

## ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี

กัลยา เจริญปรี<sup>1\*</sup>, จิราพร ธรรมสุขเสรี<sup>2</sup> และจตุรพล เจริญยิ่ง<sup>2</sup>

<sup>1</sup>กลุ่มวิชาความยั่งยืน เทคโนโลยี และนวัตกรรม คณะการจัดการการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

<sup>2</sup>กลุ่มวิชาศิลปะการประกอบอาหาร คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

\*kunlaya.ja@dtc.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภค (2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารริมทางในบริเวณหาดจอมเทียน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภค ประกอบด้วย ความถี่ในการบริโภคอาหารริมทาง จำนวน 1-2 วันต่อสัปดาห์ สถานที่ในการบริโภคบริเวณริมหาดจอมเทียน ผู้ที่มาร่วมบริโภคคือเพื่อนหรือคู่รัก ช่วงเวลาในการบริโภคระหว่าง 18.00 - 19.00 น. เหตุผลในการเลือกบริโภคเพราะมีอาหารหลากหลายประเภท ประเภทของอาหารที่นิยมคืออาหารทะเล และช่องทางการรับรู้ข่าวสารคือการรีวิวบนสื่อโซเชียล (2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า การตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.95 รองลงมาความคุ้มค่าด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ทัศนคติต่ออาหารริมทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และคุณค่าด้านสุขอนามัย มีความเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.66 (3) ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้ที่มาร่วมบริโภค เหตุผลในการบริโภค และประเภทอาหารที่นิยม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการบริโภค อาหารริมทาง หาดจอมเทียน

## Factors related to street food consumption behavior of consumers at Jomtien Beach, Chonburi Province

Kunlaya Jaroenpru<sup>1\*</sup>, Jiraporn Thammasuksaree<sup>2</sup> and Jaturapon Charoenying<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sustainability IT and Innovation, Faculty of Hospitality Management, Dusit Thani College, Pattaya.

<sup>2</sup>Culinary Arts and Kitchen Management, Faculty of Culinary Arts, Dusit Thani College, Pattaya.

\*kunlaya.ja@dtc.ac.th

### Abstract

This research aims to: (1) examine how customers consume street food; (2) investigate factors associated with street food consumption and (3) investigate factors associated with related to street food consumption that are associated with customers' street food consumption behavior at Jomtien Beach, Chonburi Province. The sample used in this research was 400 street food consumers at Jomtien Beach. The research instrument was a questionnaire. Statistics used in the research included frequency and percentage, average and standard deviation, and the Chi-Square test.

The results revealed that the frequency of street food consumption was one or two days per week. The consumers ate at Jomtien Beach, usually with friends or couples. The preferred time for eating street food was between 6:00 p.m. - 7:00 p.m. The reason for consuming street food was because of the various types of food provided. The most widely consumed food type was seafood. The medium for receiving information was social media reviews. In every way, consumers' opinions on the factors that are associated to their consumption of street food were highly favorable. The decision to buy street food had the highest average ( $\bar{x} = 3.95$ ), followed by money's worth ( $\bar{x} = 3.94$ ), attitudes towards street food ( $\bar{x} = 3.88$ ), nutritional value ( $\bar{x} = 3.77$ ), and hygiene values ( $\bar{x} = 3.66$ ). In terms of personal factors, the consumer's age correlated with street food consumption behavior in all aspects at statistically significant level of .05. Additionally, the results showed that popular food types, people who share meals, and purposes for eating were statistically significant characteristics associated with street food consumption behavior at the .05 level.

**Keywords:** Consumption behavior, Street food, Jomtien Beach

### 1. บทนำ

ปัจจุบันการขยายตัวของสังคมเมืองส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการร้านอาหารเพิ่มขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบ และครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่มีจำนวนน้อยลง พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะร้านอาหารริมทางแทนการปรุงอาหารรับประทานเองเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเกิดความสะดวก ประหยัด ราคาที่ไม่แพงมากนัก และมีอาหารหลากหลายประเภท อีกทั้งการเลือกรับประทานอาหารที่หลากหลายประเภทยังได้เป็นตามวิถีชีวิต

