

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING SATISFACTION

TOWARD STREET FOOD CONSUMPTION IN BANGKOK

โอปอล สุวรรณเมฆ อภิวรรตน์ กรมเมือง

Opal Suwunnamek¹, Apiwat Krommuang²

Received June 30, 2019

Revised July 25, 2019

Accepted September 10, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงร้านอาหารริมบาทวิถีซึ่งถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนที่ย้ายอยู่ในกรุงเทพมหานคร ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพธุรกิจในปัจจุบันได้ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นประชากรที่อาศัยและทำงานในกรุงเทพมหานคร และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจากสูตรของ ทาโร ยามาเนะ (Taro Yamane, 1967) และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 384 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคจากร้านอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง และรสชาติอาหาร ขณะที่ปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และสารอาหารที่ได้รับ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

คำสำคัญ: อาหารริมบาทวิถี ปัจจัยการบริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภค

Abstract

This study is aimed to analyze factors affecting satisfaction toward street food consumption in Bangkok. It is attempted to examine relationship between factors and consumer satisfaction in order to improve street food stand, one of businesses which is important for Bangkok people's lifestyle, to compete with other food businesses and business environment changes at present. In this study, population were persons who live and work in Bangkok. Sample size is determined by using the Taro Yamane's formula

¹ Department of Applied Economics, Faculty of Administration and Management, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Corresponding Author, E-mail Address: opal.su@kmitl.ac.th

² Department of Business Administration and Management, Faculty of Administration and Management, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, E-mail Address: apiwat.kr@kmitl.ac.th

(Taro Yamane, 1967). Data collection was from 384 respondents, using convenience sampling. Frequency, mean, percentage and multiple regression analysis were applied. the result showed that convenience of access and food taste were two factors that affected satisfaction, while good sanitation, price, and nutrition showed no statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: Street food, Consumption factors, Consumer satisfaction

บทนำ

กลุ่มประเทศที่ด้อยพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาถือเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนประเทศและประชากรเป็นส่วนใหญ่ของโลกซึ่งประเทศไทยเองก็เป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศดังกล่าว (Chukuezi, 2010, p. 50–57) และประเทศในกลุ่มนี้ประเด็นทางด้านอาหารเป็นประเด็นที่มีภาวะความเสี่ยงและมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาทั้งในเชิงความขาดแคลน และในเชิงคุณภาพของอาหาร ดังนั้น ธุรกิจอาหารจึงถือเป็นธุรกิจที่สำคัญและมีบทบาทต่อการสร้างรายได้และเป็นแหล่งการบริโภคอาหารของประชากรภายในประเทศและนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศในกลุ่มนี้ (Gunniga, 2009) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มร้านอาหาร ริมหาดวิถี (Street food) ที่ได้รับความนิยมและเป็นแหล่งการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนส่วนใหญ่ของประเทศ (Rheinlander, Olsen, Bakang, Takyi, Konradsen, & Samuelsen, 2008, p. 952-964)

กรุงเทพมหานครได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางที่สำคัญแห่งหนึ่งของธุรกิจริมหาดวิถี (Street food) ที่ดีที่สุดของโลกและเคยได้รับการจัดอันดับจากเว็บไซต์ www.cnn.go.com ว่ากรุงเทพมหานครเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถเลือกรับประทานอาหารได้โดยไม่ต้องเข้าไปนั่งในร้านอาหารหรูหรา ราคาแพง และสิ่งสำคัญ คือ การได้สัมผัสวัฒนธรรมการรับประทานอาหารในท้องถิ่น (Popescu, 2014, p. 62-67) ด้วยพื้นฐานด้านพฤติกรรมกรับประทานอาหารของคนไทยที่สามารถบริโภคได้ตลอดทั้งวันและรวมถึงเมนูอาหารที่มีอยู่มากมายหลากหลายจนนับไม่ถ้วนตั้งแต่ผลไม้ ไปจนถึงอาหารคาวหวาน จนได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Narumol, 2006; Rane, 2011, p. 100-106) ในเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจ ข้อมูลปี พ.ศ. 2559 มีผู้ประกอบการอิสระ (Independent) ดำเนินธุรกิจร้านอาหารริมทางประมาณ 103,000 ร้าน มีสัดส่วนร้อยละ 69 ของร้านอาหารทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าราว 228 พันล้านบาท เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และปี พ.ศ. 2560 ภาพรวมตลาดอาหารริมทางในประเทศไทยมีมูลค่า 276 พันล้านบาท (2.76 แสนล้านบาท) เติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.3 และยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 340 พันล้านบาท (3.4 แสนล้านบาท) ในปี พ.ศ. 2564 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.3 ต่อปี เพราะภาครัฐให้ความสำคัญกับการผลักดันให้อาหารริมทางเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ (จดหมายข่าวแผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ, 2561)

