



พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ
ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิม
พระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

Noodle Consumption Behavior and Complacency of Products for
Personals of The Government Complex Commemorating
His Majesty The King's 80 th Birthday Anniversary,
5 th December, B.E.2550

ชาริสา แสงทองอร่าม
CHARISA SANGTHONGARAM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2558

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณผู้มีอุปการะคุณ ดังนี้ ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่เมตตาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขและข้อคิดเห็นต่างๆจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ ประธานคณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ที่เมตตาให้คำแนะนำและแก้ไขส่วนผิดพลาดต่างๆ ดร.วไลภรณ์ สุทธา คณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ที่เมตตาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ตลอดจนแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิญญา มานะโรจน์ อาจารย์พี่เลี้ยง ทั้งยังเมตตาให้ข้อเสนอแนะในการทำงานจนวิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือนในการวิจัย อันประกอบด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา รุจิรกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา ผาติเสนะ ดร.กนกพร ฉิมพลี อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และรองศาสตราจารย์สุรีย์ แถวเที่ยง อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ขอขอบคุณนายชาญ-นางกัญประภักดิ์ แสงทองอร่าม บิดา-มารดา ผู้ให้กำเนิดที่ให้ความรัก การศึกษา กำลังใจ และความปรารถนาดีมาตลอด ขอขอบคุณบุคลากรที่ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์

นอกจากรายนามที่กล่าวมาแล้ว ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณผู้มีส่วนให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ทุกท่าน และขออภัยที่ไม่สามารถกล่าวถึงได้หมด ความดีอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอยกให้แก่ผู้มีอุปการคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

ชาริสา แสงทองอร่าม

ชื่อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
ชื่อ - สกุล	ชาริสา แสงทองอร่าม
ชื่อปริญญาบัตร	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าร้านก๋วยเตี๋ยวที่ทำงานภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.70-0.80 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของกลุ่มตัวอย่าง นิยมบริโภคเส้นบะหมี่ เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว คือ รสชาติ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำเป็นรสชาติที่นิยมบริโภค ก๋วยเตี๋ยวหมู-หมูตุ๋น เป็นประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค ส่วนใหญ่นิยมบริโภคที่ร้าน อาหารแก้มกับก๋วยเตี๋ยว คือ ผักดิบ-ผักสด จำนวนคนที่ร่วมบริโภค 4-6 คน ช่วงเวลาที่บริโภค 11:01-13:00 น. บริโภค 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่บริโภค 1 ชาม/ครั้ง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ก๋วยเตี๋ยว

Thesis title	Noodles Consumption Behavior and Satisfaction with the product's noodle shop personnel Government Complex 80th December 5, 2550
Author	Charisa Sangthongaram
Degree	Master of Home Economics
Major program	Home Economics
Year	2015

ABSTRACT

The purposes of this study were 1.The purpose is to study the consumption of noodles personnel Government Complex 80th December 5, 2550. 2.To determine your satisfaction with the products of the noodle shop's personnel Government Complex 80th December 5, 2550. 3.To compare satisfaction with the products of the noodle shop's personnel by sex, age. Education level the average income per month sample used in the study. Customers noodle shop run by the Government Complex instruments used in the study was a questionnaire with the reliability ranged from 0.70 to 0.80. The statistics used to analyze the frequency, percentage, average, standard deviation and statistical t-test and F-test.

Results found that consumers had a habit of consuming noodles. The factor affecting decision to consume any kind of noodles is the taste .The most popular type was pork noodles. Food most eaten with noodles were fresh vegetables. The number of people eating together was 4-6.The time most used for consumption was 11:01 - 13:00. The number of times consumed was 1-2 times per week. Each time most consumers consumed 1 bowl. Satisfaction difference were statistically significant at the 0.05 level by age, and average income per month. Education did not affect difference in satisfaction.

Keywords: Consumer Behavior, Noodle Shops Product Satisfaction, Noodles, Government Complex 80th December 5, 2550

ชื่อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระ
เกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

ชื่อ นามสกุล

ชาริสา แสงทองอร่าม

ชื่อปริญญา

คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

คหกรรมศาสตร์

คณะ

เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ

(ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์)



.....กรรมการ

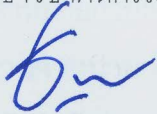
(ดร.ไวไลภรณ์ สุทธา)



.....กรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)

วันที่..... ๖เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(ง)
สารบัญตาราง	(ฉ)
สารบัญแผนภูมิ	(ญ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 กรอบแนวคิด	3
1.5 สมมติฐาน	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 กว้างเดี่ยว	6
2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	11
2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร	13
2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	16
2.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	17
2.6 คนวัยทำงาน	18
2.7 การสุขาภิบาลอาหาร	19
2.8 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550	22
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.2 อภิปรายผล	73
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	77
5.1 สรุปผลการศึกษา	77
5.2 ข้อเสนอแนะ	80
เอกสารอ้างอิง	81
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา	87
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	89
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ ประวัติการศึกษา	96 102

สารบัญตาราง

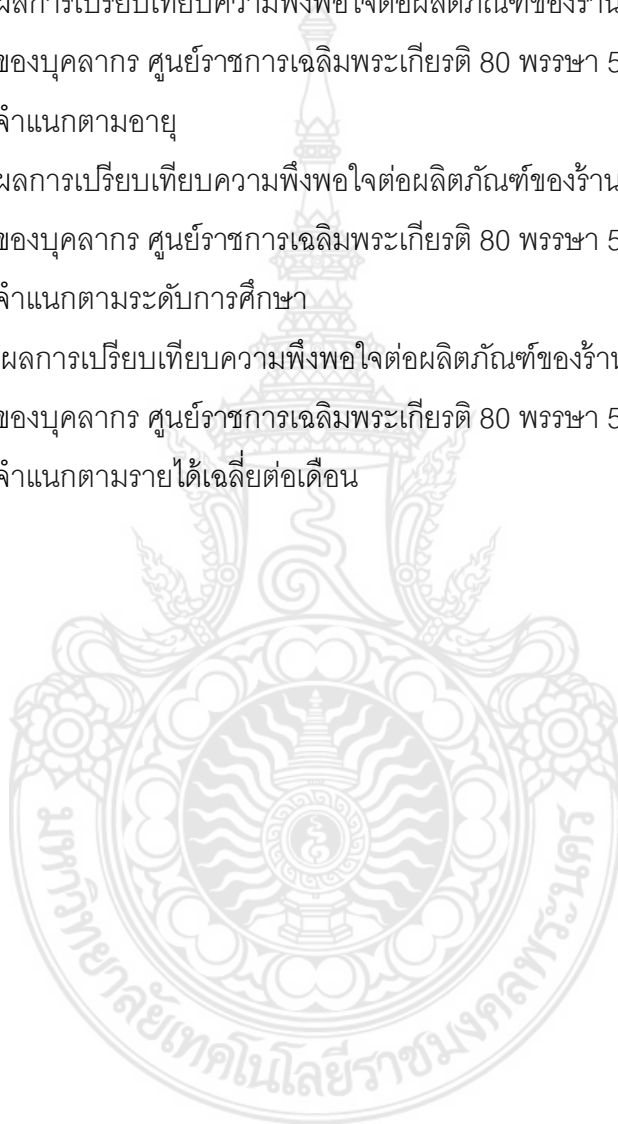
ตารางที่		หน้า
4.1	ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	37
4.2	ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	37
4.3	ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	38
4.4	ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
4.5	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตาม ประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	39
4.6	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว	40
4.7	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรสชาติก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	40
4.8	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	41
4.9	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยว	42
4.10	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามอาหารแกล้มกับก๋วยเตี๋ยว	42
4.11	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามจำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี๋ยว	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามช่วงเวลาที่ยินยอมบริโภค	43
4.13	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์	44
4.14	ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง	44
4.15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ในภาพรวมและรายด้าน	45
4.16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	46
4.17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	49
4.18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา	55
4.19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	60
4.20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเพศ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามอายุ	68
4.22	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามระดับการศึกษา	70
4.23	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71



สารบัญแนภูมิ

ตารางแนภูมิที่	หน้า
2.1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหาร	13
2.2 ขั้นตอนสื่อกลางนำโรคสู่อาหาร	19



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ก๋วยเตี๋ยวมาพร้อมกับคนจีนที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทย แต่จะเริ่มมีครั้งแรกสมัยไหนนั้นเป็นเรื่องยากที่จะบอกชัด คนจีนเริ่มอพยพเข้ามาจริงจังตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนกลางถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น แต่จำนวนผู้อพยพจะมากเป็นพิเศษในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ซึ่งสัมพันธ์กับการเติบโตของย่านคนจีนที่สำเพ็ง และเยาวราชในสมัยนี้ก็มีรายงานว่าเมื่อเรือแจกขายก๋วยเตี๋ยวให้เห็นแล้วแม้ก๋วยเตี๋ยวจะมากับคนจีน แต่เมื่อกาลเวลาหมุนผ่านไปคนไทยได้หันมารับประทานก๋วยเตี๋ยวและทำก๋วยเตี๋ยวยาวมากขึ้นเรื่อยๆ ก๋วยเตี๋ยวจังหวัดไทยจึงพัฒนาขึ้นประจักษ์พยานที่ดีที่สุด คือ ผัดไทย ซึ่งถือเป็นก๋วยเตี๋ยวผัดแบบไทย (ศิริลักษณ์, 2556)

ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ได้รับความนิยม บริโภคได้ตั้งแต่เด็กเล็กไปจนถึงผู้สูงอายุ สามารถเลือกใช้ของดีมีประโยชน์ทั้งเครื่องเคียงรูปแบบหลากหลาย อาทิ ผัก เครื่องเทศ สมุนไพร เนื้อสัตว์ จะมาในรูปแบบต้ม ตุ่น เคี้ยว หรือของสดๆ ลวกให้สุกพอดี ก็ได้รับความนิยมอร่อยแตกต่างกันไปตามความชอบ ได้คุณค่าทางสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ แถมด้วยน้ำซุปร้อนๆ เคี้ยวด้วยน้ำต้มกระดูกกับสมุนไพรหลากหลายชนิด จนได้รสที่หอมหวาน กลมกล่อม ชดคล่องคอ จากนั้นก็เลือกปรุงรสได้ตามใจจะให้รสจัด หรือสำหรับผู้ที่รักสุขภาพ เลือกปรุงรสชาติอ่อนๆ รับประทานแล้วสบายท้องดีต่อสุขภาพไม่น้อย ก๋วยเตี๋ยวจึงเป็นเมนูที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศทุกวัยเป็นอย่างดี (จำลองลักษณ์ และคณะ, 2557)

ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่นิยมบริโภคกันมาก โดยเฉพาะมีเอกลักษณ์ ดูได้จากร้านขายก๋วยเตี๋ยว ซึ่งมีขายอยู่แทบทุกหนทุกแห่ง มีทั้งก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวหมู ก๋วยเตี๋ยวเป็ด ก๋วยเตี๋ยวไก่ ฯลฯ การที่มีร้านขายก๋วยเตี๋ยวมายาวนานนั้นอาจสืบเนื่องมาจากคนจีน เจ้าของตำรับเป็นคนที่ชอบอาชีพค้าขาย จึงได้ถ่ายทอดให้กับคนไทย นอกจากการขายก๋วยเตี๋ยวเป็นอาชีพที่ใช้เงินในการลงทุนต่ำ กำไรก็เป็นที่น่าพอใจ มีวิธีทำที่ไม่ยุ่งยาก ทำได้รวดเร็วทันใจ และมีผู้นิยมบริโภคกันมาก เวลาพักเที่ยงทุกคนต่างมองหาร้านก๋วยเตี๋ยวที่อร่อยๆ สักร้านเพราะก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารจานด่วนที่บริโภคอร่อย ก๋วยเตี๋ยวจัดเป็นอาหารประเภทจานเดียว ที่มีคุณค่าอาหารที่ครบถ้วน เป็นอาหารที่เป็นได้ทั้งอาหารเช้า อาหารกลางวัน อาหารเย็น หรืออาหารว่าง แต่นิยมบริโภคเป็นอาหารกลางวัน

มากกว่า ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่มีความหลากหลายมีให้เลือกหลายชนิดเป็นอาหารที่มีราคาถูกรวมทั้งขายอยู่ทั่วไปเป็นอาหารที่นิยมหรือเรียกว่าอร่อยประหยัด รวดเร็ว นี่เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่ทำให้ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารจานด่วนยอดนิยม (นลิน, 2539)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงประสงค์ที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคและการพัฒนาร้านก๋วยเตี๋ยวให้ได้ตรงตามความความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

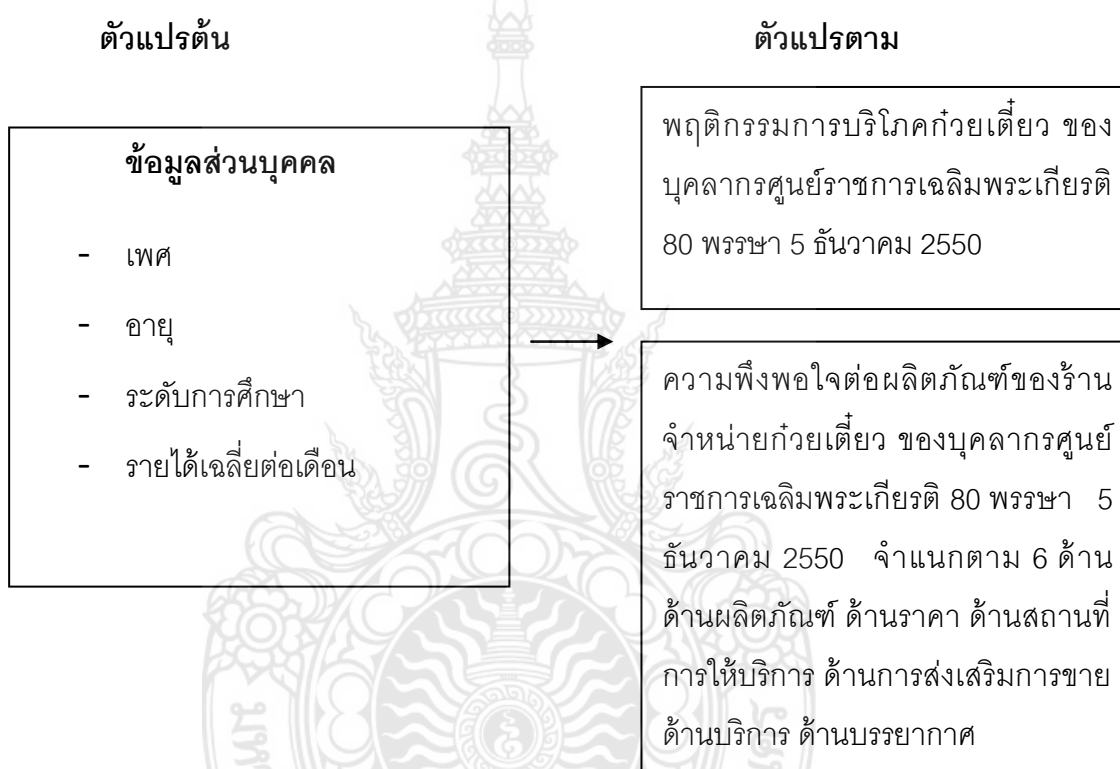
การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตของเนื้อหา การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากร คือ บุคลากรที่ทำงานภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ซึ่งเป็นผู้บริโภคอาหารภายในศูนย์อาหาร จำนวน 500 คน