และรสนิยมที่แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ และโอกาสในการรับประทาน เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารบรรยากาศดีแถบชานเมือง ร้านอาหารหรูในโรงแรม แต่ทั้งนี้ร้านอาหารที่คนส่วนใหญ่นิยมเลือกยังคงเป็นร้านอาหารริมทาง (Street Food) หรือรถเข็นริมทาง ซึ่งเป็นร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน เน้นจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในราคาที่ถูกกว่าร้านอาหาร ร้านอาหารริมทางจึงเหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ และผู้ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับประทานอาหารอย่างเร่งด่วน และร้านอาหารริมทางยังเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมการกินอาหารในท้องถิ่นนั้นอีกด้วย [1] วัฒนธรรมอาหารข้างทางเกิดขึ้นจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารของคนไทยที่มักจะรับประทานอาหารตลอดวันทำให้เมนูอาหารที่ถูกนำมาจำหน่ายเป็นอาหารข้างทางมีจำนวนมากและมีความหลากหลาย ทั้งอาหารคาว ได้แก่ ผัดไทย ส้มตำ ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ก๋วยเตี๋ยว ของทอด เป็นต้น อาหารหวาน ได้แก่ แครป ขนมปังสอดไส้ ขนมโตเกียว กล้วยทอด ไอศกรีม เป็นต้น รวมไปถึงผักและผลไม้

หาดจอมเทียน คือหนึ่งในพื้นที่ที่จัดได้ว่าเป็นสวรรค์ของอาหารริมทางสำหรับผู้ชื่นชอบ โดยได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ หาดจอมเทียนเป็นชายหาดขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เป็นหาดทรายสวยงามทอดตัวเป็นแนวยาว อยู่ห่างจากพัทยาใต้ ประมาณ 4 กิโลเมตร ตามถนนเลียบริมชายหาดหรือแยกขวาจากถนนสุขุมวิท ตรงกิโลเมตรที่ 150.5 เข้าไปอีก 2 กิโลเมตร หาดแห่งนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จึงทำให้มีธุรกิจเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะธุรกิจที่พัก และโรงแรมเป็นหาดยอดนิยมของเมืองพัทยา สถานที่พักผ่อนเล่นน้ำ และกิจกรรมกีฬาทางน้ำ หาดจอมเทียนเดิมเคยเป็นพื้นที่ทางเกษตรในการทำนา ทำสวน ทำไร่ แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นชายหาดยอดนิยมของพัทยา [2] มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากอาหารริมทางที่หลากหลายแล้วยังเป็นแหล่งรวมของอาหารทะเลหลากหลายที่ส่งตรงจากเรือประมง ได้แก่ ปลา กุ้ง หอย ปูม้า กุ้ง หมึก เป็นต้น หาดจอมเทียนกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันจากเป็นที่พักผ่อนในสังคมออนไลน์จึงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น

ในอดีตที่ผ่านมาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของหาดจอมเทียนได้รับผลกระทบจากปัญหาภัยการจราจรติดขัดจากการลู่ล้าผิวจราจรของร้านค้าริมทาง ปัญหาความสะอาดและขยะมูลฝอย และจากการผลักดันให้อาหารริมทางเป็นจุดดึงดูดทางด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ เทศบาลหาดจอมเทียนจึงเริ่มดำเนินการยกระดับมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารริมทางเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และจัดระเบียบพื้นที่ค้าขายบนทางเท้าและผิวการจราจรเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวของหาดจอมเทียน รวมถึงการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคนอกจากจะเกี่ยวข้องกับรสชาติของอาหาร ประสิทธิภาพที่ได้จากการรับประทานอาหารเป็นครั้งแรกและสารอาหารที่ได้แล้วยังได้รับอิทธิพลจากวิถีชีวิตและวิธีการรับประทานอาหารของผู้บริโภคอีกด้วย [3] อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าของราคาเป็นอย่างมาก รวมไปถึงภาพลักษณ์ของอาหารที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคเช่นกัน [4] ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี เพื่อสร้างแนวทางกระตุ้นและยกระดับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารริมทางในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

