ปัจจัยการเลือกส่วนประสมการตลาดของร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย

The factors of choosing marketing mix street food stalls in Chinatown area of Thai tourists

ผู้วิจัย อังค์วราภัชฑ์ ขำนาค

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Angwarapat.kh@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกส่วนประสมการตลาดของร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ข้อมูลที่นำมาศึกษาได้มาจาก นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการเลือกส่วนผสมการตลาดของร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน

ผลการเปรียบเทียบระดับปัจจัยการตัดสินใจเลือก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยการเลือกส่วนผสมการตลาดของร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

คำหลัก: ปัจจัยการเลือก, อาหารริมทาง, เยาวราช

Abstract

This research aims to study the factors of choosing street food **marketing mix** stalls in Chinatown area of Thai tourists and to compare the determinants of choosing the street food stalls in Chinatown area of the Thai tourists which classified by demographic characteristics. The data obtained from the study of the Thai tourists that they choose the street food stalls in Chinatown, Bangkok. The samples size were set by the calculation of W.G. method. The samples size of W.G. were approximately 384 people. However, 400 samples were selected to examine in this research since it was easy for evaluation and data analysis.

The research found that the factors of choosing street food marketing mix stalls in Chinatown area of Thai tourists were excellent. When considered each aspects, it was found that there were excellent in all aspects.

The results of the comparison of choosing factors of Thai tourists, classified by genders, age, educations, occupations and incomes which were found that the the factors of choosing street food marketing mix stalls in Chinatown area of Thai tourists will be sevens aspects as follows: Product , Price , Place , Promotion , People , Process , And Physical Evidence and Presentation that does not difference.

Keywords: Decision Factors, Street Food Stalls, Chinatown

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว เป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ในปัจจุบันพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารริมทาง หาบเร่แผงลอยมีช่องทาง และโอกาสในการเติบโตที่สามารถเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (ฐิตาภัทร์ รัตน์นิธิพงศ์, 2554) จากการรายงานข่าวในช่วงแตกประเด็นกับคุณ ภาษิต อภิญญาวาท ที่ได้รายงานถึงการจัดอันดับจากเว็ปไซต์ Virtual Tourist ซึ่งเป็นเว็ปไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้เผยว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 1.2 ล้านคนโหวตให้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอาหารริมทางดีที่สุดในโลกคือ อร่อย สะอาด หากินได้ง่าย และได้ระบุบริเวณซอยรามบุตรี ซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงกับถนนข้าวสารว่ามีอาหารให้เลือกหลากหลาย และอร่อย (ไทยทีวีสีช่อง3, 2555. ระบบออนไลน์.)

เยาวราช (ไชน่าทาวน์) (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, ออนไลน์) คือ อีกหนึ่งจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวสำหรับคนที่รักการกิน ดื่ม เที่ยว โดยถนนเยาวราชตั้งอยู่ใกล้ๆสำเพ็ง เป็นถนนสายหนึ่งในกรุงเทพมหานครความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร บริเวณถนนเยาวราช จัดเป็นย่านธุรกิจการค้า, การเงิน การธนาคาร, ร้านทอง, ภัตตาคาร ร้านอาหาร, ร้านค้า รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครโดยได้รับการขนานนามว่าเป็น "ไชนาทาวน์แห่งกรุงเทพมหานคร" ภัตตาคารหรือร้านอาหารส่วนใหญ่ในย่านเยาวราชจะเป็นร้านอาหารจีน ที่ขึ้นชื่อและมีชื่อเสียงในระดับโลกจะเป็นอาหารริมทางรวมถึงเครื่องดื่มชนิดต่างๆ ที่หลากหลาย ทางกรุงเทพมหานคร จึงได้ริเริ่มปรับปรุงย่านอาหารริมทางโดยนำร่องในพื้นที่ 2 แห่ง ได้แก่ ถนนเยาวราชและถนนข้าวสาร เปิดจำหน่ายทั้งกลางวันและกลางคืน

จะเห็นได้ว่าร้านอาหารริมทางเป็นรูปแบบธุรกิจที่น่าสนใจและมีศักยภาพ ซึ่งธุรกิจนี้มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารริมทาง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีพฤติกรรมเลือกบริโภคอาหารแผงลอยริมทางต่อไป