ปี 2018 สำนักข่าว Cable News Network (CNN) เสนอรายงานเรื่อง Best 23 cities for street food from Miami to Tokyo และได้มีการจัดอันดับให้กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีอาหารริมหาดวิถี หรือ อาหาร Street food ที่ดีที่สุดของโลกติดต่อกันเป็น 2 ปีซ้อน (Griffin Shea, 2018) ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างแวะไปสัมผัสบรรยากาศของร้านอาหารริมหาดวิถีในจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก และเมื่อพิจารณาถึงสถิติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 20 ล้านคนต่อปี โดยผลการสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายทางโลกฉบับที่ 11 ประจำปี 2561 Mastercard global destination cities index หรือ GDCL ได้ให้กรุงเทพมหานครครองตำแหน่งเป็นอันดับ 1 ของโลกจาก 162 เมือง โดยกรุงเทพมหานครสามารถครองอันดับ 1 ของโลกติดต่อกันเป็น 3 ปีซ้อนอีกด้วย (Big Cities, Big Business: Bangkok, London and Paris Lead the Way in Mastercard's 2018 Global Destination Cities Index, 2018) ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเป็นอย่างมากของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และส่งผลให้มีจำนวนเงินหมุนเวียนจากร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นจำนวนมากในย่านเศรษฐกิจที่สำคัญ

แม้ธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีจะมีความสำคัญต่อทั้งการใช้ชีวิต และเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม กลุ่มธุรกิจประเภทร้านอาหารริมบาทวิถียังมีอุปสรรคที่ขัดขวางการเจริญเติบโตอยู่หลายประการ อาทิเช่น กฎหมายควบคุมร้านอาหารริมบาทวิถีที่อยู่ในบริเวณสัญจรไปมาหรือบนทางเท้าตามจุดจอดรถต่าง ๆ การกีดขวางจราจร จำนวนผู้คนที่แออัด ระเบียบว่าด้วยการค้าของผู้ประกอบการที่สะอาดเสริมที่ปนเปื้อนไปในอาหาร การคัดเลือกวัตถุดิบ โภคที่มากับอาหารที่ไม่ได้ผ่านการปรุงสุกอย่างเหมาะสม รวมถึงความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร สุขอนามัยของภาชนะบรรจุอาหารที่ตั้งอยู่ริมบาทวิถี เป็นต้น จึงเป็นเหตุให้ทั่วประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้เริ่มให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวและหามาตรการในการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เนื่องจากผลกระทบจากอุปสรรคดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในอีกทางหนึ่งเช่นเดียวกัน (World Health Organization, 2010)

ปัจจุบันยังมีการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารริมบาทวิถีไม่มากนัก และส่วนใหญ่ทำการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร แต่ในส่วนของการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงให้การดำเนินธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นนั้นยังไม่มีการศึกษาอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นทางด้านที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี สาเหตุส่วนหนึ่งเนื่องมาจากความคิดที่ว่าร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นอาหารที่มีราคาถูกแต่ก็มีปัญหาเรื่องคุณภาพของอาหาร และคุณภาพของร้านค้ายังไม่อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถมีอำนาจต่อรองกับลูกค้าได้ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่รับประทานก็เนื่องจากความจำเป็นในด้านต่าง ๆ เช่น การมีรายได้น้อย การมีเวลาในการรับประทานที่จำกัดจึงไม่สามารถที่จะมีทางเลือกอื่น ๆ ได้มากนัก แต่ในปัจจุบันรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีเริ่มมีการพัฒนารูปแบบมากขึ้นกว่าร้านค้าในยุคเก่าและมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น เช่น การตกแต่งร้านให้สวยงาม การคัดเลือกภาชนะบรรจุอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงจนถึงการมีตราสินค้าปรากฏอยู่บริเวณต่าง ๆ ของร้านค้าและภาชนะบรรจุ เช่น ร้านค้าก๋วยเตี๋ยวที่มีลักษณะเป็นเฟรนไชส์ หรือร้านอาหารประเภทที่ขนย้ายได้เรื่อยๆ หรือฟู้ดทรัค (Food truck) เป็นต้น (Aluko, Ojeremi, Olakele, & Ajidagba, 2014, p. 165-171; Khongtong, Ab Karim, Othman, & Bolong, 2014, p. 125-130) ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเพื่อตอบคำถามว่าปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีด้านใดบ้างที่มีผลและมีผลอย่างไรต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานครในยุคปัจจุบันที่รูปแบบของการขายอาหารริมบาทวิถีมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะไปจากอดีต เช่น มีการปรับเปลี่ยนลักษณะร้าน ภาพลักษณ์ของร้าน รวมถึงการมีบริการส่งอาหารทางแอปพลิเคชันและส่งตรงถึงผู้บริโภค อาทิ ไลน์แมน หรือ แกรปฟู้ด เป็นต้น และผลจากการศึกษาจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจได้อย่างเหมาะสมต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงสภาพธุรกิจในปัจจุบัน โดยจะเน้นในการศึกษาประชากรที่เป็นผู้บริโภคร้านอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานครเนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งรวมร้านอาหารริมบาทวิถีที่หนาแน่นและมีความหลากหลายที่สุดในประเทศและมีลักษณะของการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร

บทบาทวรรณกรรม

ธุรกิจอาหารเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ของโลกเนื่องจากอาหารเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตมนุษย์และต้องบริโภคเพื่อดำรงชีวิตต่อไป โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจอาหารในประเทศไทย คือ รสชาติอาหาร คุณค่าของอาหาร การให้บริการ และการแสดงออกถึงวัฒนธรรมไทย ปัจจุบันร้านอาหารริมบาทวิถีกำลังได้รับความนิยมทั้งจากผู้ประกอบการและผู้บริโภค เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำ ทุกคนสามารถทำธุรกิจนี้ได้ แม้จะมีเงินจำกัดก็ตามและผู้บริโภคทุกระดับสามารถเข้าถึงได้ สามารถพบปะพูดคุยกับพ่อครัวหรือแม่ครัว ได้เห็นวิธีในการปรุงอาหาร บรรยากาศผ่อนคลาย ราคาถูก แต่อย่างไรก็ตามส่วนประกอบหรือส่วนผสมของอาหารมีคุณภาพเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครบถ้วน เช่น จาน น้ำ โตะ แก้ว เป็นต้น โดยร้านอาหารริมบาทวิถีหมายถึงร้านอาหาร ที่จัดเตรียม และจำหน่ายอาหารที่ปรุงสำเร็จ หรืออาหารที่สามารถปรุงได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณสาธารณะ และขายอาหารในราคาที่ไม่สูงมาก โดยมีลักษณะเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก หาบเร่ แผงลอย หรือรถเข็น โดยเป็นแหล่งสำหรับซื้ออาหารที่สำคัญของคนในชุมชนเมือง ที่มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลาง (FAO, 2013)

โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มีการนำงานวิจัยแนวคิดต่าง ๆ อาทิ พิษขานันท์ ช่องรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2561) กล่าวถึงผลการศึกษาว่า การรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำผ่านตัวแปรส่งผ่านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง ได้แก่ ราคาและความสะดวกในการเข้าถึง มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง อัมพร จันทวิบูลย์ (2560) กล่าวถึงผลการศึกษาว่า การขายอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทยว่ายังเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ควรส่งเสริมและพัฒนา สามารถทำให้เกิดคุณค่า (Value) มูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอาชีพต่าง ๆ ได้ ตลอดจนห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำ อาทิ การเตรียมวัตถุดิบ การรักษาความสะอาด และปลายน้ำ อาทิ การให้บริการ รสชาติของอาหาร เป็นต้น วิรุฒพัชร ประเสริฐศักดิ์ (2553) กล่าวถึงความสำคัญต่อสุขภาพของประชาชนและอาหารปลอดภัยที่ประชาชนบริโภคต้องปราศจากเชื้อโรค อาหารเป็นพิษ หรือปนเปื้อนจากเชื้อโรคทางเดินอาหารและสารเคมี โดยสุขลักษณะในการผลิตอาหารต้องคำนึงถึงสุขลักษณะของผู้ประกอบการ กรรมวิธีในการประกอบอาหาร พื้นที่ที่ใช้ในการผลิตอาหารและอุปกรณ์ และทำเลที่ตั้ง วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2553) กล่าวว่า ทำเลที่ตั้งจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางธรรมชาติในการดำเนินงาน แต่โดยส่วนมากแล้ว ไม่มีทำเลที่ตั้งใดจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกด้าน นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยังต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้าโดยธุรกิจจะมีการเลือกปัจจัยเป็นลำดับแรกๆ ในการเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการ สนนง อุณาภูล (2525) กล่าวว่า สิ่งที่บริโภคได้และมีประโยชน์ต่อร่างกาย หรือสิ่งที่รับประทานเข้าไปแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย หากสิ่งใดที่รับประทานเข้าไปแล้วไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แต่เกิดโทษต่อร่างกาย ไม่จัดว่าสิ่งนั้นเป็นอาหาร ได้แก่ ผงชูรส สารกันบูด เหล้า เบียร์ เป็นต้น

จากการพิจารณาศึกษาถึงแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบผลการศึกษาในภาพรวมของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการบริโภคร้านอาหารริมบาทวิถี โดยยังไม่มียานวิจัยใดที่มีการศึกษาเฉพาะเจาะจงลงพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เป็นเขตเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการทบทวน ศึกษา และพิจารณาถึงงานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี สามารถสรุปตัวแปรต่างๆ ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี

ชื่อผู้วิจัย (ปีที่ทำการศึกษา)	ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี				
	รสชาติอาหาร (TA)	ความมีสุขลักษณะ ที่ดี (HA)	ราคา (PRI)	ความสะดวกใน การเข้าถึง (CA)	สารอาหารที่ ได้รับ (NA)
พิชชานันท์ ช่อรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2561)			/	/	
วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2553)			/	/	
วิรัชพัชร ประเสริฐศักดิ์ (2553)		/	/	/	/
สันห์จุฑา จำรูญรัตน์ (2559)			/	/	
สนอง อุณากร (2558)		/			/
สถาบันนวัตกรรมความรู้ (2555)	/				/
ประสงค์ พุกษานานนท์ (2556)		/			
อัมพร จันทวิบูลย์ (2560)	/			/	/
เฮลท์แคร์ (2554)	/				/
Narumol Nirathron (2006)			/	/	/
Cletus Acho Chi (2002)		/	/		
Louise E. Lee et al., (2012)		/	/		

สมมติฐานในการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารที่ประกอบด้วย รสชาติอาหาร (TA) ความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) ความสะดวกในการเข้าถึง (CA) และสารอาหารที่ได้รับ (NA) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งหมดในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,692,284 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจากสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967) จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 384 คน โดยผู้วิจัยพิจารณาเจาะจงพื้นที่เก็บข้อมูลที่เป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านค้าหรือผู้บริโภคจำนวนมาก เป็นย่านชุมชนหรือย่านที่มีการขนส่งสาธารณะที่มีร้านจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีหนาแน่น โดยได้เลือกทำการเก็บข้อมูลใน 6 พื้นที่

คือ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เขาวราช สีลม จตุจักร บางกะปิ หัวลำโพง จากนั้นใช้วิธีการสอบถามจากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี ทั้งที่นั่งทานที่ร้านและซื้อกลับไปรับประทาน จนครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งลักษณะของคำถามที่ใช้เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถี และส่วนที่ 3 เป็นคำถามในส่วนของตัวแปรตามซึ่งข้อคำถามจะเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีของผู้บริโภค วิเคราะห์ผลการศึกษาดังกล่าวด้วย โปรแกรม SPSS ที่ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) การวัดค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability test) ในการศึกษานี้ทำการทดสอบหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยการวัดค่า Corrected Item-total correlation ของข้อคำถามทุกข้อ อยู่ภายในเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-0.75 และผลจากการวิเคราะห์ค่า Cronbach's alpha มีค่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามของทุกข้ออยู่ในระดับดีและมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับยอมรับได้

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n=384		
รูปแบบการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	134	34.9
หญิง	250	65.1
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	150	39.1
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	194	50.5
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.4
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	172	44.8
15,001 – 25,000 บาท	110	28.6
25,001 – 35,000 บาท	40	10.4
35,001 – 45,000 บาท	20	5.2
45,001 – 55,000 บาท	20	5.2
มากกว่า 55,000	22	5.7
ชนิดของอาหารที่รับประทาน		
อาหารจานหลัก	99	25.7
ขนมหวานหรือไอศกรีม	44	11.5
ก๋วยเตี๋ยว	80	20.9
เครื่องดื่ม	63	16.3
ของทานเล่น	44	11.6
ผลไม้	50	12.9
อื่นๆ	4	1.1