1.3.3 **ขอบเขตด้านเวลา** ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถามของการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามที่เตรียมไว้ให้ผู้เข้ามาบริเวณก๋วยเตี๋ยวภายในศูนย์อาหารระหว่างวันที่ 20 เมษายน 2558 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2558 เวลา 9:00 – 14:00 น. จำนวน 30 วัน เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง

1.4 กรอบแนวคิด



1.5 สมมติฐาน

บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1. ทราบพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

1.6.2. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

1.6.3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาหรือทำวิจัยด้านพฤติกรรมกรการบริโภคก๋วยเตี๋ยว และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวกับประชากรกลุ่มอื่น

1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 **ก๋วยเตี๋ยว** หมายถึง อาหารประเภทเส้นที่สามารถหากินได้ง่าย ปรุงง่าย ใช้เวลาไม่นาน ไม่ยุ่งยากในการทำ และมีหลายรูปแบบ หลายรสชาติ

1.7.2 **พฤติกรรมกรการบริโภคก๋วยเตี๋ยว** หมายถึง การกระทำหรือกิริยาที่แสดงออกทางความคิด และความรู้สึกของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น ประเภทของก๋วยเตี๋ยวที่ทำให้ตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยว และปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้งของผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยว

1.7.3 **บุคลากรศูนย์ราชการ** หมายถึง ข้าราชการ เจ้าหน้าที่หรือบุคคลที่ปฏิบัติงานภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

1.7.4 **ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550** หมายถึง สถานที่ที่รวมหน่วยงานราชการต่างๆ ไว้ในที่เดียวกันตั้งอยู่ที่ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดในการบริหารพื้นที่ราชพัสดุ และทรัพยากรของราชการร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.7.5 **อายุ** หมายถึง อายุเต็มบริบูรณ์ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ได้แก่ น้อยกว่า 20 ปี, 21 - 30 ปี, 31 - 40 ปี, 41 - 50 ปี และมากกว่า 50 ปี

1.7.6 **ระดับการศึกษา** หมายถึง การสำเร็จการศึกษา ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

1.7.7 **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** หมายถึง จำนวนเงินเดือนที่ได้รับในแต่ละเดือนของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

1.7.8 **ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว** หมายถึง การแสดงความรู้สึก ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่ได้รับการบริการจากร้านผู้ประกอบการภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ

1.7.8.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อรสชาติ คุณภาพ ความหลากหลายของก๋วยเตี๋ยว และความสะอาดของวัตถุดิบ

1.7.8.2 ด้านราคา หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ราคามีความเหมาะสมทั้งคุณภาพ และปริมาณของก๋วยเตี๋ยว

1.7.8.3 ด้านสถานที่การให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อความสะอาดของสถานที่โดยรวมและความสะอาดของร้าน เวลาเปิดของร้านก๋วยเตี๋ยว ความสะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค

1.7.8.4 ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ร้านได้อย่างทั่วถึง มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่ๆแก่ผู้บริโภค

1.7.8.5 ด้านบริการ หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อความเร็วในการบริการ ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ มารยาทในการบริการ และการแต่งกายสะอาดเหมาะสมของผู้ประกอบกร

1.7.8.6 ด้านบรรยากาศ หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีต่อการตกแต่งร้านให้มีความสะอาด สวย ถูกหลักอนามัย มีจุดดึงดูดลูกค้า ความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ บรรยากาศภายในศูนย์อาหารมีแสงสว่างเพียงพอ เหมาะสำหรับการบริโภคอาหาร

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ผู้ศึกษาได้ศึกษา ค้นคว้า ตำรา เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา จำแนกได้ดังนี้

- 2.1 ก๋วยเตี๋ยว
- 2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร
- 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
- 2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 2.6 คนวัยทำงาน
- 2.7 การสุขาภิบาลอาหาร
- 2.8 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ก๋วยเตี๋ยว

ศรีสมรและคณะ (2539) อธิบายว่า ก๋วยเตี๋ยว เป็นประติษฐกรรมการครัวที่มาจากชาวจีน โดยเฉพาะจีนฮกเกี้ยนและจีนกวางตุ้ง ในศตวรรษที่ 15 ชาวจีนโพ้นทะเลได้อพยพโยกย้ายถิ่นฐานเข้าสู่ภาคพื้นเอเชียอาคเนย์ ทั้งในประเทศไทย ลาว พม่า เขมร เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นต้น ชาวจีนเหล่านี้ได้นำเอาอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวมายเผยแพร่ โดยเริ่มจากการกินอยู่ของพวกเขาตนเอง

ก๋วยเตี๋ยวจัดเป็นอาหารประเภทจานเดียว ที่มีคุณค่าอาหารที่ครบถ้วน เป็นอาหารที่เป็นได้ทั้งอาหารเช้า อาหารกลางวัน อาหารเย็น หรืออาหารว่าง แต่นิยมรับประทานเป็นอาหารกลางวันมากกว่า ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่มีความหลากหลายมีให้เลือกหลายชนิด เป็นอาหารที่มีราคาถูก มีขายอยู่ทั่วไป เพราะเป็นอาหารที่นิยม หรือเรียกว่าอร่อย ประหยัด รวดเร็ว นี้เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่ทำให้ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารจานด่วนยอดนิยม

ในประเทศไทย ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ยอมรับมากขึ้นจนกลายเป็นอาหารยอดนิยมที่มีในทุกภาค ทุกพื้นที่อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่ได้แนะนำส่งเสริมให้คนไทยหันมากินก๋วยเตี๋ยวกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ก๋วยเตี๋ยวจึงเข้าสู่ครัวไทยอย่างแท้จริงนับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ประยงค์ (2541) อธิบายว่าปัจจุบันนี้ประเทศไทยมี ผู้อพยพชาวจีนมาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมากแทบแยกไม่ได้ว่าคนไหนคนไทยหรือคนจีน การประสมประสานทางวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรับประทานอาหารที่คนไทยนำวัฒนธรรมการกินมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การรับประทานอาหารเจ หรือแม้แต่ก๋วยเตี๋ยวที่มีถิ่นกำเนิดมาจากประเทศจีน คนจีนฉลาดในการบริโภคอาหารมาก คือ นอกจากจะรับประทานอาหารเพื่อรสชาติแล้วความอร่อยแล้ว ยังรับประทานอาหารเป็นยาป้องกันและรักษาโรค และยิ่งกว่านั้นแบบอย่างอาหารจีนยังได้มีการพัฒนาไปตามที่ตั้งของในแต่ละประเทศที่ชาวจีนอพยพไปอยู่ในประเทศนั้น ๆ หรือแม้แต่ในประเทศไทย

อาหารเส้นนานาชาติ (2550) กล่าวว่า “ก๋วยเตี๋ยว” นับวันจะกลายเป็นอาหารหลักอีกอย่างหนึ่งของนานาชาติมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะอาหารเส้นใช้ปรุงอาหารได้หลากหลาย อร่อย และสะดวกสอดคล้องกับผู้คนในสังคมที่คนส่วนใหญ่ต้องดำเนินชีวิตอย่างเร่งรีบ

2.1.1 ลักษณะของเส้นก๋วยเตี๋ยว

เส้นใหญ่ มีขนาดความกว้างกว่าเส้นเล็ก ประมาณ 3-4 เท่าตัว เมื่อลวกเสร็จแล้วจะนิ่มรับประทานง่าย มักนำไปทำก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ ผัดซีอิ๊ว เย็นตาโฟ และราดหน้า

เส้นเล็ก ลักษณะกว้างกว่าเส้นหมี่ และตัดเป็นท่อนๆ เพื่อความง่ายในการรับประทาน เมื่อลวกเสร็จแล้วจะเหนียวกว่าเส้นก๋วยเตี๋ยวอื่นๆ มักจะใช้น้ำไปทำผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก

เส้นหมี่ หรือภาษาท้องถิ่นบางที่เรียก “หมี่ขาว” หรือ “เส้นหมี่ขาว” เพื่อป้องกันการสับสนระหว่างบะหมี่ ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า เป็นเส้นเรียวยาว ยาว มักใช้เครื่องจักรผลิต ก่อนนำมาทำอาหาร ต้องนำไปแช่น้ำเสียก่อน

วุ้นเส้น เป็นเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ทำจากแป้งถั่วเขียว ลักษณะเด่น คือ มีความใสคล้ายวุ้น

บะหมี่ ลักษณะเฉพาะตัวคือจะมีส่วนผสมของไข่ จึงมีสีเหลือง ก่อนนำมาลวกจะต้องยีให้ก้อนบะหมี่คลายออก เพื่อไม่ให้เส้นติดกันเป็นก้อนถ้าเป็นสีเขียว จะเรียกว่า “บะหมี่หยก” ซึ่งมี

ลักษณะเหมือนบะหมี่ ธรรมชาติทุกประการแต่จะใส่ส่วนผสมอาหารให้เป็นสีเขียว มักจะนำไปใช้เป็นเส้นของ บะหมี่หมูแดง เย็นตาโฟ และบะหมี่เปิด

เส้นก๋วยจั๊บ เส้นมีลักษณะเป็นแผ่นสีเหลืองหรือ สามเหลี่ยม เมื่อนำไปต้มในน้ำร้อนก็จะม้วนตัวเป็นหลอด

เกี๊ยมอี ลักษณะคล้ายหลอดของ มีสีขาวย มักทำเป็นก๋วยเตี๋ยวเกี๊ยมอี ธานีกร (2557)

2.1.2 ส่วนผสมต่างๆ

หลักที่สำคัญ น้ำที่จะใช้ลวกเส้นและน้ำซุ๊ปจะต้องเดือด เครื่องปรุงที่ใส่จะต้องเป็นของใหม่และสด ถ้าเป็นก๋วยเตี๋ยวผัดจะต้องใช้ไฟแรง

2.1.2.1 เส้นก๋วยเตี๋ยว

- ที่ทำจากแป้งข้าวเจ้ามี เส้นใหญ่ เส้นเล็ก เกี๊ยมอี เส้นเมืองจันทร์
- ที่ทำจากแป้งถั่วเขียวมี รูนเส้น หมี่ซั่ว
- ที่ทำจากแป้งสาลีหรือแป้งหมี่มี เส้นบะหมี่ เกี๊ยว มักกะโรนี นอกจากนี้

ลวกเส้นแล้วยังใช้ทอดได้อีก

2.1.2.2 ผัก เป็นส่วนประกอบของก๋วยเตี๋ยวมี่ ผักคะน้า ผักบุ้ง ถั่วงอก ผักกวางตุ้ง ผักตำลึง ยอดผักคะน้า ต้นหอม ผักชี ขึ้นฉ่าย ผักกาดขาว ผักกาดหอม ผักชีฝรั่ง กะหล่ำปลี ข้าวโพดอ่อน กุยช่าย หัวปลี หน่อไม้ฝรั่ง

2.1.2.3 เนื้อสัตว์ ที่นำมาใช้กับก๋วยเตี๋ยวมี่เนื้อสด หมูแดง ปอด ตับ หัวใจ เซ่งจี๋ เปิด ไก่ ปูทะเล ปลาหมึก ปลากระพงขาว กุ้ง หอย ปลาช่อน(เอาแต่เนื้อมาทอดให้เหลือง)

2.1.2.4 อาหารที่แปลงรูป ลูกชิ้นเนื้อ ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นไก่ ลูกชิ้นกุ้ง ไข่กรอกปลา ไข่กรอกกุ้ง ไข่กรอกหมู ฮอทดอก แฮม เบคอน เต้าหู้ ยัดไส้ เลือดหมู เลือดไก่ เครื่องในไก่ เต้าหู้ กุ้งแห้ง หัวไชโป๊เค็ม ผักกาดดอง

2.1.2.5 ส่วนประกอบที่เพิ่มรสชาติ แล้วแต่ชนิดของก๋วยเตี๋ยว กระเทียมเจียว กากหมูกรอบ ตั้งฉ่าย กระเทียมดอง พริกไทยป่น พริกป่น น้ำตาลทราย น้ำปลา มะนาว เต้าเจี้ยวดำ น้ำส้มพริกดอง (พริกชี้ฟ้า พริกเหลือง) หรือน้ำส้มพริกดำ น้ำส้มพริกดองพริกชี้หนู ถั่วลิสงคั่วป่น น้ำเต้าหู้ยี้ ซีอิ้วดำ ซีอิ้วขาว

ก๋วยเตี๋ยวที่นิยมปรุงเป็นชาวมๆ รับประทานได้ทั้งน้ำและแห้ง รับประทานในขณะที่ยังร้อนจึงจะอร่อย มีก๋วยเตี๋ยวมู ก๋วยเตี๋ยวน้ำ ก๋วยเตี๋ยวนึ่ง ก๋วยเตี๋ยวน้ำเย็น ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้น ก๋วยเตี๋ยวดำ ก๋วยเตี๋ยวมัดซีอิ้ว ก๋วยเตี๋ยวน้ำเย็น ก๋วยเตี๋ยวมัดไทยใส่เส้นและไม่ใส่เส้น

ก๋วยเตี๋ยวจะอร่อยหรือไม่อยู่ที่ฝีมือการปรุงและน้ำซุป์ที่มีรสหวานกลมกล่อม ส่วนเครื่องปรุงประกอบจะใส่มากน้อยตามใจชอบของแต่ละคน บรรณ (2557)

2.1.3 ก๋วยเตี๋ยวแต่ละประเทศ มีดังนี้

จีน คือ แหล่งอารยธรรมของก๋วยเตี๋ยว แม้อาหารเส้นของจีนจะมีหลายแบบหลายลักษณะ แต่ก๋วยเตี๋ยวจีนส่วนใหญ่นิยมกินเป็นก๋วยเตี๋ยวน้ำ ประเภทก๋วยเตี๋ยวผัดและก๋วยเตี๋ยวราดซอสแบบซลุกซลุกมีน้อยมาก ที่พอมืออยู่บ้างก็เฉพาะในเขตเสฉวน

ญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นนิยมกินอาหารเส้นหรือเมนรุอิ มากเป็นชีวิตจิตใจ เรียกว่ามากพอกๆกับซูชิ มีอาหารเส้นของญี่ปุ่นมีหลากหลายชนิด แต่อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ โซบะ หรือเส้นที่ทำจากบัควีท (buckwheat) กับเส้นแป้งข้าวสาลี เช่น อุด้ง โซเม็ง และราเม็ง

เกาหลี โดดเด่นด้านอาหารเส้นไม่แพ้ญี่ปุ่น เครื่องปรุงก๋วยเตี๋ยวเกาหลีส่วนใหญ่จะคล้ายของญี่ปุ่น มีลักษณะเฉพาะตัว เช่น เส้นเนงเมียน (naengmyun) เส้นโซเมียน(somyun) วุ้นเส้นเกาหลีหรือ ดางเมียน (dangmyun)

เวียดนาม มีเส้นก๋วยเตี๋ยวหลายชนิด แต่ที่นิยม ได้แก่ บั๊น เฟอ หรือเส้นก๋วยเตี๋ยวสดหรือแห้งทำจากแป้งข้าวเจ้า และ บุ้น เป็นเส้นกลมแบบเส้นขนมจีน นิยมพราหลายทำ บุ้นบ่อเหว ขนมจีนน้ำใสใสเนื้อวัวและขาหมู นอกจาก “บั๊น” “เฟอ” และ “บุ้น” แล้วยังมีเส้นแบนหรือกลมยาวทำจากแป้งข้าวเจ้าหมักและเคลือบด้วยแป้งมันสำปะหลัง เรียกว่า จ้าว ที่นิยมทำเป็นข้าวต้มเส้นหรือที่คนไทยเรียกว่า “ก๋วยจั๊บญวน” ทำยสุดมีวุ้นเส้นที่คนเวียดนามเรียก “เหมียน”