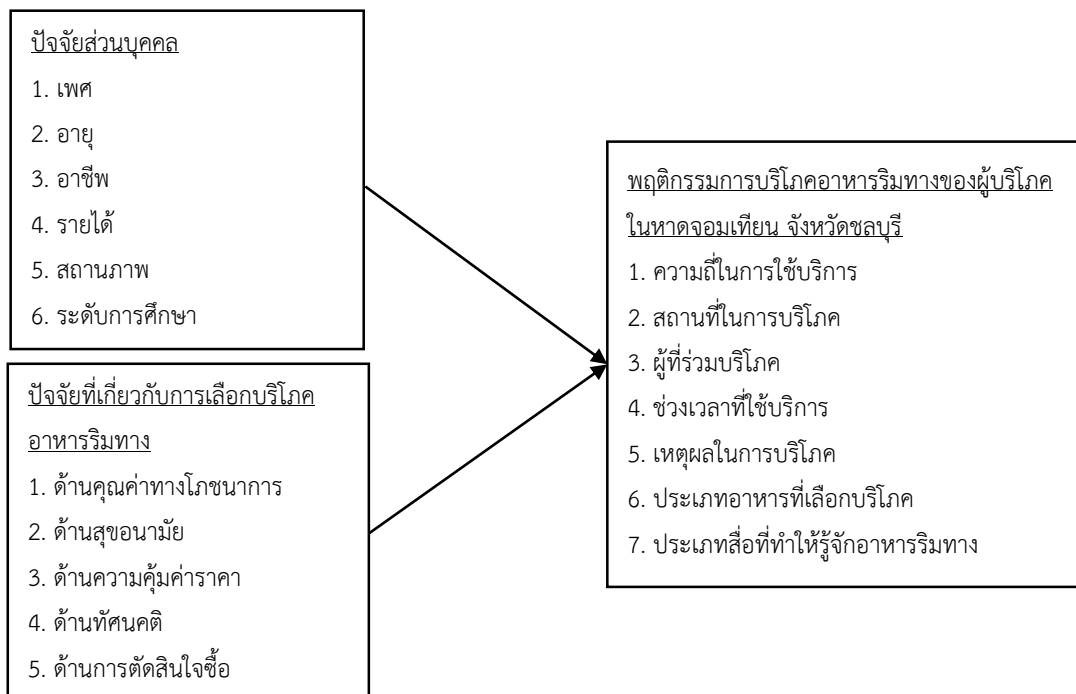
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี

### 3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษา 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่าด้านราคา ทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง และการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง และ 3) พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ในการบริโภค ผู้ที่ร่วมบริโภค ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เหตุผลในการบริโภค ประเภทอาหารที่เลือกบริโภค และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง

### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของ Kotler, P. [5] Dara Teepapal and Thanawat Teepapal [6] Saranthorn Udomsin [7] และ Patchara Juiam and Noppadon Towichaikun [8] กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าไปกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกนึกคิดหรือจิตใจ และเกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้าเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อรวมทั้งกระบวนการการตัดสินใจ โดยมีพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย ความถี่ สถานที่ ผู้ที่ร่วมบริโภค ช่วงเวลา เหตุผลในการบริโภค ประเภทอาหาร และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จัก และปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Saranthorn Udomsin [7] Patchara Juiam and Noppadon Towichaikun [8] และ Natnicha Limpanawas [9] กล่าวว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษา และ Patchara Juiam and Noppadon Towichaikun [8] และ Charoenchai Ekmapaisan, Siriporn Khetchenkarn and Supatthana Techochalalai [10] กล่าวว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่าด้านราคา ทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร



## 5. การทบทวนวรรณกรรม

### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler, P. [5] ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ประกอบไปด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แก่ สังคมและวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีโดยสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นเป็นสิ่งที่ไปกระตุ้นความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจของผู้บริโภคให้แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อออกมา โดยสรุปตัวแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจะเริ่มจากมีสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าไปกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกนึกคิดหรือจิตใจของผู้บริโภค และเกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้าเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค รวมทั้ง Dara Teepapal and Thanawat Teepapal [6] กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือการกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้า และบริการ รวมทั้งกระบวนการการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้า และบริการ มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้น และ Saranthorn Udomsin [7] ได้กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกบริโภคอาหาร โดยใช้ความรู้สึกและความต้องการรวมทั้งเหตุผลในการเลือกบริโภคอาหารริมทาง

### ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารริมทางและประเภทอาหารริมทาง

Saranthorn Udomsin [7] ได้ให้ความหมายของอาหารริมทาง หมายถึง อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีวิธีการประกอบอาหารและขายทางถนน ทางเดินเท้า หรือ สถานที่สาธารณะต่างๆ เช่น ตลาด สวนสาธารณะ โดยมีการจำหน่ายในรูปแบบร้านค้าแผงลอย ชุมชนอาหาร รถเข็นอาหาร หรือ รถบรรทุกอาหาร สอดคล้องกับ Thitipat Phakprot [11] กล่าวว่าเป็นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่บริเวณถนน หรือที่สาธารณะ ทั้งที่เป็นแผงลอยจำหน่ายอาหาร รถเข็น หรือพาหนะอื่นใดที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Saranthorn Udomsin [7] ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการอาหารริมทาง จังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารริมทางมีความถี่ในการบริโภคมากกว่า 5 ครั้ง ส่วนใหญ่มากับเพื่อน/คู่รัก ช่วงเวลาที่มา 18.00-19.00 น. โดยมีเหตุผลในการเลือกบริโภคคือความสะดวกในการซื้อ ประเภทอาหารที่เลือกบริโภคคือ ปลากระพงทอด การได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนแนะนำ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารริมทาง พบว่า เพศ อายุ ภูมิภาค สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารริมทาง สอดคล้องกับ Yanisa Mitgosoom [12] ได้ศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางของย่านเยาวราช พบว่า มีแนวทาง 3 ประเด็นที่มีส่วนพัฒนาภาพลักษณ์ คือ 1) การพัฒนาองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว 2) การพัฒนาองค์ประกอบทางโครงสร้างและองค์ประกอบทางอารมณ์ และ 3) พัฒนาอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช รวมทั้ง Natnicha Limpanawas [9] ได้ศึกษาพบว่าพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารประเภทร้านริมบาทวิถี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารริมบาทวิถีประเภทอาหารคาว เช่น ผัดไท ข้าวผัด ข้าวมันไก่ เป็นต้น แหล่งจำหน่ายอาหารที่รับประทานบ่อยที่สุด คือ บริเวณถนนคนเดิน (ท่าแพ, วัวลาย) โดยนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลร้านอาหารริมบาทวิถีจากคำแนะนำของญาติหรือคนรู้จัก ความอยากลองเปิดประสบการณ์ใหม่ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการในการปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