วัตถุประสงค์

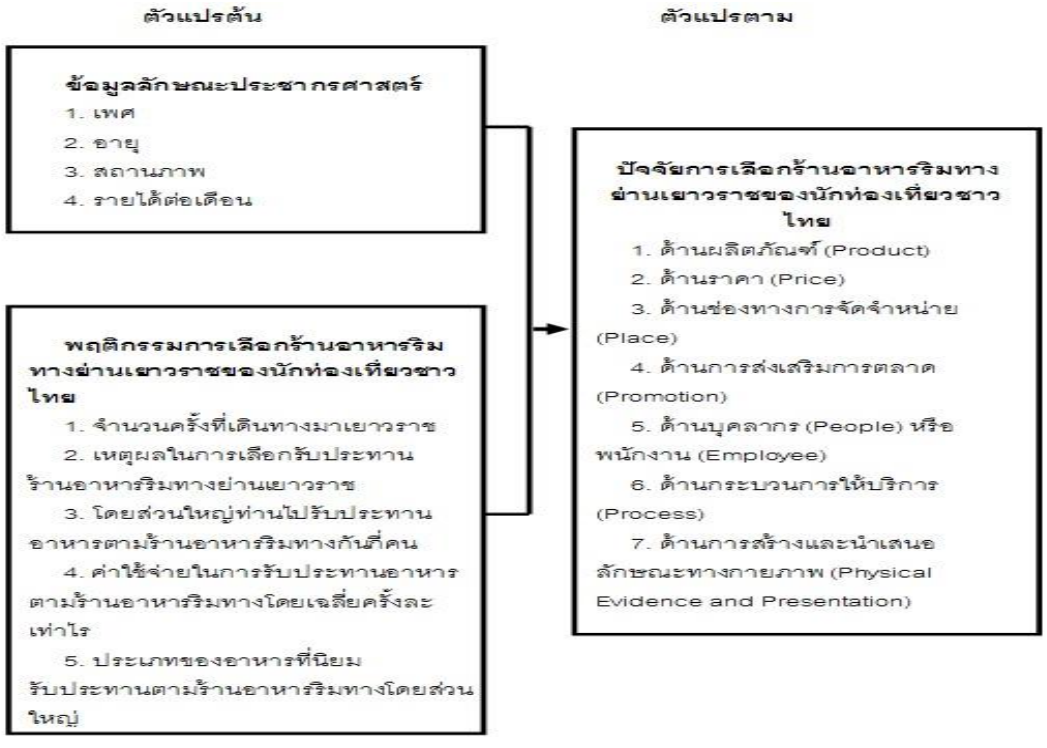
1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีดังนี้

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเลือกร้านอาหารริมทาง ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและจัดการอาหารไทยริมทางในย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบถึงปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและการจัดการอาหารไทยริมทางในย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถามเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการออกชุดแบบสอบถาม เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ชุด ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมค้นคว้าจากเอกสารบทความข้อมูลทางสถิติและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานค้นคว้าแบบอิสระ เอกสารเผยแพร่ และข้อมูลจาก Website ต่างๆ และหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ จำนวน (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ จำนวน (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ One-way ANOVA) และค่าเอฟ (F-test) ทดสอบภายหลัง (Post Hoc.) เพื่อหาคู่ที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significant Difference : LSD) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 และเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และมีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และมีสถานภาพโสด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมามีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และระดับรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70

2. ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาย่านเยาวราชเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาเดินทางมาย่านเยาวราช จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.00 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช 3 ครั้ง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 ตามลำดับ

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช คือ ราคาถูก จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาคือสะดวกในการเดินทาง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 รสชาติถูกใจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 และมีชื่อเสียง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราชที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมา 6-10 คน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือ เดินทางมา 2-5 คน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 เดินทางคนเดียว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช มากกว่า 10 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราชตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 301-400 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 101-200 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 201-300 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 401-500 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าอาหารที่นิยมรับประทานตามร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช ส่วนใหญ่นิยมรับประทานประเภทก๋วยเตี๋ยว/บะหมี่/ราดหน้า จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือนิยมรับประทานประเภท อาหารไทย เช่น ยำ แกง ต้มจืด ต้มยำ ผัด ทอด เป็นต้น จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 อาหารพื้นเมือง อีสาน ปักษ์ใต้ เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ลาบเป็นต้น จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และอาหารจานเดียวเช่น ข้าวหมูแดง ข้าวราดกระเพรา ข้าวผัด ข้าวราดแกง เป็นต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

3. ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	รวม (n= 400)		แปลผล
	$\overline{X}$	S.D.	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.89	0.479	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.81	0.560	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.78	0.544	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.83	0.548	มาก
5. ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee)	3.83	0.604	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.82	0.519	มาก
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	3.84	0.464	มาก
รวม	3.86	0.478	มาก

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 และเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 184

คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และน้อยที่สุด มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 โดยส่วนมากมีสถานภาพสมรส จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และมีสถานภาพโสด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และระดับรายได้น้อยที่สุด อยู่ระดับรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70

2. สรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คนส่วนใหญ่เดินทางมาย่านเยาวราชเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน มากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 น้อยที่สุด

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช คือ ราคาถูก จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และน้อยที่สุด คือมีชื่อเสียง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราชที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมา 6-10 คน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 และน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราช มากกว่า 10 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราชตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 301-400 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และน้อยที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาย่านเยาวราชตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าอาหารที่นิยมรับประทานตามร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช ส่วนใหญ่นิยมรับประทานประเภทก๋วยเตี๋ยว/บะหมี่/ราดหน้า จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และน้อยที่สุด ได้แก่อาหารจานเดียวเช่น ข้าวหมูแดง ข้าวราดกระเพรา ข้าวผัด ข้าวราดแกง เป็นต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

3. ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = 0.432) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = 0.479) สำหรับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\overline{X}$ = 3.78, S.D. = 0.544) ตามลำดับ

4. ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน

4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่าง

4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ พบว่า ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ปัจจัยการเลือกร้านอาหาร โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่าง

4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหาร โดยภาพรวมทุกด้าน รวมทั้งปัจจัยการเลือกร้านอาหารทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation), มีปัจจัยการเลือกร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง 7 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) อภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านราคา (Price) สำหรับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ตามลำดับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ อุไรรัตน์ เจียรวโรภาส (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจาหน่าย

2. การเปรียบเทียบระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ และระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า

2.1 ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราช โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ พบว่า ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหารโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

2.3 ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ปัจจัยการเลือกร้านอาหาร โดยภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน

2..4 ปัจจัยการเลือกร้านอาหารริมทางย่านเยาวราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ระดับปัจจัยการเลือกร้านอาหาร โดยภาพรวม รวมทั้งปัจจัยการเลือกร้านอาหารทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation), มีปัจจัยการเลือกร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ภาครัฐควรนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง พัฒนา และวางแผนด้านนโยบาย มาตรการ กำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้มีเงินหมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้น ตลอดจนแก้ไขปัญหาการว่างงานของประเทศ

1.2 ภาครัฐควรนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอาหารในประเทศ เพื่อพัฒนาอาหารไทยให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวย่านเยาวราช มาชิมรสอาหารไทย หรือการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยต้องการชิมอาหารไทยย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความคิดเห็นด้านความปลอดภัยของอาหารของร้านอาหารริมทาง การรับรู้ต่อร้านอาหารริมทาง ความเชื่อที่เกี่ยวกับกฎระเบียบของร้านอาหาร การประเมินความรู้ด้านความปลอดภัยของร้านอาหารริมทาง การประเมินทัศนคติด้านความปลอดภัยของร้านอาหารริมทาง ประเด็นที่ต้องพิจารณาในการซื้ออาหารที่ปรุงแล้ว วิธีปฏิบัติในการจัดการอาหาร การจัดการวัตถุดิบในการปรุงอาหารที่เหลือ วิธีการทำความสะอาดอุปกรณ์ครัว ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางในจังหวัดอื่นๆ เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ด้วยความร่วมมือจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสำรวจอย่างดียิ่ง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ และท้ายสุดนี้ตอบขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

[1]ฐิตาภัทร์ รัตน์นิธิพงศ์. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน.** สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[2]อุไรรัตน์ เจียรวโรภาส. (2557). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.