ลาว ข้าวบุ้น หรือ ขนมจีน เป็นอาหารเส้นประจำชาติของลาว ไปไหนๆในประเทศลาวก็หาข้าวบุ้นกินได้ ข้าวบุ้นนี้เป็นชื่อเส้น ขณะเดียวกันก็เป็นชื่ออาหารไปด้วย

เขมร ในอินโดจีนด้วยกัน เขมรกินก๋วยเตี๋ยวน้อยที่สุด อาหารหลักรองจากข้าวเป็นขนมปังฝรั่งเศส หรือบาร์เกตต์ ก๋วยเตี๋ยวแทบไม่ติดอันดับเลย เส้นที่กินกันก็มีแต่ขนมจีน ที่คนเขมรเรียก นมป็นเจ้าะ เท่านั้น

พม่า ก๋วยเตี๋ยวยอดนิยมของพม่า คือ โมฮิงก่า และ โอนุเข้าไชย

สิงคโปร์ – มาเลเซีย – อินโดนีเซีย ก๋วยเตี๋ยวในสิงคโปร์ มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย ตำรับที่เป็นเอกลักษณ์มากที่สุดคงได้แก่ หลักซา (laksa) ซึ่งคนส่วนใหญ่มักนึกถึงก๋วยเตี๋ยวแกง แต่เอาเข้าจริงๆแล้ว ท้องถิ่นต่างๆก็จะมีหลักซาของตน

ฟิลิปปินส์ อาหารฟิลิปปินส์ได้อิทธิพลมาจากทั้งสเปน มาเลย์ และจีน อิทธิพลอาหารจีนเห็นได้มากที่สุด จากความนิยมกินก๋วยเตี๋ยว ที่คนฟิลิปปินส์ เรียกว่า บันลิด เรียกว่านิยมกินเป็น

อันดับสองรองจากข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมในฟิลิปปินส์ อาทิ มีสัว หมี่ขาว บะหมี่กวางตุ้ง บะหมี่ก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็ก และวุ้นเส้น อาหารเส้นนานาชาติ (2550)

ทวีศักดิ์ (2546) อธิบายว่า การดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวจะประสบความสำเร็จได้ต้องดำเนินการด้วย 4 ปัจจัยดังนี้

1. สร้างจุดเด่นของก๋วยเตี๋ยว คือ เน้นรสชาติต้องอร่อย และใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพต้องสดใหม่เลือกแต่ของดีทำความสะอาด และเก็บอย่างมิดชิด อุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อ จะได้รับการคุณค่า และคุณภาพเฉพาะตัวแต่ละอย่างให้ได้อยู่เสมอ ส่วนเครื่องปรุงก็ต้องใช้ของดี และใส่ภาชนะที่สะอาดหรือไม่มีปฏิกริยาทางเคมี ตรวจดูให้สะอาดตลอดเวลาปิดให้มิดชิดปราศจากแมลงต่างๆ

2. การหาทำเลที่ตั้ง ในปัจจุบันมีความสำคัญมากที่สุด ร้านก๋วยเตี๋ยวควรอยู่ในที่ชุมชนมีการเดินทางที่สะดวก เช่น อาคารพาณิชย์ของหมู่บ้านจัดสรร บริเวณแฟลต คอนโดมิเนียม ปากซอยของหมู่บ้านระหว่างถนนใหญ่กับตรอกซอยต่างๆ เป็นที่ต้องพิจารณาเป็นอันดับแรก ถ้าผู้ประกอบการ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาทำเลไม่ได้ก็สามารถใช้พาหนะเคลื่อนที่ เช่น รถเข็น สามล้อแดง ถีบ/สามล้อแดงแบบติด เครื่องยนต์ ควรหาทำเลที่สะดวกมีบรรยากาศร่มรื่นด้วยร่มเงาไม้ และจอดอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเข้าไปอีก ถ้าเป็นเช่นนี้การบริการแบบเข้าถึงก็เป็นข้อได้เปรียบอีกอย่างหนึ่ง

3. บรรยากาศ การจัดตกแต่งร้านควรจัดร้านให้สว่าง โล่ง มีแสงสว่างเพียงพอ การจัดหน้าร้าน การวางเครื่องปรุง เช่น ตู้ใส่เส้นและเครื่องปรุงก๋วยเตี๋ยวจะต้องให้เป็นระเบียบเรียบร้อย แยกให้ชัดเจนหาตำแหน่งที่วางให้เหมาะกับการหยิบจับเครื่องปรุง การแต่งกายของผู้ปรุงควรให้เด่น สะอาด สวมหมวกหรือผ้ากันเปื้อน ในกรณีที่ขายด้วยรถเข็น สามล้อแดงถีบ/สามล้อแดงแบบติดเครื่องยนต์ อุปกรณ์ต่างๆ ต้องสะอาดรวมทั้งการแต่งกายของผู้ขาย ที่สำคัญที่สุดต้องมีถังใส่น้ำสะอาดเพื่อล้างถ้วย ชาม อย่างน้อย 2-3 ถัง มีการรวมเศษอาหารที่หมดแล้วใส่ถัง และทิ้งถังขยะที่อยู่ใกล้ๆ การบริการให้ถูกสุขอนามัยย่อม เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ควรให้ลูกค้าเห็นชัดเจน และเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของการขาย เป็นการสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าศรัทธาเป็นเบื้องต้น

4. การบริการ เป็นสิ่งสำคัญที่ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน อันดับแรกต้องฝึกหัดบุคลากรในร้านให้คล่องแคล้ว ว่องไว เริ่มจากการแต่งกายให้ดูสะอาด มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ มีการจัดเรียงลำดับในการสั่งก๋วยเตี๋ยวของลูกค้าแต่ละประเภทอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว นอกจากนี้ต้องดูแลภาชนะต่างๆ เช่น จาน ชาม ช้อน ตะเกียบ ต้องใส่กล่องวางปิดมิดชิด กล่องใส่ทิชชู กล่องไม้จิ้มฟันต้องวางอยู่มุมด้านในของโต๊ะ และอุปกรณ์ใส่เครื่องปรุงให้สะอาดอยู่เสมอ เมื่อลูกค้าลุกออกจากโต๊ะควรเก็บเช็ดโต๊ะทำความสะอาดทันที อย่าให้พื้นร้านเลอะเทอะ

จัดเตรียมโต๊ะให้พร้อมสำหรับลูกค้ารายต่อไป การบริการ เครื่องดื่มมีส่วนสำคัญ ภาชนะที่ใส่ต้องสะอาดให้เห็นชัดเจน การเสิร์ฟน้ำดื่มทุกครั้งจะต้องมีหลอดการบริการนี้หากรวมถึงพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผู้ขายต้องดูแลเป็นพิเศษเพราะจะทำให้เกิดรายได้มากขึ้นลูกค้าในแหล่งท่องเที่ยวจะสนใจบริโภค ที่สำคัญเมื่อขายดีแล้วอย่าให้คุณภาพของก๋วยเตี๋ยว และการบริการของร้านลดลงอย่างขึ้นราคาหรือลดปริมาณ การให้ความสำคัญกับขบวนการให้บริการในแหล่งหรือ ทำเลค้าขายแล้วความประทับใจของลูกค้าที่มีให้กับทางร้านย่อมหมายถึงผลต่อเนื้อที่จะได้ลูกค้าตามมา

ผู้ประกอบการร้านก๋วยเตี๋ยว (2558) ให้ความหมายของก๋วยเตี๋ยวน้ำว่า ก๋วยเตี๋ยวน้ำเป็นอาหารประเภทเส้น เป็นอาหารจานเดียว ที่นิยมรับประทานในตอนกลางวัน โดยส่วนมากคนจะนิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวน้ำมากกว่าก๋วยเตี๋ยวแห้ง เป็นอาหารที่ประกอบไปด้วย เส้นชนิดต่างๆ เนื้อสัตว์ ผัก เช่น ถั่วงอก ผักบุ้ง ถั่วงอกยาว ตำลึง เป็นต้น อาหารแปรรูป เช่น ลูกชิ้น น้ำซุ๊ปหรือน้ำก๋วยเตี๋ยว กระเทียมเจียว และเครื่องปรุงรสต่างๆแล้วแต่ประเภทของก๋วยเตี๋ยว ก๋วยเตี๋ยวน้ำเป็นอาหารที่ทำง่ายและรับประทานง่าย สะดวก รวดเร็ว เหมาะสำหรับช่วงเวลาที่ยังรีบ เป็นอาหารที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่ง และจะเห็นได้ว่าก๋วยเตี๋ยวน้ำเป็นอาหารอย่างหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง ทั้งเรื่องรสชาติและเรื่องราคา เช่น ก๋วยเตี๋ยวน้ำเรือ ซามละ 15 บาท หรือ 20 บาท เป็นต้น เพราะคนส่วนใหญ่ มักชอบเลือกของที่ทั้งถูกและดี การที่จะเลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยวน้ำก็เช่นกัน ยิ่งรสชาติดีและราคาถูกด้วย ลูกค้ายิ่งมาก

2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

สิริกันย์ (2549) พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำ หรือ กิจกรรมที่บุคคลแสดงออกเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารที่สะอาดปราศจากอันตราย รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ๆ มีการเตรียมการประกอบและใส่ภาชนะที่สะอาด ไม่กินอาหารที่ใส่สีมีสารอันตราย หลีกเลี่ยงอาหารรสจัด ของหมักดอง ของกินเล่น โดยรับประทานอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และน้ำ ให้เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ไม่มากเกินไป หรือน้อยเกินไป

พรพันธุ์และคณะ (2548) การบริโภคอาหารของบุคคลวัยทำงาน มีแนวโน้มที่จะรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น หรือมีรูปแบบอาหารสำเร็จให้เลือกบริโภคมากมาย ตั้งแต่อาหารสำเร็จรูป (หรืออาหารถุง) กึ่งสำเร็จรูป อาหารสด หรือที่ปอก หั่นไว้พร้อมสำหรับปรุงอาหารประเภทเครื่องปรุงรส เป็นต้น จากการสำรวจวิถีชีวิตวันนี้ของคนกรุงเทพมหานคร ของศูนย์วิจัยกิจการไทย จำกัด ช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน 2545 พบว่า ร้อยละ 54.2 ของคนกรุงเทพฯ นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป เนื่องจากสะดวกในการหาซื้อและไม่ต้องเสียเวลาในการปรุง

กลุ่มอายุระหว่าง 20 – 30 ปี นิยมรับประทานมากที่สุด ผู้บริโภคที่นิยมซื้ออาหารเหล่านี้จึงได้รับสารอาหารขาดหรือเกินความจำเป็นในบางกลุ่ม เช่น บริโภคโปรตีน และไขมันสูง และส่วนใหญ่ต้องเสี่ยงกับการรับประทานอาหารที่ไม่สะอาดและปนเปื้อนทั้งเชื้อโรคและสารเคมี

เจริญศรี (2548) ความเชื่อในการบริโภคอาหาร (Food Belief) เป็นความเข้าใจ และประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอด และสะสมกันมาโดยมักมีเหตุผลหรือข้ออ้างอิงเป็นคำอธิบายถึงผลของความเชื่อนั้นๆ ซึ่งอาจเป็นจริงหรือไม่ก็ได้

ความนิยมในการเลือกบริโภคอาหาร (Food Fad) เป็นการกระทำที่เอาจากัน เพื่อแสดงความมีส่วนร่วม รักษาสถานะทางสังคมหรือเพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจ โดยไม่จำเป็นต้องถูกต้องหรือมีเหตุผลเสมอไป

บริโภคนิสัย (Food Habit) หมายถึง ลักษณะ และการกระทำที่ซ้ำซากซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำด้วยความตั้งใจสืบต่อเนื่องกันมาเป็นเวลานาน เพื่อให้การรับประทานอาหารเช้าบรรลุถึงความประสงค์ทางอารมณ์ และสังคม

ชวลิตและ คณะ (2544) บริโภคนิสัยที่ดี คือ พื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการที่จะมีสุขภาพที่ดีตลอดชีวิตเพราะอาหารที่มีประโยชน์ในปริมาณที่พอเหมาะเท่านั้น จึงจะสามารถป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆให้ห่างไกลจากตัวเราได้

ชิดชนก (2549) อิทธิพลของสื่อสารมวลชน หมายถึง การได้รับข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับการบริโภคอาหารและโภชนาการ จากหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อโฆษณาสินค้าอุปโภคต่างๆ ในปัจจุบัน มุ่งเน้นเพื่อบริการลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสื่อโฆษณาต่าง ๆ นั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อ

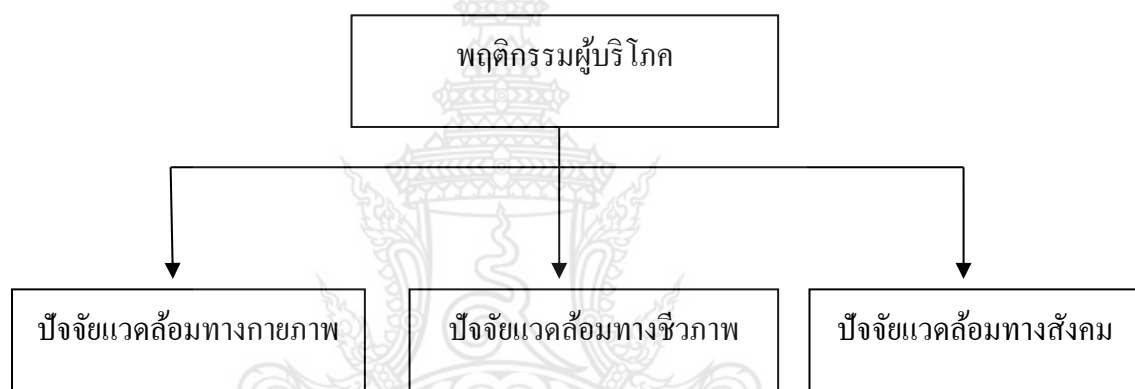
ศิริลักษณ์ (2544) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร เป็นเรื่องของลักษณะวิธีการกินอาหาร ว่ากินอะไร กินอย่างไร มากหรือน้อย บ่อยหรือไม่ในรอบวันหรือเดือน มีระเบียบมารยาทในการกินอย่างไร เป็นต้น พฤติกรรมดังกล่าวอาจจำแนกไปตามลักษณะหรือประเภทของบุคคล เช่น เด็ก ผู้ใหญ่ ผู้ป่วย เป็นต้น หรืออาจจำแนกการกินตามโอกาส เช่น การกินที่บ้าน การกินที่ร้านอาหาร หรือวาระต่างๆ เช่น วันเกิด วันแต่งงาน เป็นต้น นอกจากนี้พฤติกรรมการบริโภคอาหารอาจยังจำแนกออกโดยตามภาคหรือยุคสมัยที่ต่างกันเป็นหลัก

สุวัฒนา (2550) สรุปความหมายพฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การแสดงออกทั้งด้านการกระทำ ความคิด ความรู้สึก โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกซื้ออาหาร การปรุงอาหาร การรับประทานอาหารเช้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การได้อาหารอร่อย สะอาดและมีประโยชน์ต่อร่างกาย

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังนั้นผู้ศึกษา สรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำ ที่บุคคลแสดงออกเกี่ยวกับการกิน ว่ากินอย่างไร กินแบบไหน มากหรือน้อย และสะอาดหรือมีประโยชน์ต่อร่างกายเพียงใด