Natrida Mongkolkiri and Charoenchai Ekmapaisan [13] ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยผลักดันในด้านของการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันประกอบด้วยความสนใจอาหารเป็นพิเศษและปัจจัยผลักดันในด้านการสัมผัสประกอบไปด้วย การสังเกตภาพลักษณ์ของอาหาร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวไทยตลาดได้รุ่งหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สอดคล้องกับ Patchara Juiam and Noppadon Towichaikun [8] ได้ศึกษาทัศนคติการบริโภคอาหารริมทางต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกร้านอาหารริมทางบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปกรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ รายได้ เป็นต้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง เช่นเดียวกับ Praphaporn Deesuksaeng and Panomsit Sonprajak [14] ได้ศึกษาการปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถีช่วงสถานการณ์โควิด-19 ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า การปรับตัวทางธุรกิจมีความสำคัญยิ่งในยุคปัจจุบันเนื่องจากความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้การใช้ชีวิตคนในปัจจุบันเปลี่ยนไป โดยการตัดสินใจซื้อลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่รักความสบายและหันมาพึ่งเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น จึงหันมาสั่งอาหารทางเดลิเวอรี่มากขึ้น ขณะที่ Charoenchai Ekmapaisan, Siriporn Khetchenkarn and Supatthana Techochalalai [10] พบว่าความชื่นชอบด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารริมทาง การที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ความหลากหลายของอาหารและวัฒนธรรม และประสบการณ์ที่เคยสัมผัสมาในอดีตมีผลต่อความตั้งใจในการบริโภคอาหาร ได้ลองชิมรสชาติอาหารแปลกใหม่จึงถือเป็นประสบการณ์ที่ดีที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับไปเยือนสถานที่นั้นอีกในอนาคต ความหลากหลายและเสน่ห์ของอาหารริมทางในกรุงเทพมหานคร ด้วยความโดดเด่นของอาหารริมทางในเรื่องของอาหารที่มีราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย มีความสะดวกในการซื้อหารับประทาน โดยพฤติกรรมการบริโภคอาหารของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไป รวมถึงความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในการลิ้มชิมรสอาหารที่ไม่คุ้นเคยในขณะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ

Tharnupat Jithpakdeepornrat and Santidhorn Pooripakdee [15] พบว่าลูกค้ากลุ่มเจนเออร์ซันซีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารริมทาง ความตั้งใจซื้อ ความพึงพอใจและการบอกต่ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่า ด้านอัตลักษณ์อาหารริมทางมีความตั้งใจซื้อ ความพึงพอใจ การบอกต่อ คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ การให้บริการ ด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหาร ด้านการออกแบบตกแต่งร้านอาหาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า อาหารริมทางมีขั้นตอนการทำ รูปแบบและรสชาติหลากหลาย ราคา ที่ไม่แพง ทำให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาซื้ออาหารริมทาง ยุคนี้สังคมไทยเริ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป คนเริ่มมีค่าใช้จ่ายกับการซื้อและรับประทานอาหารนอกบ้าน มีชีวิตที่เร่งรีบ จึงทำให้อาหารริมทางเป็นอีกทางเลือกของคนในยุคปัจจุบัน สอดคล้อง Natthaphon Ongphet, Thitima Rattanaphong, Phiangphit Sriprasert, and Kirathakon Bunrod [16] พบว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจุดประสงค์หลักเพื่อชิมอาหาร โดยนิยมซื้ออาหารทานเล่น รองลงมาซื้ออาหารคาวและซื้ออาหารหวาน พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินชีวิตมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป มีการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้อสำเร็จมากขึ้น และยังมีอิทธิพลของบุคคลสำคัญรอบข้าง และอิทธิพลของกระแสสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ

## 7. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ในการบริโภคอาหารริมทางบริเวณหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยประสบการณ์บริโภคอาหารริมทางบริเวณหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี โดยการคำนวณจากสูตรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (คำนวณจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน) โดยใช้สูตรดังนี้ [17]

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% คือ  $Z$  จะมีค่าเท่ากับ 1.96

$e$  = แทนความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% หรือ  $e = .05$

ในที่นี้จะได้อัตราส่วนจากการคำนวณจากสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 385$$

ทั้งนี้เพื่อป้องกันการความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จึงเพิ่มขนาดตัวอย่าง 15 คน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การแจกแจงแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ครบตามจำนวน 400 ชุด

**2. เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในการประเมินความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Index: IOC) ซึ่งจากการประเมินผลพบว่าข้อคำถามจะมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 และการพิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Coefficient) ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีค่าที่คำนวณได้ของค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .959 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษา ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ในการบริโภค ผู้ที่ร่วมบริโภค ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เหตุผลในการบริโภค ประเภทอาหารที่เลือกบริโภค และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง ประกอบด้วย ด้านคุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่าด้านราคาทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง และการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง

การกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง ประกอบด้วย ด้านคุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่าด้านราคา ทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง และการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง แบ่งเป็น 5 ระดับตามเกณฑ์การประเมินใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามคะแนนที่สูงที่สุดคือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุดคือ 1 คะแนน หากถึงกลางพิสัย โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ [17]

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

- 1) ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- 2) ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- 3) ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- 4) ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- 5) ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล** การรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามใน 2 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบออฟไลน์ คือ การเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคบริเวณหาดจอมเทียน โดยมีวิธีการดังนี้ ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยได้ขออนุญาตและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยกับผู้บริโภคที่เป็นตัวอย่างในการวิจัย ขั้นที่ 2 สอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับการเคยบริโภคอาหารริมทางบริเวณหาดจอมเทียนหรือไม่

ถ้าเคยบริโภคจะดำเนินการตอบแบบสอบถามในขั้นตอนต่อไป และขั้นที่ 3 ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามตามข้อคำถามที่กำหนด และ 2) รูปแบบออนไลน์ คือ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งลิงก์และคิวอาร์โค้ดของแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ เช่น Line Facebook เป็นต้น โดยข้อคำถามในแบบสอบถามจะคัดกรองกลุ่มผู้บริโภคว่าเคยหรือไม่เคยบริโภคอาหารริมทางบริเวณหาดจอมเทียน ถ้าไม่เคยสิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม หลังจากที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง และปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และ 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าไคสแควร์ (chi-square) ตัวแปรที่ต้องการวัดเป็นมาตรฐานบัญญัติ (Nominal Scale) หรือระดับมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของความถี่ สัดส่วน ร้อยละ และตัวแปรแต่ละตัวแบ่งกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

## 8. ผลการวิจัย

1. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.8 มีอายุอยู่ในช่วง 18-23 ปี ร้อยละ 47.00 มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 39.8 รายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 34.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 73.60 และระดับการศึกษา ปวส./ปริญญาตรี ร้อยละ 61.80

2. ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง พบว่า ความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 49.30 สถานที่ในการบริโภคที่ริมหาดจอมเทียน ร้อยละ 39.80 ผู้ที่ร่วมบริโภคคือเพื่อน/คู่รัก ร้อยละ 45.10 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลา 18.00-19.00 น. ร้อยละ 43.40 เหตุผลในการบริโภคมีอาหารหลากหลายประเภท ร้อยละ 32.00 ประเภทอาหารที่เลือกบริโภคเป็นอาหารทะเล เช่น กุ้ง หมึก หอย เป็นต้น ร้อยละ 33.10 และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง คือ การรีวิวบนสื่อโซเชียล ร้อยละ 49.50

3. ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเรียงลำดับ 3 ลำดับ พบว่าด้านการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาด้านความคุ้มค่าราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>1. ด้านคุณค่าทางโภชนาการ</b>	<b>3.77</b>	<b>.664</b>	<b>มาก</b>
1.1 อาหารริมทางมีสารอาหารครบถ้วน	3.73	.889	มาก
1.2 อาหารริมทางสามารถตอบสนองความต้องการรับประทานอาหารที่หลากหลายและครบ 5 หมู่	3.79	.816	มาก
1.3 อาหารริมทางสามารถปรุงอาหารได้ตรงตามความต้องการเช่น ต้องการผักไม่ใส่ผงชูรส	3.84	.895	มาก
1.4 อาหารริมทางมีอาหารท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางอาหารใช้ วัตถุดิบที่สดสะอาด	3.75	.819	มาก
1.5 อาหารริมทางมีขั้นตอนการปรุงอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ	3.73	.850	มาก



