหารริมบาทวิถี ประมาณ 12,000 ราย

#### 2.6.4 ความเป็นมาเขตพระนคร

เขตพระนคร เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร ถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งพระนคร เนื่องจากมีสถานที่สำคัญทั้งทางด้านวัฒนธรรมและด้านการเมืองการปกครองตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก

#### 2.6.5 ที่ตั้งและอาณาเขต

ที่ตั้งบนเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นบริเวณตะวันตกสุดของฝั่งพระนคร มีอาณาบริเวณติดต่อกับเขตข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตดุสิต มีคลองผดุงกรุงเกษมเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายและเขตสัมพันธวงศ์ มีถนนราชดำเนินนอกและคลองรอบกรุง (คลองโอ่งอ่าง) เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตคลองสานและเขตธนบุรี มีแนวกำแพงน้ำกลางเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย และเขตบางกอกน้อย และเขตบางพลัด มีแนวกำแพงน้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต



### 2.6.6 ประวัติศาสตร์

เขตพระนคร เดิมมีฐานะเป็น อำเภอชนะสงคราม ขึ้นกับกรมนครบาล มีที่ว่าการอำเภอ ตั้งอยู่ที่ถนนจักรพงษ์ ติดกับวัดชนะสงครามด้านเหนือ ในวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2458 ได้มีประกาศ ยกเลิกอำเภอชั้นในแต่เดิมและตั้งอำเภอชั้นในขึ้นใหม่ 25 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระราชวัง อำเภอชนะสงคราม อำเภอสำราญราษฎร์ อำเภอพาหุรัด อำเภอจักรวรรดิ อำเภอสัมพันธวงศ์ อำเภอสามแยก อำเภอป้อมปราบศัตรูพ่าย อำเภอสามยอด อำเภอนางเลิ้ง อำเภอบางขุนพรหม อำเภอสามเสน อำเภอดุสิต อำเภอพญาไท อำเภอประเจ็ดดิน อำเภอประทุมวัน อำเภอบางรัก อำเภอสาทร อำเภอบ้านทเวาย อำเภอบางพลัด อำเภออมรินทร์ อำเภอหงสาวรม อำเภอราชคฤห์ อำเภอบุปผาราม และอำเภอบุคคโล

ต่อมาในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2471 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการรวมพื้นที่อำเภอพาหุรัด อำเภอสำราญราษฎร์ อำเภอพระราชวัง และอำเภอชนะสงครามเป็นอำเภอเดียวกัน เรียกว่า อำเภอพระนคร ตามประกาศยุบรวมอำเภอและกิ่งอำเภอในจังหวัดพระนคร และธนบุรี (ภายหลังได้ยุบอำเภอสามยอดและอำเภอบางขุนพรหมเข้ามารวมด้วย) และในปี พ.ศ. 2515 ได้มีประกาศคณะปฏิวัติจัดระเบียบการปกครองในเขตนครหลวงใหม่ อำเภอพระนครจึงได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็น เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

### 2.6.7 การแบ่งเขตการปกครอง

เขตพระนครแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 12 แขวง (Khwaeng) ได้แก่

- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 1. พระบรมมหาราชวัง (Phra Borom Maha Ratchawang) | 7. บวรนิเวศ (Bowon Niwet)        |
| 2. วังบูรพาภิรมย์ (Wang Burapha Phirom)         | 8. ตลาดยอด (Talat Yot)           |
| 3. วัดราชบพิธ (Wat Ratchabophit)                | 9. ชนะสงคราม (Chana Songkhram)   |
| 4. สำราญราษฎร์ (Samran Rat)                     | 10. บ้านพานถม (Ban Phan Thom)    |
| 5. ศาลเจ้าพ่อเสือ (San Chaopho Suea)            | 11. บางขุนพรหม (Bang Khun Phrom) |
| 6. เสาชิงช้า (Sao Chingcha)                     | 12. วัดสามพระยา (Wat Sam Phraya) |

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะงานงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยและเพื่อนำผลการวิจัยต่างๆเหล่านี้มาสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.7.1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถี

สุนันท์ธนา แสนประเสริฐ และคณะ (2540, น.2) โดยเฉพาะอาหารที่จำหน่ายริมบาทวิถี พบว่า สุขลักษณะของอาหารริมบาทวิถีมีความเสี่ยงสูง เป็นต้นว่าอาหารคาวประเภทผ่านความร้อนเพียงเล็กน้อยหรือไม่ได้ผ่านความร้อนเลย ส่วนใหญ่มีจุลินทรีย์สูงกว่าที่มาตรฐานกำหนดไว้ อาหารหวานประเภทผลไม้สดแช่เย็นและขนมที่รับประทานกับน้ำแข็ง และน้ำดื่ม มีจุลินทรีย์สูง ตลอดจนเครื่องดื่ม น้ำแข็ง และน้ำดื่ม พบจุลินทรีย์และราในเครื่องดื่มแต่ละประเภทสูงมาก เมื่อเทียบกับมาตรฐานแล้วไม่ควรนำมาบริโภค อีกทั้งยังพบเชื้อโรคอาหารเป็นพิษซึ่งทำให้มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคทางเดินอาหารต่างๆ อีกด้วย

นภดล ภัทรากิจ (2541) ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การปนเปื้อนของอาหารที่จำหน่ายข้างถนน มีลักษณะการปนเปื้อนจากโรคและสารเคมีตั้งแต่ขั้นการเตรียม ประกอบปรุง และเสิร์ฟอาหาร โดยเฉพาะอาหารปรุงแล้วพร้อมบริโภคส่วนมากไม่มีการปกปิดจึงมีการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง สารตะกั่ว และโลหะหนักจากท่อไอเสียรถยนต์ รวมทั้งฝุ่นดินตามถนนที่ลมพัดมา อีกทั้งผู้ขายอาหารเองก็เป็นแหล่งแพร่เชื้อโรคอีกด้วย เนื่องจากผู้ขายส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจและแนวทางการปฏิบัติด้านสุขาภิบาลอาหารที่ถูกต้อง และมีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ไม่ดี จึงควรที่จะดำเนินการปรับปรุง ดูแลการประกอบปรุง และจำหน่ายอาหารหาบเร่แผงลอยให้ถูกสุขลักษณะเพื่อความปลอดภัยในการบริโภคอาหารและลดความเสี่ยงภัยต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค และสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้แก่บ้านเมือง