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 3 ปัจจัยต่างกัันดังนี้ คือ ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพและปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ธนากร (2547)



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ที่มา: ธนากร (2547)

2.3.1 ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Factor) ได้แก่ สภาพทางภูมิศาสตร์ของชุมชนเป็นตัวกำหนดของชนิดอาหารที่จะสามารถผลิตหรือหาได้ในชุมชนนั้นๆ นอกจากนี้สภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น ดิน น้ำ ภูมิอากาศ ยังเป็นตัวกำหนดชนิดของพืชที่สามารถเพาะปลูกได้ในแต่ละชุมชนนั้น ชนิดของพืช และสัตว์ในแต่ละท้องถิ่นจะเป็นเครื่องกำหนดแบบแผนของลักษณะอาหารที่บริโภคของชุมชน ปัจจัยทางกายภาพมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกินอาหารของชุมชน ดังนั้นความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพย่อมจะมีผลกระทบต้อพฤติกรรมการบริโภคของคนในชุมชนนั้นๆ

2.3.2 ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Factor) หทัยกาญจน์ และอัมพร (2550) อ้างถึงใน วลัยทิพย์ (2527) กล่าวว่า ด้วยเหตุที่ว่าแต่ละคนจะมีความต้องการสารอาหารแต่ละ

ชนิดเหมือนกัน จะแตกต่างกันก็เพียงแต่จะต้องการในปริมาณที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัย สภาพร่างกาย กิจกรรมที่ทำ และสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับความหมายของปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ หมายถึง ชนิด และปริมาณสารอาหารที่ร่างกายต้องการตามสภาวะของร่างกาย เช่น สภาวะการตั้งครรภ์ อายุ เพศ วัย ความเจ็บป่วย ชนิดของยาที่กิน การทำงานของอวัยวะของร่างกาย เช่น การย่อย การดูดซึมอาหาร เป็นต้น

- อายุ ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของสารอาหารแตกต่างกัน

- เพศ ผู้ชายจะมีความต้องการพลังงานจากอาหารและสารอาหารต่างๆ สูงกว่าผู้หญิงในอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน

- วัย ความต้องการอาหารของคนขึ้นอยู่กับความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ซึ่งเริ่มตั้งแต่เกิดเป็นทารกจนถึงวัยชราระยะที่ร่างกายเปลี่ยนแปลง เป็นสาเหตุที่คนเรามีความต้องการอาหารที่ต่างกัน จากที่กล่าวมาจะพบว่าปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลในแต่ละวัย

2.3.3 ปัจจัยทางสังคม (Social factor) ได้แก่ ระดับการศึกษา สภาพการทำงาน และรายได้

2.3.3.1 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาเป็นสิ่งที่ทำให้คนเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องต่างๆ และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเราได้ ดังเช่น สายชล (2546) ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาน้อย โดยจะพิจารณาอาหารที่มีคุณค่า และประโยชน์ นอกจากนี้ Pender คุณาสิริ (2548) กล่าวว่า ระดับการศึกษาช่วยให้บุคคลรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพและเจ็บป่วยได้ดี มีโอกาสแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ซึ่งจะส่งผลไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีต่อไป

2.3.3.2 สภาพการทำงาน

บุคคลที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีมุมมองในด้าน ด้านหนึ่งที่แตกต่างกัน อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าบริการที่แตกต่างกัน แต่เมื่อต้องการที่จะได้สิ่งของอื่นๆที่ตนเองยังไม่มีความรู้พอ ก็จะต้องขวนขวายหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ทั้งนี้บุคคลที่มีอาชีพเดียวกันก็มักจะมีความรู้เฉพาะด้านคล้ายๆกัน ซึ่งบุคคลที่ต่างอาชีพกันก็จะมีความรู้ และทัศนคติแตกต่างกันไป

2.3.3.3 รายได้ต่อเดือน

รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูง จะสามารถซื้อสิ่งของอื่นใดก็ได้ตามความต้องการใช้จ่ายโดยไม่ลำบากเท่ากับผู้มีรายได้ค่อนข้างต่ำ วัฒนา อ้างตาม คุณาสิริ (2548) พบว่า ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำมักจะเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องอาหารที่ควรบริโภคน้อย จึงไม่รู้จักรู้จักใช้เงินให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ซึ่งหากขาดความรู้ทางโภชนาการแล้ว ก็มักจะไม่ได้อาหารที่มีคุณประโยชน์แก่ร่างกายมาบริโภค

สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2527) ได้จำแนกพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย ออกได้เป็น 3 แบบ ได้แก่ พฤติกรรมที่พึงประสงค์ พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ และพฤติกรรมการแบบกลางๆ ธรรมดาที่ไม่ทำให้เกิดผลเสีย

พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์ เนื่องมาจาก

1. ขาดความรู้
2. ความเชื่อที่ผิด
3. ประสบการณ์สะสมที่ผิด
4. สิ่งแวดล้อม เช่น ขาดแหล่งอาหาร และภาวะจำยอม
5. ขาดบริการสาธารณสุข

พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่พึงประสงค์จะเกิดขึ้นได้ เมื่อเปลี่ยนการขาดความรู้เป็นการมีความรู้ เปลี่ยนความเชื่อที่ผิดๆ ให้ถูกต้อง ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการมีแหล่งอาหารและลดภาวะจำยอมต่างๆ ปรับปรุงรูปแบบสาธารณสุข เพื่อให้ความมั่นใจต่อความปลอดภัยของชีวิต

สาเหตุ และปัจจัยของพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ มักจะเกิดร่วมกันไป และมีผลเชื่อมโยงซึ่งกัน และกัน เสริมความเชื่อที่ผิดต่างๆ ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น ความเชื่อผิดๆ ที่แก้ไขยากที่สุด คือ ความเชื่อที่มีอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ สำหรับแหล่งอาหารมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคไม่น้อยไปกว่าการเรียนรู้ และการบริการสาธารณสุข ส่วนปัจจัยทางด้านรายได้และอำนาจการซื้อจะมีผลต่อการได้มาซึ่งอาหารสำหรับเลี้ยงสมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่เกษตรกร การเลือกซื้ออาหารอยู่ภายใต้อิทธิพลของการโฆษณา นอกจากนี้การกระจายอาหารมีบริการไปขาย

ถึงบ้าน ทั้งอาหารที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ มักใช้วิธีการดึงดูดใจผู้ซื้อได้มากกว่า ดังนั้นการเลือกซื้ออาหารจึงขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Satisfaction มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่าง ๆ กันดังนี้

มอร์ส (พจนานุกรม และคณะ 2545 อ้างอิงจาก Morse, 1955) ให้ความหมายว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลง ได้เพราะถ้าหากความเครียดของบุคคลมีมากก็จะทำให้เกิด ความไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อการทำกิจกรรมใด ๆ ก็ได้

วอนเลสเตียน (พจนานุกรม และคณะ 2545 อ้างอิงจาก Wallerstein, 1973) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เดวิส (พจนานุกรม และคณะ 2545 อ้างอิงจาก Davis, 1967) มีความเห็นว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆ ได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นเรื่องส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอ้างอิงตามประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างและคล้ายคลึงตามแต่ละบุคคล ซึ่งความพึงพอใจหมายถึง ความพอใจ ความชอบใจ หรือความรู้สึกชอบ พอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่นๆ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุดเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการกล่าวคือถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความไม่พอใจถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจและถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542 และ Kotler, 1994 อ้างอิงใน สุคนธ์ธาร, 2549)

2.4.2 การศึกษาและการวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจถือว่าเป็นเรื่องที่ยากพอสมควร เพราะเป็นเรื่องของจิตใจของซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล จึงเป็นสิ่งที่ยากที่จะวัดทัศนคติโดยตรง แต่เราสามารถวัดได้จากทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งวิธีวัดความพึงพอใจสามารถทำได้ 3 วิธีคือ

- 1) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่เป็นที่นิยมมากที่สุด โดยผู้สอบถามจะออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะที่กำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น การบริหารและการควบคุมงาน และเงื่อนไขต่างๆ เป็นต้น
- 2) การสัมภาษณ์เป็นวิธีวัดความพึงพอใจทางตรงทางหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะให้ข้อมูลที่แท้จริงได้
- 3) การสังเกต เป็นวิธีที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม โดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดหรือกระทำทาง วิธีนี้จะต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและการสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน คณิต (2537)

2.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นตัวสื่อสารของข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ศิริวรรณ (2541)

2.5.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้าผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้เช่น สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2.5.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในรูปของตัวเงิน ซึ่งราคาเป็นต้นทุนในการซื้อสินค้าของลูกค้าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดนั้นจะเปรียบเทียบคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ

2.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายกิจกรรมและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

2.5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท มีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมต่อลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งขันให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

2.6 คนวัยทำงาน

ประชากรวัยทำงาน หรือวัยแรงงาน (ช่วงอายุ 15 – 59 ปี) เป็นวัยที่มีอายุครอบคลุมกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยกลางคน ซึ่งในประเทศไทยมีประชากรกลุ่มนี้อยู่ถึงประมาณ 2 ใน 3 ของประชากรทั่วประเทศ ประชากรวัยทำงานเป็นกำลังสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ และมีภาวะในการเกิดกุลเด็กและผู้สูงอายุ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรกว่า 64,758,500 คน โดยสัดส่วนของประชากรวัยกลางคนอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีเกือบ 20 ล้านคน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการหารายได้แก่ครอบครัว และเป็นกลุ่มที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก ในขณะที่หน้าที่การงานมั่นคง เป็นช่วงที่ธรรมชาติของร่างกายเริ่มเสียสมดุล เริ่มมีสัญญาณเตือนว่าต้องการการดูแลเป็นพิเศษ เช่น ตาเริ่มแห้งหรืออ่อนล้าง่าย ผิวพรรณเริ่มแห้ง นอนไม่หลับ น้ำหนักเพิ่มมากขึ้น อ่อนเพลียจากการทำงานเป็นประจำ เป็นต้น ดังนั้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ฟันฟู และป้องกันไม่ให้อายุขัยสั้นลง คนวัยนี้จึงควรเน้นการรับประทานอาหาร ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ประกอบกับการออกกำลังกายมากขึ้น เพื่อต้านความเสื่อมจากภายในสู่ภายนอกอย่างยั่งยืน

วัยทำงานช่วงอายุ ระหว่าง 20 – 59 ปี เป็นวัยที่ต้องการพลังงาน ความแข็งแรง มีความกระฉับกระเฉง มีสมองที่ปลอดโปร่ง แต่เมื่อวัยที่มากกว่า 30 ปีขึ้นไปก็เริ่มมีความเปลี่ยนแปลงต่างๆเกิดขึ้นกับร่างกาย ความแข็งแรงของโครงกระดูก กล้ามเนื้อ ก็จะเริ่มเสื่อมโทรมลง บางคนเริ่มมีริ้วรอย ผิวหนังเริ่มเหี่ยวย่น ผมเริ่มหงอก คนวัยนี้จึงควรตื่นตัว และหาวิธีการที่จะชะลอความเสื่อมของร่างกายด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม วิถีชีวิต การออกกำลังกาย การพักผ่อน และการพิถีพิถันในการบริโภคอาหารมากกว่าวัยอื่น เพราะวัยนี้ต้องการสารอาหารบางอย่างเพิ่มขึ้น เพื่อดำรงสภาพและชะลอความเสื่อมของร่างกาย โดยเฉพาะวัยทำงานที่เริ่มเข้าสู่วัยทอง (อายุ 45 – 60 ปี) ที่ฮอร์โมนเพศเริ่มทำงานน้อยลง ทำให้มีอาการหงุดหงิดง่าย ร้อนวูบวาบตามตัวและมีโรคต่างๆ เข้ามารุมเร้าได้ง่าย เช่น โรคกระดูกพรุน โรคเลือด โรคหัวใจ และยิ่งก่อให้เกิดอาการต่างๆ ร่วมด้วย เช่น นอนไม่หลับ หงุดหงิดง่าย ขาดสมาธิ

2.7 การสุขาภิบาลอาหาร

อุดม (2549) กล่าวถึง การสุขาภิบาลอาหาร (Food Sanitation) ว่าเป็นการจัดการและการควบคุมอาหารให้สะอาด โดยให้ปลอดภัยจากเชื้อโรค หนองพยาธิ และสารพิษที่เป็นอันตราย หรืออาจจะเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพ และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ได้

พิมพ์เพ็ญและนิธิยา (2557) กล่าวถึง การสุขาภิบาลอาหาร (food sanitation) คือ กระบวนการจัดการ และควบคุมขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตอาหาร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การเตรียมวัตถุดิบ การแปรรูปอาหาร การเก็บรักษา การขนส่งอาหาร การจำหน่ายอาหาร ในตลาด ในห้างสรรพสินค้า จนกระทั่งอาหารถึงมือผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้อาหารปลอดภัย (food safety) และมีสุขลักษณะ (hygiene) ตามมาตรฐานอาหาร ที่เกี่ยวข้องกับการสุขาภิบาลอาหาร

สุรีย์ (2554) กล่าวถึง การสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การจัดการและการควบคุมอาหารให้สะอาดปราศจากจุลินทรีย์ พยาธิและสารเคมีที่จะทำให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค โดยการจัด และควบคุมสื่อกลาง ดังแผนภูมิที่ 2.2



แผนภูมิที่ 2.2 ขั้นตอนสื่อกลางนำโรคสู่อาหาร

ที่มา : สุรีย์ (2554)

จากภาพที่ 2.2 สาเหตุที่ทำให้อาหารไม่ปลอดภัยต่อการบริโภค คือ จุลินทรีย์ ปรสิต และสารเคมีที่เป็นพิษซึ่งปนเปื้อนในอาหาร โดยผ่านสื่อกลาง ได้แก่ วัตถุดิบ ภาชนะอุปกรณ์ สถานที่

ผลิต ผู้สัมผัสอาหาร สัตว์และแมลงนำโรค เป็นสาเหตุที่ทำให้อาหารไม่ปลอดภัย เมื่อนำไปบริโภค จะทำให้เกิดอาการเจ็บป่วย ดังนั้น การจัดการสุขาภิบาลอาหารจึงต้องควบคุมสื่อกลางทุกปัจจัยมิให้นำจุลินทรีย์ พยาธิ และสารเคมีที่เป็นพิษปนเปื้อนในอาหาร หลักการสุขาภิบาลอาหาร มีดังนี้

1. วัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการสุขาภิบาลอาหาร เพราะการใช้วัตถุดิบที่สะอาดจะช่วยให้การสุขาภิบาลอาหารได้ผลดีและง่ายขึ้น ดังนั้น ในการเลือกซื้อและเก็บรักษาวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2. ภาชนะและอุปกรณ์ สื่อกลางนำโรคที่ต้องให้ความสำคัญอีกปัจจัย คือ ภาชนะและอุปกรณ์ เพราะอาหารจะสะอาดปลอดภัยต้องใช้ภาชนะอุปกรณ์ที่สะอาดทำจากวัสดุที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ไม่มีโลหะหนักหรือสารพิษปนเปื้อนในอาหาร

3. สถานที่ผลิตอาหาร ได้แก่ โรงครัว ห้องครัว ห้องปฏิบัติการ เป็นส่วนที่ต้องควบคุมความสะอาดเป็นอย่างดีเพราะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหาร ตามหลักสูตรสุขาภิบาลสถานที่ถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ต้องควบคุมความสะอาดมิให้เป็นสื่อกลาง หรือเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์และแมลงนำโรค