ตารางที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี (ต่อ)

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>2. ด้านสุขอนามัย</b>	<b>3.65</b>	<b>.780</b>	<b>มาก</b>
2.1 ร้านอาหารริมทางใช้วัตถุดิบที่สดใหม่	3.80	.790	มาก
2.2 ร้านอาหารริมทางมีการกำจัดเศษอาหารต่างๆ อย่างถูกต้อง	3.51	.964	มาก
<b>3. ด้านความคุ้มค่าราคา</b>	<b>3.93</b>	<b>.605</b>	<b>มาก</b>
3.1 ราคาของอาหารริมทางมีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.94	.751	มาก
3.2 สถานที่ในการตั้งร้านอาหารริมทางมีผลต่อราคาอาหารริมทาง เช่น ตำแหน่งที่ตั้งใกล้ๆ ทะเลราคาสูงกว่าตำแหน่งที่ตั้งริมฟุตบาท	3.98	.742	มาก
3.3 ราคาของอาหารริมทางมีความเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ	3.90	.779	มาก
<b>4. ด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง</b>	<b>3.88</b>	<b>.616</b>	<b>มาก</b>
4.1 ท่านคิดว่าอาหารริมทางมีรสชาติอาหารที่ถูกปากทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ	3.89	.802	มาก
4.2 ท่านคิดว่าร้านอาหารริมทางไม่ก่อให้เกิดโรคต่างๆ เช่น โรคอ้วน ความดันโลหิต โรคไต โรคท้องร่วง อื่นๆ	3.58	.986	มาก
4.3 ร้านอาหารริมทางมีความรวดเร็วในการประกอบอาหาร	4.03	.776	มาก
4.4 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเปิด - ปิด ให้บริการ และจำนวนวันที่เปิด-ปิดให้บริการ	4.04	.751	มาก
<b>5. ด้านการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง</b>	<b>3.95</b>	<b>.621</b>	<b>มาก</b>
5.1 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารริมทางด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีแรงกดดัน	3.99	.771	มาก
5.2 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารริมทางจากการแนะนำของคนอื่น	3.85	.828	มาก
5.3 ท่านจะกลับไปซื้ออาหารริมทางอีกหากมีโอกาส	4.00	.779	มาก
5.4 ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ไปเลือกซื้ออาหารริมทาง	3.87	.829	มาก
5.5 การจัดการตกแต่งร้านอาหารริมทางให้มีการดึงดูดลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน	4.05	.790	มาก
<b>รวมทุกด้าน</b>	<b>3.88</b>	<b>.548</b>	<b>มาก</b>

4. ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้ที่ร่วมบริโภค และเหตุผลในการบริโภค และปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้ที่มาร่วมบริโภค เหตุผลในการบริโภค และประเภทอาหารที่นิยม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียนจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง		พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง						
ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	สถานที่	กับใคร	ช่วงเวลา	เหตุผล	ความนิยม	สื่อ	
เพศ	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
อาชีพ	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	
รายได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	
สถานภาพ	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	
ระดับการศึกษา	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ มีความสัมพันธ์  
 เครื่องหมาย ✗ ไม่มีความสัมพันธ์

## 9. บทสรุป

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง พบว่า ความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ สถานที่ในการบริโภคที่ริมหาดจอมเทียน ผู้ที่ร่วมบริโภคคือเพื่อน/คู่รัก ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลา 18.00-19.00 น. เหตุผลในการบริโภคมีอาหารหลากหลายประเภท ประเภทอาหารที่เลือกบริโภคเป็นอาหารทะเล เช่น กุ้ง หมึก หอย เป็นต้น และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง คือ การรีวิวบนสื่อโซเชียล

2. ระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับ 3 ลำดับ พบว่าด้านการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง รองลงมา ด้านความคุ้มค่าราคา และด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางทุกด้าน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้ที่มาร่วมบริโภค เหตุผลในการบริโภค และประเภทอาหารที่นิยม