มรรยาท ปรีชาชาญ (2531) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเรื่องความสะอาดในอาหารของผู้จำหน่ายอาหารในสถานศึกษา พบว่า ผู้จำหน่ายอาหารมีการเลือกอาหารไม่ถูกต้อง คือ เลือกซื้อผักใบสวย ๆ (ร้อยละ 33.3) เลือกปลาแห้งที่แมลงวันไม่กล้าตอม (ร้อยละ 55.6) พบว่ามีการเตรียมอาหารไม่ถูกต้อง คือ ไม่แยกเขียงระหว่างอาหารดิบและอาหารสุก แต่ใช้วิธีเข็ด (ร้อยละ 46.9) และมีทัศนคติเรื่องการเก็บอาหารไม่ถูกต้อง คือ คิดว่าไม่ควรล้างเนื้อสัตว์ ผักสด ก่อนแช่เย็น เพราะจะทำให้ระยะเวลาในการเก็บสั้นลง (ร้อยละ 35.8)

อังคณา คงกัน และคณะ (2540) กล่าวว่า หากร้านอาหารมีสภาพหรือการปฏิบัติที่ไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นสาเหตุให้อาหารได้รับการปนเปื้อนจากเชื้อโรค หรือสิ่งสกปรกร้านอาหารก็จะกลายเป็นแหล่งแพร่เชื้อโรค ที่สำคัญไปสู่ผู้บริโภคได้

จूरีย์พร สว่างจิตร (2541, น.50) ได้ศึกษาคุณภาพทางจุลชีววิทยาของอาหารหาบเร่แผงลอย พบว่า ในด้านของอาหารที่จำหน่ายถูกสุขลักษณะในด้านมีภาชนะปกปิดป้องกันแมลงและฝุ่นละอองต่าง ๆ พบ 86 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61 อาหารต่างถูกนำมาอุ่นให้ร้อนอยู่เสมอ 32 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 22.9 ในด้านผู้จำหน่ายอาหารปฏิบัติตามสุขวิทยาส่วนบุคคล ได้แก่ แต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขนในขณะที่ปฏิบัติงาน พบ 140 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ผูกผ้ากันเปื้อนสีขาว พบ 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ไม่พบร้านใดสวมหมวกหรือเนื้ทคลุมผม มีสุขนิสัยที่ดี เช่น ตัดเล็บสั้น ไม่สูบบุหรี่ ไอหรือจาม ในขณะที่ปฏิบัติงาน พบ 124 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 88.6 ในส่วนที่ไม่ถูกสุขลักษณะแบ่งเป็น เล็บมือยาวและสกปรก 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหาร 130 ร้านคิดเป็นร้อยละ 92.9 สำหรับถังขยะจากการสำรวจพบ 100 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 71.4 โดยพบถังขยะมีฝาปิดมิดชิด 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 8 และถังขยะที่ไม่มีการรื้อล้าง 97 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 97

#### 2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น

สุภาภรณ์ ภูสุวรรณ (2541) ได้ศึกษาความคิดเห็นของเจ้าพนักงานกรุงเทพมหานครต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาหารริมบาทวิถี พบว่า เจ้าพนักงานกรุงเทพมหานครมีความรู้ความคิดเห็นและการนำไปปฏิบัติงานต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง และสามารถนำมาตรการดังกล่าวไปปฏิบัติงานได้ในระดับสูง โดยพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับระดับการศึกษาและตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นและการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานกรุงเทพมหานครต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\alpha=0.05$ ) ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญพบว่าบุคลากรไม่เพียงพอกับปริมาณงานในการควบคุมอาหารริมบาทวิถี ร้อยละ 64.2 ผู้ประกอบการค้าอาหารรู้จักผู้มีอิทธิพล ร้อยละ 62.0 วัสดุ อุปกรณ์ยานพาหนะไม่เพียงพอ ร้อยละ 6.10

ปรีชา สุสันทัด (2542, น.79) ได้ศึกษาความรู้ ความคิดเห็นและการปฏิบัติของผู้ประกอบกิจการอาหารริมบาทวิถีในจุดผ่อนผันเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาตรการสุขาภิบาลอาหารและมาตรการกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พบว่า การประกอบกิจการอาหารริมบาทวิถีในจุดผ่อนผันปฏิบัติตามเงื่อนไขของทางราชการเพียงร้อยละ 35.7 เป็นการแสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบกิจการยังมีการประกอบกิจการในวันพุธ อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและรับผิดชอบขาดความ



สนใจหรือผ่อนปรนในช่วงเวลาดังกล่าว และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบอาจไม่พอเพียงจึงไม่มีเวลาไปดูแลได้ทั่วถึง

### 2.7.3. งานวิจัยเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

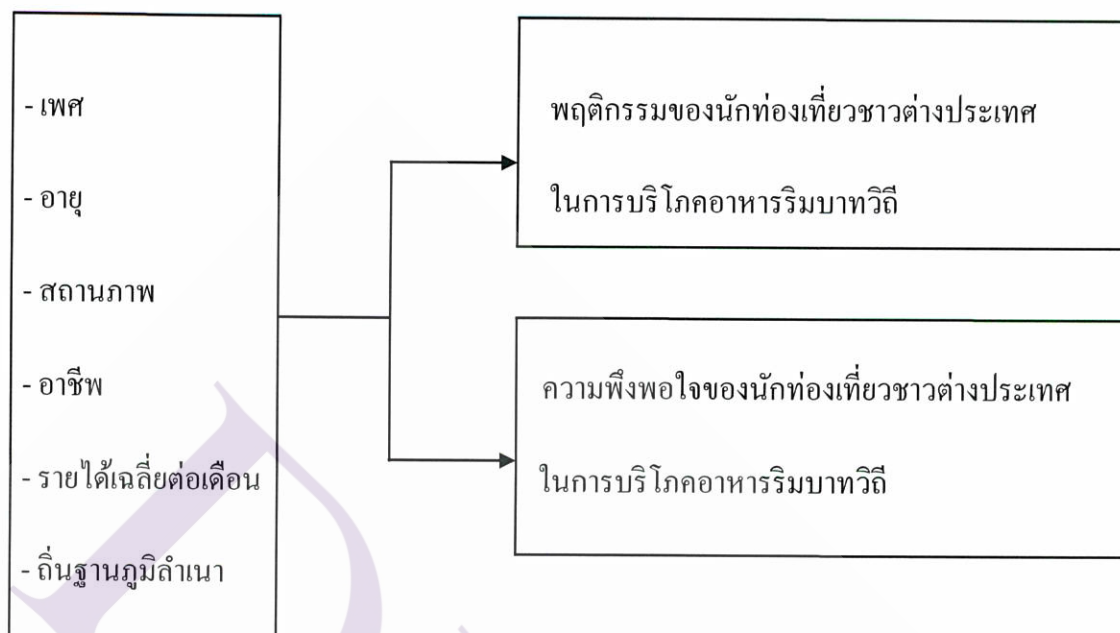
เนตรชนก ลีห้าน้อย (2547) ได้ศึกษา “สภาวะทางสุขาภิบาลอาหารของร้านแผงลอยจำหน่ายอาหาร ตำบลนาสีนวล อำเภอพยุหะภูมิสัย จังหวัดมหาสารคาม” โดยศึกษาความรู้เกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของผู้สัมผัสอาหารร้านแผงลอยจำหน่ายอาหาร จำนวน 20 คน และศึกษาสภาวะสุขาภิบาลอาหารด้านกายภาพร้านแผงลอยจำหน่ายอาหารด้านแบคทีเรียในอาหารภาชนะอุปกรณ์ และมีผู้สัมผัสอาหารพบว่า ผู้สัมผัสอาหารส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับสูง แต่จากการสำรวจผลภาวะสุขาภิบาลอาหารด้านกายภาพและด้านแบคทีเรียพบว่า ผู้สัมผัสอาหารปฏิบัติไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้ง 2 ด้าน แสดงว่าแม้ผู้สัมผัสอาหารจะมีความรู้ดีแต่ขาดการปฏิบัติในทางที่ถูกต้อง จึงควรวางแผนหาแนวทางแก้ไขปัญหาสภาวะสุขาภิบาลอาหารแผงลอยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้สัมผัสอาหาร โดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานกิจกรรม

วิธิ แจ่มกระตึก (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ เงินค่าใช้จ่ายที่นักเรียนได้รับ และเจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารจานด่วน ปัจจัยทางด้านครอบครัว ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ระดับการศึกษาของบิดามารดา ปัจจัยทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ลักษณะการจูงใจของอาหารจานด่วนด้านคุณลักษณะของอาหาร ด้านคุณค่าทางโภชนาการด้านราคาของอาหาร และอิทธิพลของสื่อโฆษณา เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน

Arambulo (1993) ได้ศึกษาแผงลอยจำหน่ายอาหารในประเทศกลุ่มลาตินอเมริกา ปี 2537 พบว่าแผงลอยทำความเสียหายให้แก่สังคมโดยรวม กล่าวคือ บุกรุกที่สาธารณะซึ่งคนไม่น่าเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ ทำให้สภาพพจน์ของบ้านเมืองไม่สวยงาม ลักลอบให้บริการสาธารณะ ทำให้บ้านเมืองสกปรก และยังเป็นคู่แข่งกับธุรกิจที่ถูกกฎหมายซึ่งทำให้ธุรกิจเหล่านี้เสียเปรียบทางการค้า

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น เกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี ความคิดเห็น และพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ทราบถึงแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้วิจัยข้างต้นเป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

### ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

##### จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบโอกาส (Non-Probability Sampling) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling)

จากสูตรของทาโรยามาเน่ (Yamane) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 95 หมายความว่า จะยอมให้มีระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณเป็นดังนี้ (Yamane, 1967, p.99)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$



เมื่อ  $n$  = จำนวนของขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม  
 $e$  = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

เมื่อแทนค่าสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,200}{1 + 1,200 (0.05)^2} \\ &= \frac{1,200}{4} \\ n &= 300 \\ &= 300 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 300 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยมีจำนวนเท่ากับ 300 คน ตามที่กำหนดไว้

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ซึ่งสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย และใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถิ่นฐานภูมิลำเนาโดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ซึ่งมีลักษณะเป็น Checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – end Questions) จำนวน 6 ข้อ โดยคำถามแต่ละข้อแสดงประเภทของข้อมูลได้ดังนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ได้แก่ ช่วงเวลาในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภคและประเภทของอาหารริมบาทวิถี

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถีเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์การคะแนนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ตารางที่ 3.2 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล

คะแนน	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง โดยจะนำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางโดยอิสระในช่วงกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2556 บริเวณเขตพระนคร

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้วจะนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดและมาลงรหัส และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

### 3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สูตร (ชูศรี วงศ์วัฒน์, 2541:40)

$$\begin{aligned} \text{ค่าร้อยละ} &= \frac{\text{จำนวนคำตอบ} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \\ &= \text{ค่าเฉลี่ย (Mean: } \bar{X} \text{)} \end{aligned}$$

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทนค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum \bar{X}$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### 3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน

1. ใช้สถิติการคำนวณการหาค่า T- test เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ/พฤติกรรม จำแนกตามเพศ
2. ใช้สถิติการคำนวณหาค่า F-test เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ/พฤติกรรม จำแนกตามอายุ รายได้
3. ใช้สถิติเพียร์สัน ไคสแควร์ (Pearson Chi- Square) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปร ข้อมูลส่วนบุคคล กับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยด้านต่างๆกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 300 คน

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

**ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถี**

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและถิ่นฐานภูมิลำเนา โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และร้อยละดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นฐานภูมิลำเนา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	167	55.7
หญิง	133	44.3
<b>2. อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	146	48.7
26-35 ปี	121	40.3
36-50 ปี	33	11.0
มากกว่า 50 ปี	0	0
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	229	76.3
แต่งงานแล้ว	59	19.7
หย่าร้าง/หม้าย	12	4.0
<b>4. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	124	41.3
รับราชการ	8	2.7
รัฐวิสาหกิจ	31	10.3
รับจ้างทั่วไป	1	0.3
ธุรกิจส่วนตัว	41	13.7
พนักงานบริษัทเอกชน	61	20.3
อื่นๆ	34	11.3
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
2,000 เหรียญสหรัฐ/เดือนและต่ำกว่า	162	54.0
2,001-4,000 เหรียญสหรัฐ/เดือน	100	33.3
4,001-6,000 เหรียญสหรัฐ/เดือน	27	9.0
6,000 เหรียญสหรัฐ/เดือนขึ้นไป	11	3.7
<b>6. ถิ่นฐานภูมิลาเนา</b>		
ทวีปยุโรป	232	77.3
ทวีปเอเชีย	68	22.7
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.1 กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเพศชาย มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศหญิงจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมา คือ อายุ 26-35 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และอายุ 36-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งสถานภาพโสดจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมา คือ แต่งงานแล้ว จำนวน 59 คน ร้อยละ 19.7 และหย่าร้างหรือเลิกรา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ในส่วนของอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ธุรกิจส่วนตัว 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ในส่วนของรายได้ กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง มีรายได้ 2,000 เหรียญสหรัฐ/เดือนและต่ำกว่า จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา คือ มีรายได้ 2,001-4,000 เหรียญสหรัฐ/เดือน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีรายได้ 4,001-6,000 เหรียญสหรัฐ/เดือน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ถิ่นฐานภูมิลาเนาส่วนใหญ่เป็นทวีปยุโรป จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 และรองลงมาเป็นทวีปเอเชีย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ช่วงเวลาการบริโภคอาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเช้า (9.00 น. – 11.00 น.)	11	3.7
ช่วงเที่ยง (11.00 น. – 13.00 น.)	23	7.7
ช่วงบ่าย (13.00 น. - 15.00 น.)	62	20.7
ช่วงเย็น (16.00 น. - 18.00 น.)	105	35.0
ช่วงค่ำ (ตั้งแต่ 19.00 น. เป็นต้นไป)	99	33.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในช่วงเย็นเวลา 16.00 น.-18.00 น. (ร้อยละ 35.0) รองลงมาคือ ในช่วงค่ำ ตั้งแต่เวลา 19.00 น. เป็นต้นไป (ร้อยละ 33.0) และในช่วงบ่ายเวลา 13.00 น. – 15.00 น. (ร้อยละ 20.7) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท	103	34.3
51 – 100 บาท	124	41.3
101 – 200 บาท	53	17.7
มากกว่า 200 บาท	20	6.7
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท (ร้อยละ 41.3) รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 (ร้อยละ 34.3) และ 101-200 บาท (ร้อยละ 17.7) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้ออาหารริมบาทวิถี