4. ผู้สัมผัสอาหาร เป็นสื่อกลางนำโรคที่สำคัญ ผู้สัมผัสอาหาร หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารได้แก่ ผู้ขนส่ง ผู้เตรียม ผู้ปรุง ผู้เสิร์ฟ ผู้ทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์เป็นผู้ที่มีโอกาสสัมผัสกับอาหารทุกขั้นตอน ผู้สัมผัสอาหารจึงมีความสำคัญมากในกระบวนการผลิตอาหาร จึงมีการกำหนดให้ผู้สัมผัสอาหารต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพส่วนบุคคล มีร่างกายแข็งแรงปราศจากโรค และไม่เป็นพาหะนำโรค และสุขนิสัยในการปฏิบัติงาน เช่น แต่งกายสะอาดสวมผ้ากันเปื้อนหรือเสื้อคลุมสวมทับขณะปฏิบัติงาน สวมหมวกหรือผ้าคลุมผมให้เรียบร้อย สวมรองเท้านุ่มสันที่สะอาด ในขณะที่ปฏิบัติงานต้องรักษาความสะอาดของมือ ห้ามใช้มือสัมผัสกับอาหารโดยตรง ไม่สูบบุหรี่เคี้ยวหมากฝรั่ง ขณะปฏิบัติงาน การชิมต้องมีช้อนหรือถ้วยชิมต่างหาก ไม่ไอ จามและพูดคุยผ่านอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว

2.7.1 สุขลักษณะของอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว

กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ (2551) เส้นก๋วยเตี๋ยวและวัตถุดิบที่ใช้ต้องมีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย หรือผ่านการรับรองจากหน่วยงานราชการ และมีคุณค่าทางโภชนาการ ดังนี้

1. เส้นก๋วยเตี๋ยวมาจากโรงงานที่ได้รับมาตรฐาน GMP หรือไม่มีสารกันเสียเกินมาตรฐาน เส้นก๋วยเตี๋ยวหรือบะหมี่ หากผลิตในครัวเรือนต้องไม่มีสารกันเสีย หรือมีการผลิตใช้ให้หมดภายใน 1 – 2 วัน

2. วัตถุประสงค์อื่นๆ มีคุณภาพหรือมาตรฐาน ผ่านเกณฑ์การทดสอบสารเคมี
ดังนี้

2.1 เนื้อหุ้ม (ลูกชิ้น ปลาหมึกกรอบ เนื้อหุ้ม ฯลฯ) ปราศจากสาร
ปลอมปนต้องห้าม เช่น สารบอแรกซ์ สารกันรา สารเร่งเนื้อแดง และวิธีการจัดเก็บที่เหมาะสม ใน
ภาชนะที่มีการปกปิดป้องกันฝุ่น แมลงวัน

2.2 ผักต่างๆ (ถั่วงอก ต้นหอม ผักชี ผักบุ้ง ฯลฯ) ปราศจากสาร
ปลอมปนต้องห้าม เช่น สารฟอกขาว สารฟอร์มาลิน ไม่มีสารเคมี ฆ่าแมลงตกค้างในระดับที่เกิด
มาตรฐาน และมีวิธีการจัดเก็บที่เหมาะสม

2.3 ถั่วป่น พริกป่น ไม่มีการปนเปื้อนสารอะฟลาท็อกซิน
ในระดับที่เกินมาตรฐาน หรือมีการคัดแยกวัตถุประสงค์ที่มีคุณภาพดี ไม่มีรา และเปลี่ยนใหม่ทุกๆ
3-5 วัน และมีวิธีการจัดเก็บที่เหมาะสม หรือเลือกซื้อจากแหล่งที่มีการควบคุมคุณภาพ

3. เนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ต้องปรุงสุกด้วยความร้อน อาหารที่
ปรุงสุกมีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์แมลงนำโรค

4. สารปรุงแต่งอาหาร เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา ต้องมีเลขสารระบบ
อาหาร (อย.)

5. น้ำดื่ม เครื่องดื่ม น้ำแข็ง ต้องสะอาด ใสในภาชนะที่สะอาดมีการ
ปกปิด

5.1 มีที่ตักที่มีด้ามยาวหรือมีก๊อก หรือทางเทริน้ำ

5.2 น้ำแข็งที่ใช้บริโภค ต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝา
ปิด อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. ที่ตักน้ำแข็งมีด้ามยาวและต้องไม่นำอาหารหรือสิ่งของอย่าง
อื่นไปแช่ไว้ในน้ำแข็งที่ใช้บริโภค

6. หม้อก๋วยเตี๋ยวสะอาด มีสภาพดี ไม่ชำรุด ควรใช้หม้อสแตนเลสที่ได้
มาตรฐาน มีการขึ้นรูปที่ไม่มีการเชื่อมหรือมีรอยเชื่อมน้อย แบบที่เรียกว่า Deep Drawing ใช้หม้อ
ก๋วยเตี๋ยวที่ประสานรอยต่อด้วยการเชื่อมทิก แทนการบัดกรีอ่อนด้วยตะกั่ว การเชื่อมทิก TIG
(Tungsten Inert Gas Welding) เป็นกระบวนการเชื่อมที่ใช้กันอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรม
ขึ้นรูปและประกอบชิ้นส่วนสแตนเลส โดยการจ่ายกระแสไฟฟ้าผ่านขั้วทั้งสแตน ทำให้เกิดการอาร์ค
ที่มีความร้อนสูง และหลอมละลายสแตนเลส ตามลำดับ ในการเชื่อมทิกต้องใช้แก๊สอาร์กอนปก
คลุมเพื่อป้องกันการทำปฏิกิริยาของออกซิเจนในบรรยากาศกับบ่อน้ำโลหะในระหว่างการเชื่อม จึง
มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งในประเทศไทยว่า การเชื่อมอาร์กอน ซึ่งกระบวนการเชื่อมนี้ไม่จำเป็นต้องใช้

โลหะเติม (Filler Metal) เพื่อเพิ่มเนื้อให้กับแนวเชื่อมสำหรับการเชื่อมสแตนเลสที่มีความหนาต่ำกว่า 3 มม. แต่อาศัยการหลอมละลายของเนื้อสแตนเลสเติมตัวมันเอง ดังนั้น จึงมั่นใจได้ว่าไม่มีโลหะแปลกปลอม เช่น ตะกั่ว มาผสมอยู่ในแนวเชื่อม

7. ภาชนะใส่เครื่องปรุง และช้อนตัก ต้องสะอาด ไม่เป็นพลาสติกหรือโลหะที่ถูกกัดกร่อนง่าย และมีการปกปิด

8. เขียงและมีด ต้องมีสภาพดีแยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก เนื้อสัตว์ดิบ และผัก

9. ช้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาดหรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาดและมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

10. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหล และอุปกรณ์การล้างต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

การควบคุมป้องกัน โดย วิธีการทางสุขาภิบาลอาหาร จะดำเนินการโดย การควบคุมปัจจัย 5 เรื่อง คือ กองสุขาภิบาลอาหาร (2544ก)

ปัจจัยที่ 1 ผู้สัมผัสอาหาร คือ ผู้ปรุง ผู้เสิร์ฟ ผู้เกี่ยวข้องกับการเตรียมอาหาร

ปัจจัยที่ 2 ภาชนะอุปกรณ์ คือ จาน ชาม ช้อน ส้อม ตะเกียบ

ปัจจัยที่ 3 สถานที่ คือ ห้องครัว สถานที่จำหน่ายอาหาร

ปัจจัยที่ 4 อาหาร คือ อาหาร น้ำแข็ง น้ำดื่ม สารปรุงแต่งอาหาร

ปัจจัยที่ 5 สัตว์แมลงนำโรค คือ แมลงวัน แมลงสาป หนู

จากความหมายของการสุขาภิบาลอาหาร ได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังนั้นผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การจัดการและการควบคุมอาหารให้สะอาด ปลอดภัย จากเชื้อโรคตั้งแต่วิธีการผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อไม่ให้เชื้อโรคและสารพิษทำให้อาหารไม่ปลอดภัยต่อการบริโภค

2.8 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

โครงการศูนย์ราชการฯ ดังกล่าวเกิดขึ้นตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ราชพัสดุแนวใหม่ ของกรมธนารักษ์ เพื่อรองรับความต้องการด้านที่ทำการของหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมากรมธนารักษ์ได้รับคำขอใช้ที่ราชพัสดุจากหน่วยงานราชการส่วนกลางในกรุงเทพฯ จำนวน

มาก แต่ด้วยพื้นที่ที่จำกัดของที่ราชพัสดุ กรมธนารักษ์จึงพิจารณา การบริหารจัดการที่ราชพัสดุ แนวใหม่เพื่อใช้ที่ราชพัสดุให้เกิด ประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุดตามศักยภาพของที่ดิน โดย ได้ริเริ่มโครงการศูนย์ราชการกรุงเทพมหานคร ถนนแจ้งวัฒนะขึ้น ด้วยการขอคืนที่ราชพัสดุจาก การสื่อสารแห่งประเทศไทย บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และกรมทางหลวง รวมเนื้อที่ ประมาณ 450 ไร่ ต่อมาได้จัดสรรพื้นที่บางส่วนให้กองบัญชาการทหารสูงสุดและกรมการกงสุลใช้ก่อสร้างสถานที่ทำการ สำหรับพื้นที่ที่เหลือประมาณ 297 ไร่ ได้นำมาวางผังพื้นที่ใหม่ ตามคำขอใช้พื้นที่ โดยเปลี่ยนแปลงหลักการ และแนวทางปฏิบัติ ใหม่ของภาครัฐ จากเดิมที่กรมธนารักษ์ทำหน้าที่จัดสรรที่ราชพัสดุให้หน่วยงาน แล้วแต่ละหน่วย ราชการดำเนินการตั้งงบประมาณ ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารอาคารที่ทำการเอง มาสู่การ จัดสรรพื้นที่ในอาคารแทนการจัดสรรที่ดิน โดยกรมธนารักษ์ รับผิดชอบในทุกขั้นตอน

ต่อมา เพื่อให้การดำเนินโครงการลุล่วง ในวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2547 คณะรัฐมนตรี จึงได้มีมติอนุมัติตาม มติ กศร. ครั้งที่ 2/2547 วันที่ 5 เมษายน พ.ศ.2547 ให้กระทรวงการคลัง จัดตั้งบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.) ทำหน้าที่ก่อสร้างและบริหารโครงการศูนย์ ราชการฯ โดยมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลังถือหุ้นทั้งหมด มีกรมธนารักษ์เป็น หน่วยงานกำกับดูแล ทั้งนี้ ให้กรมธนารักษ์ ตั้งงบประมาณเพื่อชำระค่าเช่าพื้นที่ รวมทั้งค่าจัดหา เฟอริไนเจอร์ แทนทุกหน่วยงานในศูนย์ราชการฯ โดยรัฐสนับสนุนงบประมาณ ค่าเช่าพื้นที่ สำนักงานตลอดอายุสัญญาเช่า 30 ปี และค่าจัดหา เฟอริไนเจอร์ โดยทยอยจ่ายเป็นเวลา 5 ปี และ เป็นผู้ทำนิติกรรมเช่าพื้นที่โครงการแทนทุกหน่วยงานในโครงการ โดยให้ ธพส. ระดมทุนผ่าน นิติบุคคลเฉพาะกิจเพื่อมาใช้จ่ายในการดำเนินโครงการและเห็นชอบการจัดสรรพื้นที่ในศูนย์ ราชการฯ ให้แก่หน่วยงานที่มีความประสงค์และยืนยันการขอใช้พื้นที่ในการจัดสรรพื้นที่ดังกล่าว กรมธนารักษ์สามารถยึดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม

2.8.1 ที่ตั้งโครงการ

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ตั้งอยู่ในที่ราชพัสดุ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร บนที่ดินประมาณ 449 ไร่ จะมีพื้นที่ อาคารในโครงการรวมประมาณ 929,800 ตารางเมตร

ทิศเหนือ : ติดถนนแจ้งวัฒนะ

ทิศใต้ : ติดสนามกอล์ฟฟีนอร์ธปาร์ค

ทิศตะวันออก : ติดการสื่อสารแห่งประเทศไทย

ทิศตะวันตก : ติดพื้นที่เอกชน และพื้นที่ของการประปานครหลวง

2.8.2 พื้นที่ภายในโครงการแบ่งออกเป็น 3 โซน

Zone A เนื้อที่ประมาณ 100 ไร่ อยู่ด้านทิศเหนือ ติดถนน แจ้งวัฒนะซึ่งได้จัดสรรเป็นที่ตั้งของหน่วยงาน ด้านยุติธรรม

Zone B เนื้อที่ประมาณ 197 ไร่ อยู่ทางทิศใต้ ซึ่งจะเป็น ที่ตั้งของหน่วยงานราชการ และหน่วยงานอิสระของภาครัฐกว่า 30 หน่วยงาน

Zone C เนื้อที่ประมาณ 152 ไร่ อยู่ทางทิศตะวันออก เป็น พื้นที่สำหรับรองรับการขยายตัว และเป็นส่วนพักผ่อนสำหรับโครงการ

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิเดช (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพทุกประเภท ในปริมาณ 1-5 ขวด/ซอง ต่อครั้ง ด้านสถานที่จำหน่ายที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปซื้อคือ ซูเปอร์ มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า ด้านความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่น้อยกว่าเดือนละครั้ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

จันทิรา (2547) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคใน จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคใน จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวหมู เส้นเล็ก รสต้มยำ สูตรก๋วยเตี๋ยวเรือสูตรอยุธยา เหตุผลที่ผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยว พบว่าผู้บริโภคบริโภคเพราะรสชาติอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือบริโภคเพราะความสะดวกของก๋วยเตี๋ยว และความสะดวกของอุปกรณ์เครื่องใช้อยู่ในระดับมาก ในด้านรูปแบบของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ผู้บริโภคนิยมไปบริโภค พบว่าผู้บริโภคนิยมไปบริโภคที่ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์อยู่ในระดับมาก และ ร้านก๋วยเตี๋ยวเรืออยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้าอาคารเป็นร้านเช่าเฉพาะหน้าร้านหรือด้านข้างของอาคาร

ศมากร (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของวัยรุ่นในย่านสยามสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นมาสยามสแควร์ เฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือนและมีพฤติกรรมใน

การบริโภคกล้วยเดี่ยวที่สยามสแควร์ เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยครั้งละ 1 ซาม (ในขนาดปกติ) โดยที่ผู้บริโภควัยรุ่นได้ให้ความสำคัญของรสชาติอาหารมากกว่าราคา ประเภทของกล้วยเดี่ยวที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ กล้วยเดี่ยวต้มยำ และนิยมกล้วยเดี่ยวที่ใช้เนื้อหมูเป็นส่วนประกอบมากที่สุด อาหารแก้มกล้วยเดี่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ แคปหมู การตกแต่งร้านกล้วยเดี่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือการจัดร้านแบบสบายๆ สไตล์ธรรมชาติ และส่วนใหญ่พบเห็นข้อมูลของกล้วยเดี่ยวจากป้ายโฆษณาหน้าร้านมากที่สุด