## 10. อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคบริเวณหาดจอมเทียนพบว่า ความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ สถานที่ในการบริโภคที่ริมหาดจอมเทียนโดยมีผู้ร่วมบริโภคคือเพื่อน/คู่รัก มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วงเวลา 18.00-19.00 น. เหตุผลในการบริโภคเพราะอาหารริมทางมีอาหารหลากหลายประเภท รวมถึงประเภทอาหารที่เลือกบริโภคเป็นอาหารคาวประเภททะเล เช่น กุ้ง หมึก หอย และประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง คือ การรีวิวบนสื่อโซเชียล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saranthorn Udomsin [7] ที่กล่าวว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารริมทางส่วนใหญ่มาร่วมทานกับเพื่อน/ คู่รัก ช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วง 18.00-19.00 น. และความชื่นชอบในอาหารริมทางเป็นอาหารคาว คือ ปลากระพงทอด รวมทั้ง Natnicha Limpanawas [9] พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทร้านริมบาทวิถีมีประเภทอาหารที่ชื่นชอบคืออาหารคาวมากที่สุด รวมทั้ง Charoenchai Ekmapaisan, Siriporn Khetchenkarn and Supatthana

Techochalalai [10] ได้ศึกษาพบเช่นเดียวกันว่าผู้บริโภคที่บริโภคอาหารริมทางเกิดจากความชื่นชอบของความหลากหลายของอาหารที่แสดงถึงวัฒนธรรมและสังคมของท้องถิ่นอาหารนั้น และ Natthaphon Ongphet, Thitima Rattanaphong, Phiangphit Sriprasert, and Kirathakon Bunrod [16] พบว่าบุคคลสำคัญรอบข้าง และกระแสสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก พบว่าด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ด้าน คือด้านการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง ด้านความคุ้มค่าราคา และด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง สอดคล้องกับ Patchara Juam and Noppadon Towichaikun [8] ที่พบว่าทัศนคติในการเลือกใช้บริการในด้านความคุ้มค่าและความรู้สึกมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร อีกทั้ง Charoenchai Ekmapaisan, Siriporn Khetchenkarn and Supatthana Techochalalai [10] พบว่าทัศนคติในการบริโภคมีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารริมทาง และ Tharnupat Jithpakdeepornrat and Santidhorn Pooripakdee [15] พบว่าอัตลักษณ์ของอาหารริมทาง ความตั้งใจซื้อ ความพึงพอใจและการบอกต่ออยู่ในระดับมาก คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ การให้บริการ รูปแบบและรสชาติหลากหลาย และราคาที่ไม่แพง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี พบว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในทุกด้าน เมื่อพิจารณารายปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้เข้าร่วมบริโภค และเหตุผลในการบริโภค สอดคล้องกับ Saranthorn Udomsin [7] พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ภูมิภาค สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง และ Patchara Juam and Noppadon Towichaikun [8] พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางเช่นเดียวกัน และปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้เข้าร่วมบริโภค เหตุผลในการบริโภค และประเภทอาหารที่นิยม สอดคล้องกับ Natnicha Limpanawas [9] ได้กล่าวว่าปัจจัยด้านการปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัย ปลอดภัย และด้านราคาอาหารมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางวิธี และ Charoenchai Ekmapaisan, Siriporn Khetchenkarn and Supatthana Techochalalai [10] กล่าวว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่าด้านราคา ทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค

## 11. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านการบริโภคอาหารร่วมกับเพื่อน/ คู่รัก แสดงให้เห็นว่าการมาใช้บริการร้านอาหารริมทางที่มีจำนวนผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างโปรโมชั่นการขาย หรือ การประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มเพื่อน/ คู่รักตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้

1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านประเภทอาหารที่เลือกบริโภคเป็นอาหารคาวประเภททะเล เช่น กุ้ง หหมึก หอย ทำให้ผู้ประกอบการอาหารริมทางจึงต้องคำนึงถึงความสด สะอาด ใหม่ และพึงระวังสิ่งปนเปื้อนในอาหารทะเลได้

1.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารริมทาง คือ การรีวิวบนสื่อโซเชียล แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์มีผลต่อการรับประทานอาหารริมทางเป็นอย่างดี ดังนั้นเพื่อให้เกิดการเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการมากขึ้น จึงมีการนำเสนอร้านอาหารริมทางที่เป็นที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย ให้กับผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

1.4 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารริมทางในภาพรวม ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ สุขอนามัย ความคุ้มค่า ราคา ทัศนคติที่มีต่ออาหารริมทาง และการตัดสินใจซื้ออาหารริมทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางในด้านผู้ที่มาร่วมบริโภค เหตุผลในการบริโภค และประเภทอาหารที่นิยม แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของผู้บริโภคเอง ดังนั้นการสร้างคุณค่าให้กับอาหารริมทางจึงต้องสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การสร้างคุณภาพของอาหารริมทางให้เกิดความยั่งยืนในด้านสุขภาพของผู้บริโภคได้