ตารางที่ 2 (ต่อ)

n=384		
รูปแบบการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลาในการบริโภค		
มือเช้า	87	22.6
มือกลางวันถึงบ่าย	149	38.8
มือเย็น	122	31.9
มือดึก	26	6.7
ค่าใช้จ่ายในการรับประทาน/ คน/ ครั้ง โดยเฉลี่ย		
30-50 บาท	156	40.6
51-100 บาท	188	49.1
101-300 บาท	40	10.3
ระยะเวลาในการรับประทาน/ ครั้ง โดยเฉลี่ย		
0 – 15 นาที	46	12.2
16 – 30 นาที	214	55.6
31 – 60 นาที	114	29.7
1 – 2 ชั่วโมง	10	2.5

จากตารางที่ 2 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค จำนวน 384 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 และเพศชาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีจำนวนมากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ถัดมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 ตามด้วยระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 โดยมีรายได้เฉลี่ยมากที่สุดต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา มีรายได้อยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และรายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4

นอกจากนี้ยังพบว่า ชนิดของอาหารที่ผู้บริโภคซื้อมารับประทานเป็นอาหารหลักมากที่สุด 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ก๋วยเตี๋ยวมีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ถัดมา คือ เครื่องดื่มมีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และผลไม้ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ส่วนมือกลางวันถึงบ่ายเป็นเวลาที่ผู้บริโภคเลือกรับประทานมากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มือเย็นมีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 มือเช้ามีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และมือดึกมีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผลการวิเคราะห์ค่าตามปลายเปิดเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คำตอบดังนี้ พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานต่อคนต่อครั้งที่มีผู้บริโภคนิยมรับประทานมากที่สุด คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.1 ถัดลงมา คือ 30-50 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.6 และตามด้วย 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 ด้านระยะเวลาที่ใช้รับประทานมากที่สุด คือ 16-30 นาที/ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.6 ระยะเวลา 31-60 นาที/ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระยะเวลา น้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.2 และ 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิดการศึกษา

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่ประกอบด้วยรสชาติอาหาร (TA) ความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) ความสะดวกในการเข้าถึง (CA) สารอาหารที่ได้รับ (NA) เพื่อการทดสอบก่อนนำไปวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) พบว่า ไม่มีตัวแปรใดที่มีค่าความสัมพันธ์กันเกิน 0.80 ตามเกณฑ์ที่กำหนด (กัลยา,2546) จึงถือได้ว่าไม่เกิด

ปัญหาความสัมพันธ์ร่วมกัน โดยมีตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด คือ ระหว่างตัวแปรรสชาติอาหารกับตัวแปรความมีสุขลักษณะที่ดีของอาหาร มีค่าเท่ากับ 0.42 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุดอยู่ระหว่างความสะดวกในการเข้าถึงกับสารอาหารที่ได้รับ มีค่าเท่ากับ 0.16

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) บัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่ประกอบด้วย รสชาติอาหาร (TA) ความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) ความสะดวกในการเข้าถึง (CA) สารอาหารที่ได้รับ (NA) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงสมการถดถอยพหุคูณในรูปแบบสมการทั่วไป

Y	สมการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร
TA	รสชาติอาหาร
HA	ความมีสุขลักษณะที่ดี
PRI	ราคา
CA	ความสะดวกในการเข้าถึง
NA	สารอาหารที่ได้รับ

ค่า α = ค่าคงที่ (constant), β_n = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) บัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร

บัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหาร	ค่าเฉลี่ย	ค่าสัมประสิทธิ์ B	ค่านัยสำคัญ	ค่า t	ค่า Tolerance	ค่า VIF
รสชาติอาหาร (TA)	4.0 0	0.12	0.00**	4.165	.827	1.209
ความมีสุขลักษณะที่ดี (HA)	4.24	-0.02	0.61	-1.534	.822	1.216
ราคา (PRI)	3.69	-0.04	0.29	-1.065	.876	1.142
ความสะดวกในการเข้าถึง (CA)	3.94	0.24	0.00**	6.538	.922	1.0 85
สารอาหารที่ได้รับ (NA)	2.50	-0.02	0.43	1.764	.945	1.059
ค่าคงที่		0.09	0.00**			