จำนวนครั้งในการซื้ออาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	91	30.3
3 - 4 ครั้ง	94	31.3
5 – 6 ครั้ง	31	10.3
มากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป	84	28.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีจำนวนในการซื้ออาหารริมบาทวิถี 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 31.3) รองลงมา คือ จำนวนในการซื้อ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 30.3) และจำนวนในการซื้อมากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 28.0) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถี

การตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อตนเอง	237	79.0
ซื้อตามเพื่อน	63	21.0
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ซื้ออาหารตนเอง (ร้อยละ 79.0) มากกว่าซื้อตามเพื่อน (ร้อยละ 21.0)

**ตารางที่ 4.6** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารริมบาทวิถี

ประเภทอาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
อาหารตามสั่ง	94	12.2
อาหารปิ้งย่าง ทอด	163	21.2
ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ	192	25.0
ขนมหวานชนิดต่างๆ	32	4.2
ไอศกรีม	43	5.6
ส้มตำและอาหารอีสาน	33	4.3
ข้าวแกง	69	9.0
อาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท)	142	18.5

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 25.0) รองลงมาคือ อาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 21.2) และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 18.5) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอันดับความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ความสำคัญในการเลือก อาหารริมบาทวิถี	จำนวน (คำตอบ)		
	สำคัญที่สุด	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย
ความสะอาด	77 คน (ร้อยละ25.7)	61 คน (ร้อยละ20.3)	75 คน (ร้อยละ25.0)
ราคาของอาหาร	95 คน (ร้อยละ31.7)	99 คน (ร้อยละ33.0)	30 คน (ร้อยละ10.0)
รสชาติของอาหาร	96 คน (ร้อยละ32.0)	46 คน (ร้อยละ5.3)	33 คน (ร้อยละ11.0)
คุณภาพของอาหาร	13 คน (ร้อยละ4.3)	52 คน (ร้อยละ17.3)	33 คน (ร้อยละ11.0)
รูปลักษณะภายนอก ของอาหาร	8 คน (ร้อยละ2.7)	21 คน (ร้อยละ7.0)	62 คน (ร้อยละ20.7)
อรรถยาศัยของผู้ขาย	11 คน (ร้อยละ3.7)	21 คน (ร้อยละ7.0)	67 คน (ร้อยละ22.3)
รวม (ร้อยละ)	300 คน (100.0)	300 คน (100.0)	300 คน (100.0)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกอาหารริมบาทวิถี 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอาหาร ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 32.0) รองลงมาคือ ราคาของอาหาร (ร้อยละ 31.7) และความสะอาด (ร้อยละ 25.7) ตามลำดับความสำคัญ

#### 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความสะอาด	3.36	.990	ปานกลาง
รสชาติของอาหาร	4.08	.766	มาก
คุณค่าอาหาร	3.15	.976	ปานกลาง
ความหลากหลายของอาหาร	3.68	.909	มาก
คุณภาพของอาหาร	3.64	.840	มาก
รูปลักษณะภายนอกของอาหาร	3.53	.843	มาก
ความสะดวกในการซื้อ	3.88	.869	มาก
ป้ายบอกราคา	3.88	.890	มาก
ภาชนะบรรจุอาหาร	3.15	.975	ปานกลาง
อธยาศัยของผู้ขาย	3.33	1.057	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	3.95	.748	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระดับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากมี 6 ประเด็น ได้แก่ รสชาติของอาหาร ( $\bar{X} = 4.08$ ) ความสะดวกในการซื้อ ( $\bar{X} = 3.88$ ) ป้ายบอกราคา ( $\bar{X} = 3.88$ ) ความหลากหลายของอาหาร ( $\bar{X} = 3.68$ ) คุณภาพของอาหาร ( $\bar{X} = 3.64$ ) และรูปลักษณะภายนอกของอาหาร ( $\bar{X} = 3.53$ )

ในขณะที่ระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลางมี 4 ประเด็น ได้แก่ ความสะอาด ( $\bar{X} = 3.36$ ) อธิษาศัยของผู้ขาย ( $\bar{X} = 3.33$ ) คุณค่าอาหาร ( $\bar{X} = 3.15$ ) และภาชนะบรรจุอาหาร ( $\bar{X} = 3.15$ )

### ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.9** แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพศ ประเภทอาหารริมบาท วิถี	ชาย	หญิง	รวม
อาหารตามสั่ง	55 คน (ร้อยละ 7.16)	39 คน (ร้อยละ 5.08)	94 คน (ร้อยละ 12.24)
อาหารปิ้งย่างทอด	102 คน (ร้อยละ 13.28)	61 คน (ร้อยละ 7.94)	163 คน (ร้อยละ 34.34)
ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ	100 คน (ร้อยละ 13.02)	92 คน (ร้อยละ 11.98)	192 คน (ร้อยละ 25.0)



ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

เพศ ประเภทอาหารริมบาท วิถี	ชาย	หญิง	รวม
ขนมหวานชนิดต่างๆ	11 คน (ร้อยละ1.43)	21 คน (ร้อยละ2.73)	32 คน (ร้อยละ4.17)
ไอศกรีม	22 คน (ร้อยละ2.86)	21 คน (ร้อยละ2.73)	43 คน (ร้อยละ5.60)
อาหารอีสาน	14 คน (ร้อยละ1.82)	19 คน (ร้อยละ2.47)	33 คน (ร้อยละ4.30)
ข้าวราดแกง	39 คน (ร้อยละ5.08)	30 คน (ร้อยละ3.91)	69 คน (ร้อยละ8.98)
อาหารประเภทเส้น	75 คน (ร้อยละ9.77)	67 คน (ร้อยละ8.72)	142 คน (ร้อยละ18.49)
$X^2 = 12.981$ Sig. = .073			

จากตารางที่ 4.9 แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทอาหารปิ้งย่างทอด (ร้อยละ 13.28) รองลงมา คือ ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 13.02) และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 9.77) เพศหญิง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 11.98) รองลงมา คือ อาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 8.72) และอาหารปิ้งย่างทอด (ร้อยละ 7.94)

เมื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า เพศ มีค่า Sig เท่ากับ .073 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่าง

**ตารางที่ 4.10** แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อายุ ประเภทอาหารริมบาท วิถี	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	26-35 ปี	36-50 ปี	รวม
อาหารตามสั่ง	40 คน (ร้อยละ5.21)	42 คน (ร้อยละ5.47)	12 คน (ร้อยละ1.56)	94 คน (ร้อยละ12.24)
อาหารปิ้งย่างทอด	61 คน (ร้อยละ7.94)	84 คน (ร้อยละ10.94)	18 คน (ร้อยละ2.34)	163 คน (ร้อยละ34.34)
ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ	96 คน (ร้อยละ12.5)	78 คน (ร้อยละ10.16)	18 คน (ร้อยละ2.34)	192 คน (ร้อยละ25.0)
ขนมหวานชนิดต่างๆ	18 คน (ร้อยละ2.34)	11 คน (ร้อยละ1.43)	3 คน (ร้อยละ0.39)	32 คน (ร้อยละ4.17)
ไอศกรีม	18 คน (ร้อยละ2.34)	21 คน (ร้อยละ2.73)	4 คน (ร้อยละ0.52)	43 คน (ร้อยละ5.60)
อาหารอีสาน	5 คน (ร้อยละ0.65)	20 คน (ร้อยละ2.60)	8 คน (ร้อยละ1.04)	33 คน (ร้อยละ4.30)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

อายุ ประเภทอาหารริมบาท วิถี	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	26-35 ปี	36-50 ปี	รวม
ข้าวราดแกง	27 คน (ร้อยละ3.56)	31 คน (ร้อยละ4.04)	11 คน (ร้อยละ1.43)	69 คน (ร้อยละ8.98)
อาหารประเภทเส้น	67 คน (ร้อยละ8.72)	54 คน (ร้อยละ7.03)	21 คน (ร้อยละ2.73)	142 คน (ร้อยละ18.49)
$X^2 = 25.385$ Sig. = .031				

จากตารางที่ 4.10 แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี พบว่า อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 12.5) รองลงมา คือ อาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 8.72) และอาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 7.94) ในขณะที่ อายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทอาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 10.94) รองลงมา คือ ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 10.16) และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 7.03) และอายุ 36-50 ปี ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) (ร้อยละ 2.73) รองลงมา คืออาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 2.34) และผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 2.34 )

เมื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า อายุ มีค่า Sig เท่ากับ .031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน



**สมมติฐานข้อที่ 3** นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.11** แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามถิ่นฐานภูมิลำเนา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ถิ่นฐานภูมิลำเนา ประเภทอาหารริมบาท วิถี	ทวีปยุโรป	ทวีปเอเชีย	รวม
อาหารตามสั่ง	26 คน (ร้อยละ3.39)	68 คน (ร้อยละ8.85)	94 คน (ร้อยละ12.24)
อาหารปิ้งย่างทอด	27 คน (ร้อยละ3.56)	136 คน (ร้อยละ17.71)	163 คน (ร้อยละ34.34)
ผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ	45 คน (ร้อยละ5.86)	147 คน (ร้อยละ19.14)	192 คน (ร้อยละ25.0)
ขนมหวานชนิดต่างๆ	8 คน (ร้อยละ1.04)	24 คน (ร้อยละ4.17)	32 คน (ร้อยละ4.17)
ไอศกรีม	15 คน (ร้อยละ1.95)	28 คน (ร้อยละ3.65)	43 คน (ร้อยละ5.60)
อาหารอีสาน	8 คน (ร้อยละ1.04)	25 คน (ร้อยละ3.26)	33 คน (ร้อยละ4.30)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ถิ่นฐานภูมิลำเนา ประเภทอาหารริม บาทวิถี	ทวีปยุโรป	ทวีปเอเชีย	รวม
ข้าวราดแกง	9 คน (ร้อยละ1.17)	60 คน (ร้อยละ7.81)	69 คน (ร้อยละ8.98)
อาหารประเภทเส้น	15 คน (ร้อยละ1.95)	127 คน (ร้อยละ16.54)	142 คน (ร้อยละ18.49)
$X^2 = 22.946$ Sig. = .002			

จากตารางที่ 4.11 แสดงพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี พบว่า ทวีปยุโรป ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ5.86) รองลงมา คือ อาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 3.56) และอาหารตามสั่ง (ร้อยละ 3.39) และทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ (ร้อยละ 19.14) รองลงมา คือ อาหารปิ้งย่าง ทอด (ร้อยละ 17.71) และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน, ผัดไท) (ร้อยละ 16.54)

เมื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ถิ่นฐานภูมิลำเนา มีค่า Sig เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 4** นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามเพศ

เพศ	$\bar{X}$	S.D	T-test	Sig	ผลการทดสอบ
ชาย	3.58	.469	2.01	.045*	แตกต่าง
หญิง	3.69	.499			

หมายเหตุ.\* ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงระดับความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ด้วยค่าสถิติ T-test ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .045 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	S.D	F-test	Sig	ผลการทดสอบ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	3.68	.513	3.47	.032*	แตกต่าง
26-35 ปี	3.54	.438			
36-50 ปี	3.72	.486			

หมายเหตุ.\* ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05



จากตารางที่ 4.13 แสดงระดับความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ด้วยค่าสถิติ F-test ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.14** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เป็นรายคู่ระหว่างช่วงอายุ

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26-35 ปี	36-50 ปี
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	3.68	-	.1378*	-.0469
26-35 ปี	3.54	-	-	-.1848
36-50 ปี	3.72	-	-	-