รุจิรา (2549) การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภคในภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นชาบูชิ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติในด้านส่วนประสม การตลาดภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ระดับดี ส่วนทัศนคติภาพรวมด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการมาใช้บริการมากที่สุด และสื่อที่ไม่ใช่บุคคลพบว่าสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ สื่อป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ ทัศนคติด้านรูปแบบการดำรงชีวิตเกี่ยวกับการทานอาหารนอกบ้าน และสนใจที่จะลิ้มลองอาหารรสชาติใหม่ในระดับดีและมีค่านิยมในด้านการทานอาหารญี่ปุ่นเพื่อเข้าสังคม และการทานอาหารญี่ปุ่นทำให้เป็นคนทันสมัยในระดับปานกลาง เพศ อายุอาชีพ และรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้านความถี่ของการรับประทาน ด้านเวลาที่ใช้ในการรับประทานที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านจำนวนคนที่รับประทานแต่ละครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จิรนนท์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ณ โรงอาหารคณะสังคมของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ พบว่าพฤติกรรมของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ที่เลือกบริโภคอาหาร ณ โรงอาหารคณะสังคม พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่จะมาใช้บริการทุกวันที่มีเรียน ยกเว้นนักศึกษาชั้นปี 3 ที่ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการที่โรงอาหารสังคมสัปดาห์ละ 3 ครั้งเท่านั้น เนื่องจากวิชาที่เรียนในชั้นปีที่ 3 นี้ มีบางวันที่ต้องเรียนนอกคณะ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการกับเพื่อน 3-4 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง 20-40 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ ในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ณ โรงอาหารคณะสังคมศาสตร์ อันดับแรกคือปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

อนุกุล (2550) ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการวิจัย พบว่า 1. นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารในระดับผ่านเกณฑ์

ขั้นต่ำ ($\bar{x} = 52.0$) มีทัศนคติการบริโภคอาหารในระดับดี ($\bar{x} = 3.48$) และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 1.66$) 2. การเปรียบเทียบความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาตามตัวแปรที่ศึกษา พบว่า 1) เพศหญิงมีความรู้ในการบริโภคอาหารสูงกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทัศนคติและพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน 2) ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามปัจจัยพื้นฐานที่ศึกษาทุกตัว ยกเว้น ปัจจัยรายได้ของนักศึกษา 3) พฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามการศึกษาสูงสุด และอาชีพของผู้ปกครอง ชั้นปีและคณะของนักศึกษา 3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา พบว่าพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคอาหาร มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.655$) ความรู้กับทัศนคติและกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.278$ และ 0.141 ตามลำดับ)

ป้อม (2553) ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตของผู้บริโภคในเขตคลองรังสิตประยูรศักดิ์ จากผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรือน้ำตกลมุ่เส้นเล็กมากที่สุด เค็มหมูเป็นกับแกล้มที่ได้รับค่านิยมสูงสุด ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคจะมีความถี่ในการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตประมาณ 4 ครั้งต่อเดือน ปกติจะบริโภคคนละ 1-2 ชามต่อครั้ง เสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละประมาณ 52 บาทต่อคน และชอบรูปแบบการแต่งร้านแบบธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะบริโภคในช่วงกลางวันและตัดสินใจบริโภคด้วยตัวเอง ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อรสชาติมาเป็นอันดับ 1 โดยที่คลอง 2 เป็นคลองที่ผู้บริโภคนิยมไปบริโภคก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศและอาชีพต่างกันจะมีปริมาณการบริโภคต่อครั้งแตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่ต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคต่อเดือนที่แตกต่างกันด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับปริมาณและความถี่ในการบริโภคต่อเดือน จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้าน

บุคลากรมาเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการอบรมพนักงานบริการให้มีความรอบคอบและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งมุ่งมั่นและรักษามาตรฐานการให้บริการด้วยรอยยิ้มอยู่เสมอ สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการบริการนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อมาตรฐานการบริการที่รวดเร็ว ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความถูกต้องของการให้บริการด้วย สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความประทับใจในการให้บริการ อันจะนำมาซึ่งความถี่และปริมาณในการบริโภคที่เพิ่มขึ้น สำหรับเกณฑ์การตั้งราคานั้นจะต้องตั้งราคาให้เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญต่อมาตรฐานความอร่อยของน้ำก๋วยเตี๋ยวและความสดใหม่ของวัตถุดิบอยู่เสมอ ในขณะที่เดียวกันก็ควรยึดสูตรที่เป็นต้นตำหรับไว้เป็นหลัก ทั้งนี้อาจมีการปรับปรุงรสชาติเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้นหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการศึกษายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ธุรกิจก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตมีความเป็นอัตลักษณ์และมีมาตรฐานเดียวกัน อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นการยกระดับแบรนด์ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น

จิตาภัทร์ (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารหาบเร่แผงลอยบนถนนสีลม 3-4 วันต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการจำนวน 51-100 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่จะไปใช้บริการช่วงกลางวัน โดยมักจะทานอาหารประเภทข้าวแกง/ก๋วยเตี๋ยวบ๊วยที่สุด ในการบริโภคอาหารหาบเร่แผงลอยผู้บริโภคให้ความสำคัญแก่ลักษณะผลิตภัณฑ์และราคาในระดับมาก

สุข (2554) การศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 61คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.41 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม มีน้ำหนักการตัดสินใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจในระดับมาก อันดับ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านราคาผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้และอาชีพต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน อายุและระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน

อรุณี (2554) ศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านภาพลักษณ์สินค้า ความภักดีต่อสินค้า และความไว้วางใจ กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานธนาคาร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาโท และมีสถานภาพการสมรสเป็นโสดกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์กับปัจจัยด้านความสดใหม่และความสะอาดของผักมากที่สุด ด้านราคากับปัจจัยย่อยด้านราคาคุ้มค่ากับคุณภาพมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่จำหน่ายสะอาด มีการจัดเก็บอุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษาผักมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดกับปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพเพื่อแนะนำผักปลอดสารพิษมากที่สุด สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์สินค้ากับปัจจัยย่อยการมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้สินค้ามากที่สุด ความภักดีต่อสินค้ากับปัจจัยย่อยความต้องการใช้ตราสินค้านี้ในครั้งต่อไปมากที่สุด และด้านความไว้วางใจกับปัจจัยย่อยการมีความรู้สึกที่ดีจากการบริโภคผักปลอดสารพิษมากที่สุดผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ ที่มีความแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ และสถานภาพการสมรส ที่มีความแตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และ

การส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานด้านอื่นๆ พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์สินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยด้านความภักดี ต่อสินค้าและความไว้วางใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ธน (2555) พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยใช้บริการส่งตรงถึงบ้าน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยใช้บริการส่งตรงถึงบ้าน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ด 1 ครั้งต่อสัปดาห์และจะสั่งเฉพาะช่วงโปรโมชั่นมีความพอใจในคุณภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดระดับปานกลาง สั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดรับประทานกับครอบครัว เลือกใช้บริการส่งตรงถึงบ้านจากศูนย์บริการและเหตุผลที่เลือกใช้บริการคือความสะดวกพิชซ่าฮัทเป็นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่สั่งบ่อยที่สุด การสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้งมีมูลค่าตั้งแต่ 500 บาท แหล่งที่มาของรายการอาหารจากการโฆษณา และในอนาคตจะยังใช้บริการหากราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงขึ้น

วิไลวรรณ (2556) การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน ริว ชาบู ชาบู สาขาสยามสแควร์ โดยศึกษาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จากผลการศึกษาพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยคิดเป็นร้อยละ 53.5 ซึ่งช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 42.5 2. ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านริว ชาบู ชาบู สาขาสยาม สแควร์จำแนกตามปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุดรองลงมา คือด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขาย ลดหลั่นลงมาตามลำดับ 3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้าน ริว ชาบู ชาบู สาขาสยามสแควร์ที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีวิธีดำเนินการแบ่งออก ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ที่เป็นลูกค้าย่านก๋วยเตี๋ยวที่ทำงานภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 500 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 222 คน ซึ่งคำนวณได้จาก สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) (อ้างอิงในสุภาพ ,2551) ซึ่งมีวิธีการดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนในการเลือกสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{500}{1+500(0.05)^2} \\
 &= \frac{500}{2.25} \\
 &= 222.22
 \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวน 222 คน

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เลือกเฉพาะผู้ที่เป็นลูกค้าร้าน ก๋วยเตี๋ยวที่เข้ามาบริโภคก๋วยเตี๋ยว ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เป็นประจำ โดยก่อนทำการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาได้ใช้คำถามนำเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างว่า ท่านบริโภคก๋วยเตี๋ยวเป็นประจำหรือไม่

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3.2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทาง และ ข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.2.2 สรุปกรอบแนวคิด และขอบเขต ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้

3.2.2.3 กำหนดประเด็น และขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

3.2.2.4 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง นำแบบสอบถามที่ออกแบบไว้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ เพื่อหาความถูกต้อง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พี่เลี้ยง เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) รายละเอียดความถูกต้อง สมบูรณ์ และครอบคลุมเนื้อหาข้อคำถามทุกข้อ หลังจากที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ

3.2.2.5 ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีความรู้ และประสบการณ์ทางด้านที่ทำการศึกษาคำถามพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรง (IOC) และทำการแก้ไขปรับปรุง โดยมีขั้นตอน การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่านพิจารณาทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามตามเนื้อหา (Content Validity) และภาษาที่ใช้โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index) (จิตราภา,2550) ดำเนินการให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่านพิจารณา แล้วให้คะแนนตามข้อกำหนดดังนี้

คะแนน	1	พิจารณาข้อคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	0	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	-1	พิจารณาว่าข้อคำถามไม่สามารถวัดตรงตามวัตถุประสงค์

นำผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่านมาพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ โดยคัดเลือกค่าความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = แทนค่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ = แทนค่า ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = แทนค่า จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการตรวจสอบค่า IOC ดังนี้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่มของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2555 ข้อที่ 1-10 มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา IOC ระหว่าง 0.60 – 1.00

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายน้ำดื่มของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2555 โดยมีด้านทั้ง 6 มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา IOC ระหว่าง 0.60 – 1.00

3.2.2.6 ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try – Out) กับกลุ่มผู้บริโภคน้ำดื่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อีกครั้งหนึ่งและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ก่อนนำไปใช้จริง โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยใช้วิธีของ ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งดัดแปลงมาจากสูตร KR-20 ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α = สัมประสิทธิ์ค่าความเที่ยง (สัมประสิทธิ์แอลฟา)

n = จำนวนคำถาม

$$\sum s_i^2 = \text{ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ}$$

$$s_i^2 = \text{ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ}$$

ผลการตรวจสอบ ดังนี้

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเตี๋ยวของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 โดยมีด้านทั้ง 6 มีความเชื่อมั่น ระหว่าง 0.70 - 0.80

3.2.2.7 นำมาปรับปรุงแก้ไข และนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 โดยนำหนังสือขออนุญาตที่ออกให้โดย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการศึกษาที่ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

3.3.2 ผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 ชุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเอง และใช้เวลาในการดำเนินการ 30 วัน

3.3.3 จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตัวเอง

3.3.4 สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาจนครบ 222 ชุด

3.3.5 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

3.3.6 จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ t-test และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูล

3.4.1 คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และผ่านการแก้ไข

3.4.2 ประมวลผลข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

3.4.2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Data) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อวิเคราะห์ใช้สถิติโดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และหาค่าความถี่ (Frequency)

3.4.2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เพื่อวิเคราะห์ใช้สถิติโดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และหาค่าความถี่ (Frequency)

3.4.2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีน้อยที่สุด

3.4.2.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามอายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ F-test และเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ t-test ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) (บุญธรรม, 2546)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารที่ตรงกัน ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
F, sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
LSD	แทน	แทนค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

4.1.2 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

4.1.3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	92	41.4
เพศหญิง	130	58.6
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 ส่วนเพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ตารางที่ 4.2 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	2	1.0
21-30 ปี	38	17.1
31-40 ปี	76	34.2
41-50 ปี	74	33.3
มากกว่า 50 ปี	32	14.4
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 21-30 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	18.5
ปริญญาตรี	142	64.0
สูงกว่าปริญญาตรี	39	17.5
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	19	8.6
10,001-20,000 บาท	48	21.6
20,001-30,000 บาท	57	25.6
30,001-40,000 บาท	55	24.8
มากกว่า 40,000 บาท	43	19.4
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาคือ รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 รายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

4.1.2 พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

4.1.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว รสชาติก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค รูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยว อาหารแกล้มกับก๋วยเตี๋ยว จำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี๋ยว ช่วงเวลาที่นิยมบริโภค จำนวนครั้งที่บริโภคต่อสัปดาห์ และปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง

ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค

ประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บะหมี่	63	28.4
เส้นเล็ก	56	25.2
เส้นหมี่	45	20.3
เส้นใหญ่	36	16.2
วุ้นเส้น	22	9.9
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 นิยมบริโภคเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ เส้นบะหมี่ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมาคือ เส้นเล็ก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 เส้นหมี่ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 เส้นใหญ่ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และวุ้นเส้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคถ้วยเดียว ของบุคลากรศูนย์ราชการ
เฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือก
บริโภคถ้วยเดียว

เหตุผลที่ตัดสินใจเลือก บริโภคถ้วยเดียว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติ	85	38.3
ราคา	45	20.3
สะดวก	34	15.3
หาซื้อได้ง่าย	24	10.8
การบริการ	18	8.1
บริโภคได้รวดเร็ว	16	7.2
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เหตุผลที่บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ใช้ในการตัดสินใจเลือกบริโภคถ้วยเดียวมากที่สุด คือ รสชาติ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 สะดวก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 หาซื้อได้ง่าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 การบริการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และบริโภคได้รวดเร็ว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคถ้วยเดียว ของบุคลากรศูนย์ราชการ
เฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรสชาติถ้วยเดียวยอดนิยม
บริโภค

รสชาติถ้วยเดียวยอดนิยมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถ้วยเดียวต้มยำ	98	44.1
ถ้วยเดียวน้ำตก	85	26.1
ถ้วยเดี่ยวเย็นตาโฟ	26	23.9
ถ้วยเดียวน้ำใส	13	5.9

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รสชาติก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก๋วยเตี๋ยวน้ำใส	13	5.9
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า รสชาติก๋วยเตี๋ยวที่บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 นิยมบริโภค คือ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมา คือ ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และก๋วยเตี๋ยวน้ำใส จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.8 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค

ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก๋วยเตี๋ยวหมู-หมูตุ๋น	111	50.0
ก๋วยเตี๋ยวเนื้อวัว-เนื้อตุ๋นวัว	30	13.5
ก๋วยเตี๋ยวไก่	25	11.3
ก๋วยเตี๋ยวทะเล	32	14.4
ก๋วยเตี๋ยวผสม	24	10.8
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 นิยมบริโภค คือ ก๋วยเตี๋ยวหมู-หมูตุ๋น จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ ก๋วยเตี๋ยวทะเล จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ก๋วยเตี๋ยวเนื้อวัว-เนื้อตุ๋นวัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ก๋วยเตี๋ยวไก่ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และก๋วยเตี๋ยวผสม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.9 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยว

รูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคที่ร้าน	180	81.1
สั่งกลับบริโภคที่ทำงาน	35	15.7
สั่งกลับบริโภคที่บ้าน	7	3.2
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า รูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่นิยมมากที่สุด คือ บริโภคที่ร้าน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 รองลงมา คือ สั่งกลับบริโภคที่ทำงาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และสั่งกลับบริโภคที่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามอาหารแก้มักกับก๋วยเตี๋ยว