ค่า R square = 0.18, ค่า SEE = 0.52, ค่า F = 14.0 0, ค่า sig of F = 0.00

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากตารางที่ 4 พบว่า ค่า R square เท่ากับ 0.18 หมายถึง บัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่ประกอบด้วย รสชาติอาหาร (TA) ความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) ความสะดวกในการเข้าถึง (CA) สารอาหารที่ได้รับ (NA) สามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ได้ร้อยละ 18 และอีกร้อยละ 82 เป็นบัจจัยที่ไม่ได้นำมาศึกษา ซึ่งความสะดวกในการเข้าถึง (CA) มีผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเชิงเส้นตรงมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.24 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 รองลงมา คือ รสชาติอาหาร (TA) มีผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในเชิงเส้นตรงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.12 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนตัวแปรความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และสารอาหารที่ได้รับยังไม่สามารถสรุปได้ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งร้านอาหารริมบาทวิถีมีความหลากหลายของประเภทอาหาร ทั้งอาหารจานหลัก อาหารกินเล่น หรือผลไม้ต่างๆ ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของเพศหญิงได้ ด้านระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจากมีข้อจำกัดที่เป็นลักษณะของร้านอาหารริมบาทวิถี เช่น ด้านรายได้ ด้านราคาอาหาร หรือความคาดหวังของรสชาติอาหารต่างๆ ซึ่งจะมีน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีที่มีความรู้และความเข้าใจในด้านต่างๆ มากกว่า ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท รองลงมา 15,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับระดับการศึกษาตามสาเหตุที่กล่าวมา ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่า ชนิดของอาหารที่รับประทานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อาหารจานหลัก ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายการรับประทานอาหารเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 51-100 บาท และระยะเวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 16-30 นาที เนื่องจากอาหารริมบาทวิถีสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่รวดเร็ว ปริมาณที่คุ้มค่า และมีราคาที่ย่อมเยาได้

ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานครประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านรสชาติอาหาร (TA) และ ความสะดวกในการเข้าถึง (CA) แต่ในส่วนของปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) สารอาหารที่ได้รับ (NA) ผลการทดสอบพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ทั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานครได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านรสชาติอาหาร (TA) มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเนื่องจากร้านอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มักมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น รูปแบบร้านที่เป็นรถเข็น หรือร้านที่มีโครงสร้างแบบชั่วคราวไม่สวยงามมากนัก และการจัดการในเรื่องอื่นๆ ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เช่น ประเภทของอาหาร ราคาของอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ปรุงอาหาร คุณภาพจานชามที่ยังไม่ดีนักเมื่อเทียบกับธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มอื่นๆ (Khongtong, et al., 2014, p. 125-130) ดังนั้น สิ่งผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจนและสามารถเปรียบเทียบได้ คือ รสชาติของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา (Zeng, et al., 2014, p. 212-218) พบว่า ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีโดยพิจารณาจากรสชาติและมักมีการแนะนำแบบปากต่อปาก (Word of mouth) หากร้านอาหารร้านนั้นมึรสชาติดีผู้บริโภคจะบอกกล่าวไปยังบุคคลใกล้เคียง

2. ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึง (CA) มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีเนื่องจากกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นเมืองใหญ่และมีประชากรหนาแน่นทั้งในย่านธุรกิจและย่านที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรที่ปฏิบัติงานในอาคารสำนักงานหรือตึกสูงต่างๆ ที่มีเวลาในการบริโภคอาหารไม่มากนักในแต่ละมื้อโดยมือเข้าและเย็นมักเสียเวลาไปกับการเดินทางในสภาพการจราจรที่ติดขัดหรือมือกลางวันที่มีเวลารับประทานอาหารเพียงหนึ่งชั่วโมง ดังนั้น ความสะดวกในการเข้าถึง จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในสภาพของสังคมแบบนี้ ซึ่งลักษณะพื้นฐานของร้านอาหารริมบาทวิถีของไทยมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่สาธารณะริมถนนสายหลัก และอยู่ในย่านธุรกิจตามพื้นที่ว่างระหว่างอาคารสูง หรืออยู่ในชุมชนใหญ่ จึงสะดวกต่อผู้บริโภคในการเข้าถึง (Burusukul, Binkley, & Sukalakamala, 2011, p. 9656-981; Rajagopal, 2010, p. 77-110)

และในส่วนของปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) ราคา (PRI) และสารอาหารที่ได้รับ (NA) สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา (PRI) อาหารในร้านอาหารริมบาทวิถีมีราคาไม่สูงนักผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้และแต่ละร้านจะกำหนดราคาอาหารไม่แตกต่างกันมากนักหรือเท่ากันหากเป็นอาหารในกลุ่มเดียวกัน (FAO, 2013) ผู้บริโภคจึงไม่รับรู้ถึงความแตกต่างในเรื่องของราคา ประกอบกับราคาอาหารของร้านอาหารกลุ่มนี้มีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารกลุ่มอื่นดังนั้น ความคาดหวังของอาหารที่ได้รับกับราคาที่จ่ายไปจึงไม่มากนักดังนั้น ราคาจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจถึงความพึงพอใจหรือไม่พอใจ (Da Cunha, Stedefeldt, & de Rosso, 2014, p. 167-174)