หมายเหตุ.\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบภายหลัง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งพบ 1 คู่ที่แตกต่างกันคือ คู่ที่หนึ่ง คือ ช่วงอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปีกับช่วงอายุ 26-35 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ( $\bar{X}=3.68$ ) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีมากกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 26-35 ปี ( $\bar{X}=3.54$ )

**สมมติฐานข้อที่ 6** นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.15** แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	$\bar{X}$	S.D	F-test	Sig	ผลการทดสอบ
โสด	3.65	.500	3.22	.041*	แตกต่าง
แต่งงานแล้ว	3.50	.415			
หย่าร้าง / หม้าย	3.80	.427			

หมายเหตุ.\* ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงระดับความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ด้วยค่าสถิติ F-test ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 8** นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ย	$\bar{X}$	S.D	F-test	Sig	ผลการทดสอบ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ \$ 2,000	3.67	.501	1.88	.132*	ไม่แตกต่าง
\$2,001-4,000	3.56	.459			
\$4,001-6,000	3.54	.470			
ตั้งแต่ \$6,000 ขึ้นไป	3.79	.453			

หมายเหตุ.\* ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig มีค่ามากกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 ด้วยค่าสถิติ F-test ของความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ผลการวิเคราะห์ พบว่า รายได้เฉลี่ย มีค่า Sig เท่ากับ .525 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ย ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 9** นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีแตกต่างกัน



ตารางที่ 4.17 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี จำแนกตามถิ่นฐาน  
ภูมิลำเนา

ถิ่นฐานภูมิลำเนา	$\bar{X}$	S.D	T-test	Sig	ผลการทดสอบ
ทวีปยุโรป	3.45	.382	4.106	.000*	แตกต่าง
ทวีปเอเชีย	3.68	.500			

หมายเหตุ.\* ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 ด้วยค่าสถิติ T-test ของความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี ผลการวิเคราะห์ พบว่า ถิ่นฐานภูมิลำเนา มีค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าว คือ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และการเสนอแนะจากผลการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษานั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน คือ

##### 5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีมีสัดส่วนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี รองลงมา มีอายุ 26-35 ปี และอายุ 36-50 ปี ตามลำดับ

ในด้านของสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่โสด รองลงมา แต่งงานแล้ว และหย่าร้าง/หม้าย ตามลำดับ

ในด้านของอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 เหรียญสหรัฐ รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-4,000 เหรียญสหรัฐ และ 4,001-6,000 เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ

ในด้านถิ่นฐานภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาเป็นทวีปยุโรปมากกว่าทวีปเอเชีย

### 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

จากการศึกษาข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในช่วงเย็น เวลา 16.00 น.-18.00 น. รองลงมา คือ ช่วงค่ำเวลา ตั้งแต่ 19.00 น. เป็นต้นไป และช่วงบ่ายเวลา 13.00 น. – 15.00 น. ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท และ 101-200 บาท ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี 3 - 4 ครั้ง รองลงมา คือ 1-2 ครั้ง และมากกว่า 7 ครั้ง ขึ้นไป และในขณะเดียวกัน ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทานเองมากกว่าซื้อตามเพื่อน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ รองลงมา คือ อาหารปิ้งย่าง ทอด และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการเลือกอาหารริมบาทวิถี 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอาหารมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ ราคาของอาหาร และความสะอาด ตามลำดับความสำคัญ

### 5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระดับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D = .748) โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมี 6 ประเด็น เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ รสชาติของอาหาร ( $\bar{X} = 4.08$ ) ความสะอาดในการซื้อ ( $\bar{X} = 3.88$ ) ป้ายบอกราคา ( $\bar{X} = 3.88$ ) ความหลากหลายของอาหาร ( $\bar{X} = 3.68$ ) คุณภาพของอาหาร ( $\bar{X} = 3.64$ ) และรูปลักษณ์ภายนอกของอาหาร ( $\bar{X} = 3.53$ ) ในขณะที่ระดับความพึงพอใจอยู่ในปานกลางมี 4 ประเด็น ได้แก่ ความสะอาด ( $\bar{X} = 3.36$ ) อธิษาศัยของผู้ขาย ( $\bar{X} = 3.33$ ) คุณค่าอาหาร ( $\bar{X} = 3.15$ ) และภาชนะบรรจุอาหาร ( $\bar{X} = 3.15$ )



## 5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 สรุปสมมติฐาน

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
1	นักท่องเที่ยงที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
2	นักท่องเที่ยงที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก
3	นักท่องเที่ยงที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก
4	นักท่องเที่ยงที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก
5	นักท่องเที่ยงที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก
6	นักท่องเที่ยงที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก
7	นักท่องเที่ยงที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
8	นักท่องเที่ยงที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
9	นักท่องเที่ยงที่มีถิ่นฐานภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก

## 5.2 อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร อภิปรายผลการวิจัยไว้ดังนี้

จากผลการวิจัย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ระดับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ระดับความพึงพอใจ ด้านรสชาติอาหารเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสะอาดในการซื้อ และป้ายบอกราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ดวงรัตน์ วงศ์สว่างศิริ (2543) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคอาหาร ด้านความสะอาดของอาหาร รองลงมา คือ ด้านรสชาติของอาหาร และด้านอรรถาศัยของผู้ขาย เหตุผลของความไม่สอดคล้องเพราะว่ามีความแตกต่างในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความพึงพอใจในเรื่องความสะอาดของอาหารเป็นหลักในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านรสชาติอาหาร

จากผลการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกบริโภคประเภทอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่างๆ รองลงมาคือ อาหารปิ้งย่าง ทอด และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สุนันท์ธนา แสนประเสริฐ และศรีปราชญ์ บุญนำมา (2536) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของอาหารริมบาทวิถี สรุปได้ว่า คนไทยนิยมบริโภคอาหารริมบาทวิถี 2 ประเภทใหญ่ๆคือ ประเภทอาหารคาว เช่น ข้าวราดแกงหรือพวกกับข้าวสูง ส้มตำและอาหารอีสาน ก๋วยเตี๋ยว อาหารตามสั่ง อาหารจานเดียว อาหารพวกปิ้งย่าง ทอด ต่างๆเป็นต้น และประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมชนิดต่างๆ รวมถึงผลไม้เครื่องดื่ม ไอศกรีม เป็นต้นและ สุภาวดี รอดศิริ (2538) ได้แบ่งประเภทของอาหารริมบาทวิถีตามช่วงเวลาของคนไทยส่วนใหญ่บริโภค ได้แก่ อาหารเช้า เช่น โจ๊ก ข้าวราดแกง ปาท่องโก๋กับกาแฟ เป็นต้น อาหารกลางวัน เช่น ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราดแกง ข้าวเหนียว ส้มตำ ไข่ย่าง อาหารตามสั่ง เป็นต้น และ อาหารเย็น เช่น ข้าวราดแกง สลัดเกี้ยว บะหมี่ ข้าวผัดประเภทต่างๆ ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง เป็นต้น เพราะในชีวิตประจำวันคนไทยไม่มีเวลาที่จะประกอบอาหารสำหรับรับประทาน จึงเลือกที่จะบริโภคอาหารริมบาทวิถีเป็นหลัก ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีแบบง่ายๆทั่วไป