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเฉพาะกลุ่มของผู้บริโภคในหาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี ในครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสามารถนำข้อมูลพื้นฐานตามความต้องการของนักท่องเที่ยวไปสู่การพัฒนาคุณภาพอาหารริมทางให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนได้

2.2 การขยายขอบเขตวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น รวมทั้งเป็นการได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพอาหารริมทางให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

## 12. เอกสารอ้างอิง

- [1] Wanlapa Potasin, Saowanee Ladnoi, Sarawoot Nienvitoon and Obcheuy Wongtong. (2019). Factors Affecting Bangkok Residents' Behavior on Street Food Consumption. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 38(5), 34-44. (In Thai)
- [2] Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning (ONEP). (2024, April 20). *Jomtien Beach*. <https://naturalsite.onep.go.th/site/detail/177>. (In Thai)
- [3] Pichaya Sangtoop and Charoenchai Agmapisarn. (2018). A study of push and pull factors influencing Thai consumers' purchase behavior of street food: Case study of yaowarat (Chinatown), Bangkok. *Chulalongkorn Business Review*, 40(156), 103–145. (In Thai)
- [4] Suthira Pankaew, Wanwisa Ploy Insawang, Chalit Chiabphimai, Amornrat Sutthithamanon and Dusitporn Hokta. (2022). *Factors Affecting the Decision of Consuming Street Food for Foreign Tourists in Hatyai District, Songkhla Province*. {Paper presentation p.3141-3150}. The 13<sup>th</sup> Hatyai National and International Conference, Hatyai, Thailand. (In Thai)
- [5] Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing management* (15<sup>th</sup>ed.). New York: Pearson Education Inc.
- [6] Dara Teepapal and Thanawat Teepapal. (2010). *Marketing communications*. Bangkok: Amon Printing. (In Thai)
- [7] Saranthorn Udomsin. (2022). *Guidelines for Street Food Service in Songkhla Province*. A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration Prince of Songkhla University. (In Thai)
- [8] Patchara Juiam and Noppadon Towichaikun. (2020). Components of the street food consumption attitude towards the decision making behavior of street food shoparound Phra Pathom Chedi of Silpakorn University students. Sanam Chan Palace Campus. *Journal of MCU Haripunchai Review*, 4(1), 63-76. (In Thai)



- [9] Natnicha Limpanawas. (2018). *Study of behavior and factor for Street food consumption of thai's tourists in Chiang Mai*. This dissertation is part of the study according to the curriculum Master of Management Degree, College of Management Mahidol University. (In Thai)
- [10] Charoenchai Agmapisarn, Siriporn Khetjenkarn and Suphattana Tachochalalai. (2020). A Study of Bangkok Street Food Consumption and Its Effects on Consumer Attitude and Behavioral Intention. *Chulalongkorn Business Review*, 42(1), 21-42. (In Thai)
- [11] Thitipat Phakprot. (2019). *Guideline about promotion and development of street food in popular tourist spots of Thailand*. Master of Home Economics (Home Economics), Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. (In Thai)
- [12] Yanisa Mitgosoom. (2020). *Street Food Destination Image Development Through Foreign Tourists' Perspective: A Case Study of Yaowarat, Bangkok*. Master of Arts (Integrated Tourism Management), Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration. (In Thai)
- [13] Natrida Mongkolkiri and Charoenchai Ekmapaisan. (2018) Study of push and pull factors that influence consumption behavior. Street food for Thai tourists: a case study of Hua Hin night market Prachuap Khiri Khan Province. *BU Academic Review*, 17(1), 18-32. (In Thai)
- [14] Praphaporn Deesuksaeng and Panomsit Sonprajak. (2021). *Adaptation of restaurants along the sidewalk (STREET FOOD) during the COVID-19 situation, Pak Nam Pho Subdistrict, Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province*. International Academic Presentation Project, 114-131. (In Thai)
- [15] Thamupat Jithpakdeepornrat and Santidhorn Pooripakdee. (2021). The effects of street food identity on Generation Z customers' purchasing intention, satisfaction, and advocacy. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*, 4(1), 14-28. (In Thai)
- [16] Natthaphon Ongphet, Thitima Rattanaphong, Phiangphit Sriprasert, and Kirathakon Bunrod. (2021). Behavior and satisfaction of tourists traveling on the Khimbatwithi food tour, Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. *Mahachula Nakornrat Journal*, 8(8), 149-163. (In Thai)
- [17] Kanlaya Vanichbuncha. (2019). *Statistic for Research*. 12thEd. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)