2. ปัจจัยทางด้านความมีสุขลักษณะที่ดี (HA) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคทุกคนใช้ตัดสินใจก่อนเลือกรับประทานอาหารทุกประเภทอยู่แล้ว ซึ่งความมีสุขลักษณะที่ดีในระดับที่จะทำให้ผู้บริโภคเจ็บป่วยจึงเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคทุกคนใช้ตัดสินใจก่อนเลือกรับประทานอาหารทุกประเภทอยู่แล้ว จึงไม่มีผลต่อความความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารริมบาทวิถี ซึ่งสาเหตุอาจเนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้และเคยชินกับสภาพของร้านอาหารประเภทข้างทาง หรืออาจจะมีประสบการณ์ตั้งแต่เด็ก ๆ ที่รอบครัวเคยพาไปรับประทาน ดังนั้น จึงเกิดความคุ้นชินกับสภาพของร้านอาหารริมบาทวิถี ประกอบกับร้านอาหารริมบาทวิถีมีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนักในเรื่องของความถูกสุขลักษณะ อาทิ วิธีการเตรียมวัตถุดิบหรือวิธีการทำความสะอาดถ้วยจาน และเมื่อผู้บริโภคจะดำเนินการตัดสินใจในการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีจึงอาจไม่ได้ใช้ประเด็นทางด้านความถูกต้องตามสุขลักษณะมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลุ่มนี้มากนัก (Privitera, & Nesci, 2015, p. 716-722) (Sun, Liguori, Moussavi, & Mehta, 2015, p. 417-426)

3. ปัจจัยด้านสารอาหารที่ได้รับ (NA) สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านสารอาหารที่ได้รับ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เป็นไปในลักษณะเดียวกันกับเหตุผลของปัจจัยทางด้านความมีสุขลักษณะที่ดี คือ ผู้บริโภคต่างมีความคุ้นชินกับอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีมาตั้งแต่วัยเด็ก รวมถึงอาหารหลายประเภทที่ขายในร้านอาหารริมบาทวิถี เป็นอาหารที่เน้นรสชาติหรือความอร่อยมากกว่าสารอาหารที่ได้รับ เช่น เครื่องดื่ม ผลไม้ดอง หรือขนมหวานประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ผู้บริโภคจึงไม่ได้ให้ความสนใจในประเด็นทางด้านสารอาหารที่ได้รับมากนัก (Aluko, et al., 2014, p. 165-171)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า รสชาติของอาหารมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคต่างมีความคาดหวังเมื่อรับประทานในมื้ออาหารหนึ่ง ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบของร้านอาหารริมบาทวิถีจึงต้องให้ความสำคัญต่อการปรุงอาหารให้มีรสชาติที่ดี และมีมาตรฐานในการปรุง เพื่อให้อาหารทุกจานมีรสชาติที่เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงมีการพัฒนารสชาติจากการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงและเพิ่มการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเนื่องจากปัญหาสภาพการจราจรในปัจจุบันของกรุงเทพมหานคร และความเร่งรีบต่าง ๆ ทำให้ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกร้านที่อยู่ใกล้ที่พัก ที่ทำงาน หรือสามารถเข้าถึงร้านได้โดยง่าย ดังนั้น การเลือกทำเลที่ตั้งร้านที่ผู้บริโภคสามารถเดินทางได้สะดวก หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง อาทิ ใกล้การคมนาคมที่เป็นระบบการขนส่งสาธารณะ หรือการมีที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เดินทางโดยรถส่วนตัวก็จะสามารถเพิ่มโอกาสในการมีลูกค้าที่มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จดหมายข่าวแผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ. (2561). *แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ*, ปีที่ 6 ฉบับที่ 2.. มูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2562, จาก <http://www.fhpprogram.org/media/pdfs/newsletter/bedbc42f5262e10add5365b905332e4a.pdf>
- พิชชานันท์ ช้องรักษา และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำ ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 9(17), 1-20.
- วิรัชพัชร ประเสริฐศักดิ์. (2553). *แนวคิดและคำนิยามของความมั่นคงทางอาหาร*. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2558. จาก <http://www.polsci.tu.ac.th/fileupload/36/24.pdf.2553>
- วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ. (2553). *การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2558, จาก <http://www.Thailandindustry.com/guru/view.php?id=11764§ion=9&rcount=Y.2553>
- สถาบันนวัตกรรมความรู้อาชีววิทยาลัยมหิดล. (2555). *การรับรส*. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2558, จาก http://www.il.mahidol.ac.th/e-media/nervous/3_9.htm.2555
- สนอง อุณาภูล. *คู่มือผู้ป่วยโรคเบาหวาน* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เลียงเชียง. 2525.
- สันทิ์จุฑา จารุญรัตน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ (พาณิชยศาสตร์และการบัญชี). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัมพร จันทวิบูลย์. (2559). *การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สังคมเมือง และสนับสนุนเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวไทย (ภูเก็ต)*. กรุงเทพฯ: สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.
- เฮลท์แคร์. (2554). *อาหารและโภชนาการ*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2558, จาก <http://bit.ly/1HJa4GO.2554>
- Aluko, O. O., Ojeremi, T. T., Olakele, D. A., & Ajidagba, E. B. (2014). Evaluation of Food Safety and Sanitary Practices Among Food Vendors at Car Parks in Ile Ife, Southwestern Nigeria. *Food Control*, 40, 165-171.
- Big Cities, Big Business: *Bangkok, London and Paris Lead the Way in Mastercard's 2018 Global Destination Cities Index*. (2018). Retrieve from, <https://newsroom.mastercard.com/press-releases/big-cities-big-business-bangkok-london-and-paris-lead-the-way-in-mastercards-2018-global-destination-cities-index/>
- Burusnukul, P. Binkley, M., & Sukalakamala, P. (2011). Understanding Tourist's Patronage of Thailand Foodservice Establishments: An Exploratory Decisional Attribute Approach. *British Food Journal*, 113, 965-981.
- Chukuezi, C. O. (2010). Safety and hygienic practices of street food vendors in Owerri, Nigeria. *Studies in Sociology of Science*, 1, 50-57.
- Cletus Acho Chi. (2002). The Mobile Street Food Services a Practices in Urban Economy, Cameroon. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 23, 131-148.
- Da Cunha, D. T., Stedefeldt, E., & de Rosso, V. V. (2014). The Role of Theoretical Food Safety Training on Brazilian Food Handlers' Knowledge, Attitude And Practice. *Food Control*, 43, 167-174.