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ ต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาวดี รอดศิริ (2538) ได้กล่าวถึงเรื่อง ความคิดเห็นในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีของข้าราชการครู สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ข้าราชการครูที่มีอายุ เพศ สถานภาพ ถิ่นฐานภูมิลำเนา มีพฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกัน เพราะว่าพฤติกรรมในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีมักแตกต่างกันไปตามในส่วนของคุณลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อย่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่อาหารริมบาทวิถีไม่จำเป็นต้องเป็นอาหารของผู้ที่มีรายได้น้อยเสมอไป ประชาชนทุกชั้นและทุกอาชีพต่างพึงพอใจกับอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากมีอาหารหลากหลายและมีราคาถูก มีทั้งอาหารหลัก อาหารระหว่างมื้อ อาหารรับประทานเล่น และเครื่องดื่ม พบว่า พฤติกรรมของบุคคลในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี จึงทำให้แตกต่างกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า ระดับความพึงพอใจมาก ในด้านรสชาติของอาหาร ด้านป้ายบอกราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ จึงขอเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านอาหาร ให้คำแนะนำแก่พ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายอาหารริมบาทวิถีปรับในด้านของรสชาติอาหารให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รวมถึงดูแลการจัดระเบียบในการซื้ออาหารริมบาทวิถีและแนะนำให้ติดป้ายบอกราคาให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดการเอาเปรียบแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในด้านความสะดวก พบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จึงขอเสนอแนะให้กับพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายอาหารริมบาทวิถี ควรให้ความสำคัญในด้านความสะดวกเป็นหลักเกี่ยวกับวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารรวมถึงภาชนะที่นำมาบรรจุอาหาร

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท จึงขอเสนอแนะพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ควรตั้งราคาให้สมเหตุสมผลกับราคาอาหารริมบาทวิถี เพื่อไม่ให้เกิดการเอาเปรียบจนเกินไป

4. จากผลการวิจัย พบว่า อาหารริมบาทวิถี บริเวณเขตพระนครมีจำนวนอาหารริมบาทวิถีที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นผลไม้และเครื่องดื่มต่างๆ ผัดไท บะหมี่ผัด อาหารปิ้งย่าง แมลงทอด เป็นต้น เป็นที่สนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้หน่วยงานที่



เกี่ยวข้องกับด้านอาหารและการท่องเที่ยว เข้ามาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้อาหารริมบาทวิถีเป็นส่วนหนึ่งของท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อกระจายรายได้ในธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงให้หน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมคุณภาพ และความสะอาดของอาหารริมวิถีด้วย

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้เห็นช่องว่างของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งพบปัญหาในระหว่างการทำแบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียในเรื่องของภาษา เนื่องจากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ชาวจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถที่จะเข้าใจภาษาอังกฤษได้ทุกคน ซึ่งยากต่อการเก็บแบบสอบถามของผู้วิจัย ดังนั้นหากมีการศึกษารound ต่อไป ผู้วิจัยควรมีการแปลแบบสอบถามให้เป็นหลายภาษา เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี เป็นต้น หากผู้วิจัยมีการสื่อสารที่ดีเพิ่มมากขึ้น ยังส่งผลดีต่องานวิจัยมากขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเฉพาะด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารริมบาทวิถี ในรูปแบบของการตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์หรือมีข้อเสนอแนะที่ชัดเจน ในการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ทั้งข้อดีและไม่ดี เพื่อให้ข้อมูลดังกล่าวเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ปรับปรุง ส่งเสริมและพัฒนาในส่วนของรถเข็น แผงลอยจำหน่ายอาหารให้เป็นประโยชน์ต่อสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวต่อไป



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ดารา ทีปะปาล. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค (*Consumer behavior*). กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). จิตวิทยาบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2542). กรุงเทพฯ : นานมีพับลิเคชั่น.
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข. (2535). กรุงเทพฯ. การบังคับใช้พระราชบัญญัติการสาธารณสุขควบคุมด้านสุขลักษณะกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ.
- นิคม จารุมณี. (2542). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ม.ป.พ.
- นิศา ชัชกุล. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (*Tourism Industry*). ม.ป.พ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 1-7 การจัดการธุรกิจ  
ในแหล่งท่องเที่ยว (*Tourist Destination Management*) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ.  
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 8-15 ความรู้เบื้องต้น  
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (*Introduction to Tourism and  
Tourism Industry*) นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3).  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



### บทความ

- กองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2541). *บทความเผยแพร่ความรู้ด้าน  
สุขาภิบาลอาหาร*. กรุงเทพฯ : กองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวง  
สาธารณสุข.
- ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาติ. (2537). *สารตะกั่วและแคดเมียมในอาหาร : เทคนิคในการวิเคราะห์หา  
ปริมาณโดยวิธีการย่อยสลายในระบบปิด*. วารสารมหิดล, 1(2).
- มาลัย บุญรัตน์กรกิจ และคณะ. (2536). *คุณภาพทางจุลชีววิทยาของอาหารหาบเร่แผงลอยในเขต  
กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : สำนักอนามัยและสิ่งแวดล้อม.

### วิทยานิพนธ์

- กทลี ปัจจัยเจริญ. (2550). *การรณรงค์สุขาภิบาลอาหารปลอดภัยของผู้ขายอาหารริมบาทวิถี เขตวัง  
ทองหลาง กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จूरिพร สว่างจิตร. (2541). *คุณภาพทางจุลชีววิทยาของอาหารหาบเร่แผงลอย ในเขต  
กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชรีณี เดชจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการ จำกัด การอุตสาหกรรม  
แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณรงค์ นิยมวิทย์ และทัศนีย์ โรจน์ไพบูลย์. (2526) *ผลิตภัณฑ์อาหารหมัก (สถาบันวิจัย  
และพัฒนาอาหารและผลิตภัณฑ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)*. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงรัตน์ วงศ์สว่างศิริ. (2543). *ศึกษาสภาพและผลกระทบจากการค้าอาหารริมบาทวิถีในเขต  
เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. สงขลา :  
มหาวิทยาลัยทักษิณ.