- FAO (Food and Agricultural Organisation of the United Nations). (2013). *Food for the cities: Street foods*. Retrieved from, <http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>
- Griffin Shea. (2018). *Best 23 Cities for Street Food from Miami to Tokyo*. Retrived August 8, 2018, from <https://edition.cnn.com/travel/article/best-cities-street-food/index.html>
- Gunniga, N. (2009). *Eating outside and safe food: ABAC*. Retrieved from, <http://abacpoll.au.edu>.
- Khongtong, J., Ab Karim, S., Othman, M., & Bolong, J. (2014). Consumption Pattern and Consumer's Opinion toward Street Food in Nakhon Si Thammarat Province, Thailand. *International food Research Journal*, 21, 125-130.
- Louise E. Lee, Omar Niode, Amarat H. Simonne, & Christine M. Bruhn (2012). Consumer Perceptions on Food Safety in Asian and Mexican Restaurants. *Elsevier*, 26, 531–538.
- Narumol, N. (2006). *Fighting Poverty from The Street: A survey of street food vendors in Bangkok*, International labour Office. Bangkok: Thailand.
- Popescu, G. H. (2014). the economics of online targeted advertising. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 2, 62-67.
- Privitera, D., & Nesci, F. S. (2015). Globalization vs Local. The Role of Street Food in The Urban Food System. *Procedia Economics and Finance*, 22, 716-722.
- Rajagopal, (2010). Street Markets in Influencing Urban Consumer Behavior in Mexico. *Latin America Business Review*, 11, 77-110.
- Rane, S. (2011). Street Vended Food in Developing World: Hazard. *Indian Journal of Microbiology*, 51, 100-106.
- Rheinlander T., Olsen M, Bakang J. A., Takyi H., Konradsen F., & Samuelsen H. (2008). Keeping Up Appearances: Perceptions of street food safety in urban Kumasi, Ghana. *Journal of Urban Health*, 85, 952-964.
- Sun, Y., Liguori, K., Moussavi, P., & Mehta, K. (2015). Piloting a Healthy Street Food Venture in Kenya: Lessons learned. *Procedia Engineering*, 107, 417-426.
- World Health Organization (WHO). (2010). *Basic Steps To Improve Safety of Street-Vended Food*. International Food Safety Authorities Network (INFOSAN).
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed). New York: Harper, & Row.