- นพดล บำรุงกิจ. (2544) พฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากราจจากการจับจี้รถจักรยานยนต์ของข้าราชการทหารอากาศขึ้นประทวน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นารี เทพสุภรณ์กุล. (2550). การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา วัดหงษ์ทอง ตำบลสองคลอง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ฉะเชิงเทรา : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- ปณัต นัจนฤตย์. (2553). การพัฒนาหลักสูตรการออกแบบตกแต่งอาหารเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับบุคลากรธุรกิจอาหาร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ผาสุข ถัดผลี. (2551). พฤติกรรมผู้สัมผัสอาหารแฝงลดยริมบาทวิถีที่ผ่านการอบรมหลักสูตร การสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี บริเวณจุดผ่อนผันในพื้นที่เขตบางนา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- พรสุรีย์ ไข่ติยากุล. (2552). ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยว (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พวงผกา ภูครองทุ่ง และคณะ. (2550). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภท KFC ของนักศึกษาภาคสมทบ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- เพียร ปัญญาภู. (2551). การประเมินผลโครงการอาหารปลอดภัย อำเภอบัว จังหวัดน่าน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุดรดิษฐ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิษฐ์.
- เพ็ญประภา สำเภาแก้ว. (2551). ความคิดเห็นของผู้ประกอบการแฝงลดยขายอาหารต่อปัจจัยความสำเร็จในการขายอาหารที่ชายหาดบางแสน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มงกุฎการ เจริญรอย. (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ยุทคนัย อ่องสกุล. (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภคในตำบลตลาดใหญ่ อำเภอมือง จังหวัดภูเก็ต (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ :

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วิไลวรรณ คงกิจ. (2548). พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของเด็กวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สร้อยรัตน์ อุดรรัมย์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สัญญา เหลืองทองคำ. (2541). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมบาทวิถีของประชาชนในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุนันท์ธนา ศรีปราชญ์. (2536). สภาวะทางสุขภาพโภชนาการของอาหารแผงลอยจำหน่ายอาหารตำบลพระพุทธบาท (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุนันธนา แสนประเสริฐ และคณะ. (2540). วิถีชีวิตของผู้ประกอบการค้าแผงลอยจำหน่ายอาหารในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศุภาวดี รอดศิริ. (2538). ความคิดเห็นในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีของข้าราชการครู สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



### สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ประวัติกรุงเทพมหานคร. (2556). *ความเป็นมากรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2556, จาก [http:// www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).
- อาหารริมบาทวิถี. (2551). *โครงการพัฒนาการสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี*. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2556, จาก <http://www.foodsafety.bangkok.go.th>
- ปรีชา สุสันต์ (2554). “กินอาหารริมบาทวิถีอย่างไรให้ปลอดภัย” (*สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค*), สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2556, จาก [www.consumerprotection.or.th](http://www.consumerprotection.or.th)

### ภาษาต่างประเทศ

#### BOOKS

- Stevens, Laurence. (1990). *Guide to Starting and Operating A Successful Travel Agency*. (3<sup>rd</sup> ed.) New York.
- WTO (World Tourism Organization). (1981). *International Tourism in Figures*. Madrid.



ภาคผนวก

## Questionnaire

### Opinions of Foreign Tourists towards Street Foods Consumption: A case study of Pranakorn District, Bangkok

**Explanation** Please check ✓ on the answers that suit you the most or put word in the blank

#### Part 1 Personal Information

1. Gender

1. Male

2. Female

2. Age

1. Below or equal 25 years

2. 26-35 years

3. 36-50 years

4. More than 50 years

3. Marital Status

1. Single

2. Married

3. Divorce / widowed

4. Occupation

1. Student

2. Government Officer

3. State Enterprise Employee

4. Vendor

5. Self Business

6. Private Company

Others (Please specify.....)

5. Your average of monthly income

1. Less or Equal \$2,000

2. \$2,001-4,000

3. \$4,001-6,000

4. More than \$6,000

6. Place of origin .....



**Part 2 Information about the behavior in Street Foods in Consumption of respondents**

1. When do you usually buy Street food?
  - Morning (9.00 am. -11.00 am.)
  - Noon (11.00 am - 13.00 pm.)
  - Afternoon (13.00 pm. -15.00 pm.)
  - Evening (16.00 pm. -18.00pm.)
  - At night (From19.00 pm. onwards)
  
2. How much is the average buying Street Food?
  - Less than or equal 50 baht
  - 51 – 100 baht
  - 101 – 200 baht
  - More than 200 baht
  
3. How often do you buy Street Food (when you stay in Bangkok)?
  - 1-2 times
  - 3-4 times
  - 5-6 times
  - More than 7 times higher
  
4. What type of Street Food do you usually choose? (You can choose more than one choice)
  - Made to order
  - grilled, fried food
  - Fruits, Beverages
  - Various of Dessert
  - Ice cream
  - Papaya Salad and Isan food
  - Rice with curry
  - Noodle
  
5. Who suggest you buy Street Foods?
  - By your own
  - By your friends

6. Please rank the order for the reason you buy Street Foods ( 3=very important )

3 very important reasons

2 moderate important reasons

1 less important reasons

(...) 1. Cleanliness

(...) 2. Price of foods

(...) 3. The taste of the foods

(...) 4. Quality of foods

(...) 5. Appearance of the foods

(...) 6. Friendly of vendor

**Part 3 Level Satisfaction of Foreign Tourists towards Street Foods Consumption.**

**Explanation** please checks ✓ on the answers that suit you the most.

Satisfaction issues	Level Satisfaction				
	The most 5	More 4	Moderate 3	Less 2	Least 1
<b>Foods / Beverages</b>					
1. Cleanliness					
2. The taste of foods					
3. Nutritional value					
4. Varieties of foods					
5. Quality of foods					
6. Appearance of foods					

Satisfaction issues	Level Satisfaction				
	The most 5	More 4	Moderate 3	Less 2	Least 1
<b>Condition of the cart / stall / hawker</b>					
1. Convenience for buying					
2. Price tag					
3. Food packaging					
4. Friendly of vendor					
Overall, how much are you satisfied with the Street foods?					

\*\*\*\* THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR KINDNESS\*\*\*\*





### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล  
ประวัติการศึกษา

นางสาวทิพารัตน์ สัตยพงศ์  
พ.ศ. 2552 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี  
สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