อาหารแก้มักกับก๋วยเตี๋ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผักดิบ-ผักสด	71	32.0
แคบหมู	56	25.2
ก๊วยทอด	44	19.8
กากหมู	27	12.2
หนังปลากรอบ	24	10.8
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า อาหารแก้มักกับก๋วยเตี๋ยว ที่บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 นิยมมากที่สุด คือ ผักดิบ-ผักสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา คือ แคบหมู จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ก๊วยทอด จำนวน 44 คน คิดเป็น

ร้อยละ 19.8 กากหมู จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และหนังปลากรอบ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามจำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี๋ยว

จำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี๋ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4-6	128	57.7
1-3	94	42.3
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า จำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มากที่สุด คือ 4-6 คน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมา คือ 1-3 คน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ความถี่และร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมบริโภค

ช่วงเวลาที่นิยมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
09:01- 11:00 น.	4	1.8
11:01- 13:00 น.	178	80.2
13:01- 15:00 น.	40	18.0
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 คือ เวลา 11:01- 13:00 น. จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมา คือ เวลา 13:01- 15:00 น. จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และเวลา 09:01- 13:00 น. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคร่วมกันของบุคลากรศูนย์

ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์

จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง / สัปดาห์	149	67.1
3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์	68	30.6
5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์	4	1.8
ทุกวัน	1	0.5
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่นิยมบริโภคร่วมกันมากที่สุด คือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 จำนวน 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และบริโภคร่วมกันทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคร่วมกันของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง

ปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ซาม / ครั้ง	185	83.3
2 ซาม / ครั้ง	35	15.7
3 ซาม / ครั้ง	1	0.5
มากกว่า 3 ซาม / ครั้ง	1	0.5
รวม	222	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ปริมาณที่นิยมบริโภคร่วมกันมากที่สุด คือ 1 ซาม/ครั้ง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ 2 ซาม/ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 3 ซาม/ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และมากกว่า 3 ซาม/ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

4.1.3 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

4.1.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบริการ และด้านบรรยากาศ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ในภาพรวมและรายด้าน

ด้าน	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์	4.24	1.01	มาก
2. ราคา	4.36	0.82	มาก
3. สถานที่การให้บริการ	4.69	0.63	มากที่สุด
4. การส่งเสริมการขาย	4.46	0.81	มาก
5. บริการ	4.01	1.08	มาก
6. บรรยากาศ	3.87	1.09	มาก
รวม	4.27	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า บุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.91) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$, S.D.= 0.63) รองลงมา มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.46$, S.D.= 0.81) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.36$, S.D.= 0.82) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 1.01) ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 1.08) และด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.87$, S.D.= 1.09)

4.1.3.1.1 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว
ของบุคคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตาม เพศ อายุ
ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน
จำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	เพศ					
	ชาย (n=92)			หญิง(n=130)		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
- รสชาติและความสะอาดของก๋วยเตี๋ยว	4.01	1.02	มาก	3.83	1.13	มาก
- เส้นก๋วยเตี๋ยวมี่มีความเหนียว นุ่ม น่าบริโภค	3.79	1.09	มาก	3.96	1.03	มาก
- รูปแบบของการจัดตกแต่งและสีสันทอง ก๋วยเตี๋ยวแต่ละเมนู	3.95	1.08	มาก	4.10	0.95	มาก
- ความหลากหลายของประเภทก๋วยเตี๋ยว	3.94	1.20	มาก	3.80	1.20	มาก
- น้ำก๋วยเตี๋ยว หอม สะอาด น่าบริโภค	3.95	0.99	มาก	3.99	0.96	มาก
- ผักสด ผักลวกมีความสะอาด	3.92	0.98	มาก	3.98	0.93	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.92	1.06	มาก	3.94	1.03	มาก

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	เพศ					
	ชาย (n=92)			หญิง(n=130)		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านราคา (Price)						
- มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.96	1.11	มาก	3.80	1.15	มาก
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับ คุณภาพและปริมาณของก๋วยเตี๋ยว	3.84	0.97	มาก	4.01	1.01	มาก
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับ ก๋วยเตี๋ยวในระดับเดียวกัน	3.94	0.99	มาก	4.00	0.98	มาก
ด้านราคาโดยรวม	3.91	1.02	มาก	3.93	1.04	มาก
ด้านสถานที่การให้บริการ (Place)						
- ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งร้านก๋วยเตี๋ยว	3.69	1.11	มาก	3.75	1.14	มาก
- เวลาเปิดของร้านสะดวกในการใช้บริการ	4.27	0.91	มาก	4.31	0.88	มาก
- ความสะอาดของสถานที่โดยรวม	3.92	1.16	มาก	3.92	1.08	มาก
- ความสะอาดของร้านก๋วยเตี๋ยว	4.13	0.72	มาก	4.17	0.83	มาก
- บรรยากาศบริเวณสถานที่โดยรวมของร้าน ก๋วยเตี๋ยว	4.47	0.80	มาก	4.50	0.74	มาก
- สะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค	4.04	0.88	มาก	4.00	0.99	มาก
ด้านสถานที่การให้บริการโดยรวม	4.08	0.93	มาก	4.10	0.94	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)						
- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ร้านได้ กว้างขวาง ทั่วถึง	4.14	0.89	มาก	4.06	1.88	มาก
- มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ได้น่าสนใจ แผ่นพับ/ ใบปลิว	3.98	1.06	มาก	4.10	1.01	มาก
- มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่	4.08	0.95	มาก	4.09	0.88	มาก
- ความทั่วถึงของกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น	4.30	0.92	มาก	4.26	0.93	มาก
ด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม	4.12	0.95	มาก	4.12	1.17	มาก

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายถ้วยเดียว	เพศ					
	ชาย (n=92)			หญิง(n=130)		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านบริการ (Service)						
- มารยาทของพนักงานในการบริการ	4.15	0.92	มาก	4.03	1.02	มาก
- เครื่องแต่งกายพนักงานเหมาะสมและสะอาด	4.04	1.15	มาก	4.34	0.97	มาก
- บุคลิกภาพของพนักงานในการบริการ	4.05	1.01	มาก	4.10	1.08	มาก
- ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ	3.82	1.13	มาก	4.15	1.64	มาก
- ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร และการ บริการ	3.75	1.11	มาก	3.87	1.10	มาก
ด้านบริการโดยรวม	3.96	1.06	มาก	4.09	1.16	มาก
ด้านบรรยากาศ (Climate)						
- ขนาดของร้าน (จำนวนโต๊ะ) สามารถรองรับ ปริมาณลูกค้าได้เพียงพอ	3.88	0.91	มาก	3.99	1.01	มาก
- บรรยากาศโดยรวมในร้านเป็นจุดดึงดูดลูกค้า	3.61	1.09	มาก	3.49	1.07	มาก
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านสะอาด สวย ถูกหลัก อนามัย	3.84	1.01	มาก	3.82	1.08	มาก
ด้านบรรยากาศโดยรวม	3.77	1.00	มาก	3.76	1.05	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดียว จำแนกตามเพศทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศชาย ด้านที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดียวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.95) และด้านที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดียวต่ำสุดคือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 1.00) ส่วนเพศหญิง ด้านที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดียวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 1.17) และด้านที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดียวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 1.05)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	อายุ														
	น้อยกว่า 20 ปี			21-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			มากกว่า 50 ปี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)															
- รสชาติและความสะอาดของก๋วยเตี๋ยว	3.00	2.82	ปานกลาง	3.73	1.71	มาก	3.97	0.90	มาก	3.94	1.14	มาก	3.93	1.16	มาก
- เส้นก๋วยเตี๋ยวมีความเหนียว นุ่ม น่าบริโภค	3.50	0.70	มาก	4.26	0.86	มาก	3.73	1.11	มาก	3.86	1.06	มาก	3.90	1.11	มาก
- รูปแบบของการจัดตกแต่งและสีสันทอง ก๋วยเตี๋ยวแต่ละเมนู	3.50	0.70	มาก	4.10	0.86	มาก	4.06	1.07	มาก	4.00	1.05	มาก	4.06	0.98	มาก
- ความหลากหลายของประเภทก๋วยเตี๋ยว	4.00	1.41	มาก	4.18	1.03	มาก	3.93	1.51	มาก	3.74	1.35	มาก	3.56	1.10	มาก
- น้ำก๋วยเตี๋ยว หอม สะอาด น่าบริโภค	4.50	0.70	มาก	4.31	0.87	มาก	3.64	0.94	มาก	4.00	1.02	มาก	4.28	0.81	มาก
- ผักสด ผักลวกมีความสะอาด	4.50	0.70	มาก	3.81	1.03	มาก	3.88	0.92	มาก	4.09	0.92	มาก	3.96	1.03	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.83	1.17	มาก	4.06	1.06	มาก	3.86	1.07	มาก	3.93	1.09	มาก	3.94	1.03	มาก
ด้านราคา (Price)															
- มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.50	2.12	มาก	3.47	1.38	มาก	4.14	0.91	มาก	3.85	1.10	มาก	3.75	1.19	มาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายถ้วยเดี่ยว	อายุ															
	น้อยกว่า 20 ปี			21-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			มากกว่า 50 ปี			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับ คุณภาพและปริมาณของถ้วยเดี่ยว	3.00	1.41	ปาน กลาง	4.00	1.18	มาก	4.02	0.86	มาก	4.00	0.95	มาก	3.62	1.12	มาก	
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับร้าน ถ้วยเดี่ยวในระดับเดียวกัน	3.00	1.41	ปาน กลาง	3.94	1.03	มาก	3.96	0.99	มาก	4.01	0.97	มาก	4.03	0.96	มาก	
ด้านราคาโดยรวม	3.16	1.64	ปาน กลาง	3.80	1.19	มาก	4.04	0.92	มาก	3.95	1.00	มาก	3.80	1.09	มาก	
ด้านสถานที่การให้บริการ (Place)																
- ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งร้านถ้วยเดี่ยว	4.00	0.00	มาก	3.55	1.15	มาก	3.72	1.11	มาก	3.85	1.13	มาก	3.65	1.20	มาก	
- เวลาเปิดของร้านสะดวกในการใช้บริการ	4.50	0.70	มากที่สุด	4.31	1.01	มาก	4.38	0.71	มาก	4.12	1.01	มาก	4.46	0.84	มาก	
- ความสะอาดของสถานที่โดยรวม	3.00	0.00	มากที่สุด	4.00	0.98	มาก	4.05	1.11	มาก	4.01	1.04	มาก	3.37	1.31	มาก	
- ความสะอาดของร้านถ้วยเดี่ยว	4.50	0.70	มากที่สุด	4.05	0.95	มาก	4.19	0.63	มาก	4.18	0.83	มาก	4.09	0.85	มาก	

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายถ้วยเดียว	อายุ														
	น้อยกว่า 20 ปี			21-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			มากกว่า 50 ปี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
- บรรยากาศบริเวณสถานที่โดยรวมของร้าน ถ้วยเดียว	5.00	0.00	มากที่สุด	4.55	0.82	มากที่สุด	4.56	0.59	มากที่สุด	4.45	0.77	มากที่สุด	4.28	1.02	มากที่สุด
- สะดวกต่อการเดินทางมาบริเวณ	4.50	0.70	มากที่สุด	3.92	1.02	มากที่สุด	4.18	0.85	มากที่สุด	4.06	0.96	มากที่สุด	3.59	0.94	มากที่สุด
ด้านสถานที่การให้บริการโดยรวม	4.25	0.35	มากที่สุด	4.06	0.98	มากที่สุด	4.18	0.83	มากที่สุด	4.11	0.95	มากที่สุด	3.90	1.02	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)															
- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ร้านได้ กว้างขวางทั่วถึง	4.50	0.70	มากที่สุด	4.10	1.08	มากที่สุด	3.88	0.86	มากที่สุด	4.37	2.27	มากที่สุด	3.90	1.17	มากที่สุด
- มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ได้น่าสนใจ แผ่น พับ/ใบปลิว	3.50	1.12	มากที่สุด	3.92	1.04	มากที่สุด	4.15	0.98	มากที่สุด	3.98	1.07	มากที่สุด	4.15	0.98	มากที่สุด
- มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่	5.00	0.00	มากที่สุด	4.15	1.00	มากที่สุด	4.02	0.92	มากที่สุด	4.09	0.90	มากที่สุด	4.93	0.81	มากที่สุด
- ความทั่วถึงของกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น	4.50	0.70	มากที่สุด	4.10	1.00	มากที่สุด	4.53	0.72	มากที่สุด	4.31	0.93	มากที่สุด	3.81	1.06	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม	4.37	0.63	มากที่สุด	4.06	1.03	มากที่สุด	4.14	0.87	มากที่สุด	4.18	1.29	มากที่สุด	4.19	1.00	มากที่สุด

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายกัวยเดี่ยว	อายุ														
	น้อยกว่า20 ปี			21-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			มากกว่า 50 ปี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านบริการ (Service)															
- มารยาทของพนักงานในการบริการ	4.50	0.00	มากที่สุด	4.10	1.15	มาก	3.90	0.98	มาก	4.10	0.91	มาก	4.40	0.87	มาก
- เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาด	5.00	0.70	มากที่สุด	4.18	1.06	มาก	4.26	1.02	มาก	4.12	1.09	มาก	4.34	1.12	มาก
- บุคลิกภาพของพนักงานในการบริการ	4.50	0.70	มากที่สุด	4.23	1.10	มาก	4.03	1.06	มาก	4.05	1.00	มาก	4.06	1.16	มาก
- ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ	4.50	0.70	มากที่สุด	5.10	1.39	มากที่สุด	3.67	1.17	มาก	3.85	1.01	มาก	3.90	1.05	มาก
- ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร และการบริการ	4.50	0.70	มากที่สุด	3.73	1.20	มาก	3.88	1.08	มาก	3.91	1.08	มาก	3.53	1.13	มาก
ด้านบริการโดยรวม	4.60	0.56	มากที่สุด	4.26	1.18	มาก	3.94	1.06	มาก	4.00	1.01	มาก	4.04	1.06	มาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายถ้วยเดียว	อายุ														
	น้อยกว่า 20 ปี			21-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			มากกว่า 50 ปี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านบรรยากาศ (Climate)															
- ขนาดของร้าน (จำนวนโต๊ะ) สามารถรองรับ ปริมาณลูกค้าได้เพียงพอ	4.00	1.14	มาก	4.05	1.08	มาก	3.97	0.93	มาก	3.87	0.89	มาก	3.90	1.11	มาก
- บรรยากาศโดยรวมในร้านเป็นจุดดึงดูด ลูกค้า	3.00	1.14	ปาน กลาง	3.57	1.13	มาก	3.67	1.06	มาก	3.45	1.06	มาก	3.43	1.13	มาก
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านสะอาด สวย ถูกหลัก อนามัย	3.50	0.70	มาก	3.63	1.12	มาก	3.89	1.01	มาก	3.95	1.03	มาก	3.65	1.12	มาก
ด้านบรรยากาศโดยรวม	3.50	0.99	มาก	3.75	1.11	มาก	3.84	1.00	มาก	3.76	0.99	มาก	3.66	1.12	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวจำแนกตามอายุ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอายุ น้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.56) และที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 1.64) อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 1.18) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุดคือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 1.11) อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.83)และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 1.00) อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 1.29) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.99) อายุ มากกว่า50 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 1.00) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.12)



ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่าย ก๋วยเตี๋ยว	ระดับการศึกษา								
	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)									
- รสชาติและความสะอาดของก๋วยเตี๋ยว	3.72	1.13	มาก	3.90	1.08	มาก	4.10	1.04	มาก
- เส้นก๋วยเตี๋ยวมีความเหนียว นุ่ม น่าบริโภค	4.00	1.03	มาก	3.86	1.06	มาก	3.87	1.08	มาก
- รูปแบบของการจัดตกแต่งและสีสันทันของก๋วยเตี๋ยว แต่ละเมนู	4.17	0.95	มาก	3.95	1.03	มาก	4.25	0.99	มาก
- ความหลากหลายของประเภทก๋วยเตี๋ยว	3.92	1.18	มาก	3.79	1.21	มาก	4.02	1.22	มาก
- น้ำก๋วยเตี๋ยว หอม สะอาด น่าบริโภค	4.05	0.90	มาก	4.02	0.99	มาก	3.74	0.93	มาก
- ผักสด ผักลวกมีความสะอาด	3.87	1.07	มาก	3.93	0.96	มาก	4.12	0.86	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.95	1.04	มาก	4.02	1.05	มาก	4.01	1.02	มาก
ด้านราคา (Price)									
- มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.70	1.26	มาก	3.85	1.15	มาก	4.10	0.88	มาก

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่าย ก๋วยเตี๋ยว	ระดับการศึกษา									
	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และปริมาณของก๋วยเตี๋ยว	4.00	1.13	มาก	3.86	0.99	มาก	4.17	0.85	มาก	
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านก๋วยเตี๋ยว ในระดับเดียวกัน	3.77	1.12	มาก	4.06	0.94	มาก	3.87	1.00	มาก	
ด้านราคาโดยรวม	3.82	1.17	มาก	3.92	1.02	มาก	4.04	0.91	มาก	
ด้านสถานที่การให้บริการ (Place)										
- ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งร้านก๋วยเตี๋ยว	3.80	1.04	มาก	3.74	1.16	มาก	3.58	1.11	มาก	
- เวลาเปิดของร้านสะดวกในการใช้บริการ	4.20	1.01	มาก	4.37	0.88	มาก	4.12	0.80	มาก	
- ความสะอาดของสถานที่โดยรวม	4.00	1.15	มาก	3.83	1.14	มาก	4.15	0.93	มาก	
- ความสะอาดของร้านก๋วยเตี๋ยว	4.22	0.76	มาก	4.15	0.81	มาก	4.10	0.75	มาก	
- บรรยากาศบริเวณสถานที่โดยรวมของร้าน ก๋วยเตี๋ยว	4.77	0.47	มากที่สุด	4.40	0.86	มาก	4.51	0.55	มากที่สุด	
- สะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค	4.12	0.85	มาก	3.93	1.00	มาก	4.20	0.83	มาก	
ด้านสถานที่การให้บริการโดยรวม	4.18	0.88	มาก	4.07	0.97	มาก	4.11	0.82	มาก	

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่าย ถ้วยเดียว	ระดับการศึกษา									
	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)										
- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ร้านได้ กว้างขวางทั่วถึง	4.12	1.78	มาก	4.13	1.78	มาก	3.89	0.96	มาก	
- มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ได้น่าสนใจ แผ่นพับ/ ใบปลิว	4.17	1.05	มาก	3.91	1.05	มาก	4.43	0.78	มาก	
- มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่	4.17	0.98	มาก	4.11	0.90	มาก	3.92	0.87	มาก	
- ความทั่วถึงของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ไปรษณีย์	4.17	0.95	มาก	4.30	0.94	มาก	4.33	0.80	มาก	
ด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม	4.15	1.19	มาก	4.11	1.16	มาก	4.14	0.83	มาก	
ด้านบริการ (Service)										
- มารยาทของพนักงานในการบริการ	4.07	0.91	มาก	4.10	1.01	มาก	4.02	0.93	มาก	
- เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม และสะอาด	4.07	1.11	มาก	4.25	1.06	มาก	4.25	1.01	มาก	
- บุคลิกภาพของพนักงานในการบริการ	4.20	0.96	มาก	4.09	1.10	มาก	3.94	0.97	มาก	
- ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ	3.47	1.17	มาก	4.32	1.13	มาก	3.43	1.09	มาก	

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่าย ถ้วยเดียว	ระดับการศึกษา								
	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
- ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร และการบริการ	3.62	1.16	มาก	3.83	1.11	มาก	3.97	1.01	มาก
ด้านบริการโดยรวม	3.88	1.06	มาก	4.11	1.08	มาก	3.92	1.00	มาก
ด้านบรรยากาศ (Climate)									
- ขนาดของร้าน (จำนวนโต๊ะ) สามารถรองรับ ปริมาณลูกค้าได้เพียงพอ	4.05	0.90	มาก	3.95	0.97	มาก	3.79	1.03	มาก
- บรรยากาศโดยรวมในร้านเป็นจุดดึงดูดลูกค้า	3.57	1.08	มาก	3.53	1.10	มาก	3.56	1.02	มาก
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านสะอาด สวย ถูกหลักอนามัย	3.37	1.19	มาก	3.95	1.00	มาก	3.87	0.97	มาก
ด้านบรรยากาศโดยรวม	3.66	1.05	มาก	3.81	1.02	มาก	3.74	1.00	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.88) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.05) ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 1.16) และด้านบริการ ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 1.08) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 1.02) ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวสูงสุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.83) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเต๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.00)



ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์(Product)															
- รสชาติและความสะอาดของ ก๋วยเตี๋ยว	3.57	1.60	มาก	3.79	1.20	มาก	4.42	0.59	มาก	3.74	1.18	มาก	3.72	0.85	มาก
- เส้นก๋วยเตี๋ยวมี่ความเหนียว นุ่ม น่าบริโภค	4.73	0.56	มากที่สุด	3.75	1.10	มาก	3.66	1.09	มาก	3.98	1.04	มาก	3.86	1.01	มาก
- รูปแบบของการจัดตกแต่งและ สีส้มของก๋วยเตี๋ยวแต่ละเมนู	3.26	0.45	มาก	4.22	0.88	มากที่สุด	4.21	1.08	มาก	3.96	1.10	มาก	4.06	0.95	มาก
- ความหลากหลายของประเภท ก๋วยเตี๋ยว	3.21	1.35	มาก	4.50	0.77	มากที่สุด	4.05	1.20	มาก	3.49	1.06	มาก	3.65	1.37	มาก
- น้ำก๋วยเตี๋ยว หอม สะอาด น่า บริโภค	4.89	0.31	มากที่สุด	3.72	0.89	มากที่สุด	3.29	1.05	มาก	4.43	0.83	มาก	4.16	0.53	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
- ผักสด ผักลวกมีความสะอาด	3.21	1.22	มาก	3.70	1.05	มาก	4.03	0.75	มาก	4.18	1.02	มาก	4.18	0.62	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.81	0.95	มาก	3.94	0.98	มาก	3.94	0.96	มาก	3.96	1.03	มาก	3.93	0.88	มาก
ด้านราคา(Price)															
- มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	2.84	1.11	ปานกลาง	3.81	1.17	มาก	4.08	0.96	มาก	4.00	1.31	มาก	3.93	0.79	มาก
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและปริมาณของก๋วยเตี๋ยว	2.63	0.83	ปานกลาง	4.22	1.18	มาก	4.15	0.62	มาก	3.96	0.98	มาก	3.90	0.83	มาก
-ความเหมาะสมราคาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านก๋วยเตี๋ยวในระดับเดียวกัน	3.78	1.13	มาก	3.64	0.95	มาก	4.43	0.59	มาก	4.23	0.83	มาก	3.48	1.20	ปานกลาง
ด้านราคาโดยรวม	3.08	1.02	ปานกลาง	3.89	1.11	มาก	4.22	0.72	มาก	4.06	1.04	มาก	3.77	0.94	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายถ้วยเดียว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสถานที่การให้บริการ(Place)															
- ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งร้าน ถ้วยเดียว	3.15	1.06	ปาน กลาง	3.47	0.94	ปาน กลาง	3.59	1.13	มาก	4.09	1.14	มาก	3.97	1.18	มาก
- เวลาเปิดของร้านสะดวกในการใช้ บริการ	3.42	1.46	ปาน กลาง	4.25	0.91	มาก	4.35	0.48	มาก	4.83	0.68	มากที่สุด	3.97	0.80	มาก
- ความสะอาดของสถานที่โดยรวม	2.57	0.76	ปาน กลาง	4.43	0.76	มาก	4.47	0.75	มาก	3.85	1.17	มาก	3.30	1.08	ปาน กลาง
- ความสะอาดของร้านถ้วยเดียว	3.63	1.25		4.39	0.76	มาก	4.24	0.63	มาก	4.25	0.84	มาก	3.88	0.49	มาก
- บรรยากาศบริเวณสถานที่โดยรวม ของร้านถ้วยเดียว	3.47	1.50	ปาน กลาง	4.83	0.55	มากที่สุด	4.47	0.65	มาก	4.90	0.29	มากที่สุด	4.04	0.30	มาก
- สะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค	3.21	1.18	ปาน กลาง	3.95	0.92	มาก	4.61	0.52	มากที่สุด	3.69	0.99	มากที่สุด	4.06	0.79	มาก
ด้านสถานที่การให้บริการโดยรวม	3.24	1.20	ปาน กลาง	4.22	0.80	มาก	4.28	0.69	มาก	4.26	0.85	มาก	3.87	0.77	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

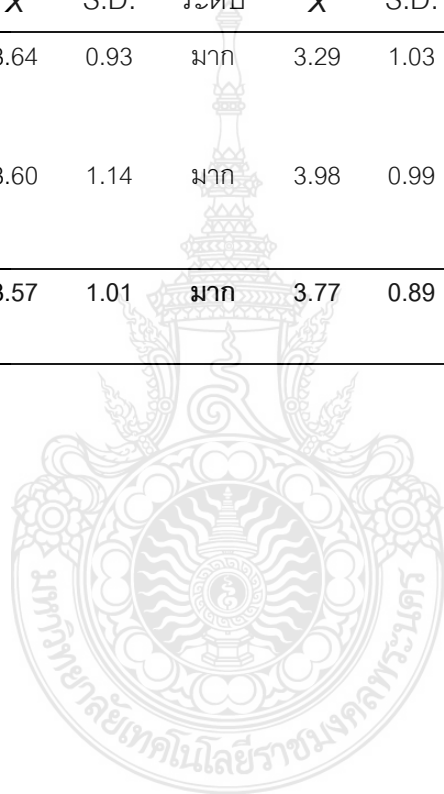
ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการส่งเสริมการขาย															
(Promotion)															
- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ร้านได้ กว้างขวางทั่วถึง	3.89	1.41	มาก	3.62	0.93	มาก	4.24	2.55	มาก	4.21	0.89	มาก	4.34	0.84	มาก
- มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ได้ น่าสนใจ แผ่นพับ/ใบปลิว	3.26	1.40	มาก	4.12	1.06	มาก	4.00	0.82	มาก	3.96	1.07	มาก	4.51	0.76	มากที่สุด
- มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่	4.05	1.26	มาก	4.18	0.81	มาก	3.91	0.91	มาก	4.23	0.85	มาก	4.04	0.89	มาก
- ความทั่วถึงของกิจกรรมส่งเสริม การขาย โปรโมชั่น	3.84	1.38	มาก	4.12	1.00	มาก	4.71	0.45	มากที่สุด	4.20	1.02	มาก	4.18	0.73	มาก
ด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม	3.76	1.36	มาก	4.01	0.95	มาก	4.21	1.18	มาก	4.15	0.95	มาก	4.26	0.80	มาก
ด้านบริการ(Service)															
- มารยาทของพนักงานในการ บริการ	4.52	0.96	มากที่สุด	4.04	1.00	มาก	3.78	0.83	มาก	4.30	1.19	มาก	4.04	0.68	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
- เครื่องแต่งกายของพนักงาน เหมาะสม และสะอาด	3.47	1.38	ปาน กลาง	4.39	0.91	มาก	4.33	0.89	มาก	4.54	0.71	มากที่สุด	3.79	1.35	มาก
- บุคลิกภาพของพนักงานในการ บริการ	3.68	1.24	มาก	4.39	0.86	มาก	4.31	0.80	มาก	4.60	0.73	มากที่สุด	2.95	0.95	ปาน กลาง
- ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ	3.84	0.83	มาก	4.79	0.46	มากที่สุด	4.12	0.88	มาก	3.96	1.26	มาก	3.16	1.08	ปาน กลาง
- ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร และการบริการ	2.68	1.00	ปาน กลาง	3.54	1.09	มาก	4.26	0.95	มาก	4.16	1.15	มาก	3.62	0.81	มาก
ด้านบริการโดยรวม	3.63	1.08	มาก	4.23	0.86	มาก	4.16	0.87	มาก	4.31	1.00	มาก	3.51	0.97	มาก
ด้านบรรยากาศ(Climate)															
- ขนาดของร้าน (จำนวนโต๊ะ) สามารถรองรับปริมาณลูกค้าได้ เพียงพอ	3.42	1.21	ปาน กลาง	3.47	0.98	ปาน กลาง	4.05	0.66	มาก	4.43	0.89	มาก	3.93	0.96	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายถ้วยเดียว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	น้อยกว่า10,000			10,001-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			มากกว่า 40,000		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
- บรรยากาศโดยรวมในร้านเป็นจุด ดึงดูดลูกค้า	2.21	0.53	น้อย	3.64	0.93	มาก	3.29	1.03	ปาน กลาง	3.74	1.10	มาก	4.09	0.89	มาก
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านสะอาด สวย ถูกหลักอนามัย	3.05	1.07	ปาน กลาง	3.60	1.14	มาก	3.98	0.99	มาก	4.43	0.71	มาก	3.46	0.98	ปาน กลาง
ด้านบรรยากาศโดยรวม	2.89	0.93	ปาน กลาง	3.57	1.01	มาก	3.77	0.89	มาก	4.20	0.90	มาก	3.82	0.94	มาก



จากตารางที่ 4.19 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.95) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 2.89$, S.D. = 0.93) รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.86) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 1.01) รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.69) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.89) รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 1.00) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวต่ำสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 1.03) รายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.80) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวต่ำสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.97)

4.1.4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

4.1.4.1 บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกันทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบริการ และด้านบรรยากาศ

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	1.02	3.83	1.13	1.86*	0.04
2. ด้านราคา	4.00	1.05	3.70	1.12	1.74*	0.01
3. ด้านสถานที่การให้บริการ	4.70	0.63	4.69	0.63	0.16	0.85
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.50	0.79	4.43	0.83	0.55	0.26
5. ด้านบริการ	4.50	0.90	4.01	1.01	1.82*	0.02
6. ด้านบรรยากาศ	4.73	0.46	4.73	0.53	0.01	0.64
รวม	4.41	0.81	4.23	0.88	1.02	0.30

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4.20 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยวในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบรรยากาศ ไม่แตกต่างกัน

4.1.4.2 บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 แตกต่างกัน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบริการ และด้านบรรยากาศ

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายกล้วยเดี่ยว จำแนกตาม อายุ	แหล่งความ					
	แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.10	4	0.27	0.26	0.89
	ภายในกลุ่ม	225.24	217	1.03		
	รวม	226.34	221			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	11.21	4	2.80	3.22*	0.01
	ภายในกลุ่ม	188.62	217	0.86		
	รวม	199.83	221			
3. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.89	4	0.22	0.55	0.69
	ภายในกลุ่ม	87.88	217	0.40		
	รวม	88.77	221			
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	2.58	4	0.64	0.97	0.42
	ภายในกลุ่ม	144.62	217	0.66		
	รวม	147.21	221			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้าน จำหน่ายถ้วยเดี่ยว จำแนกตาม อายุ	แหล่งความแปรปรวน					
	SS	df	MS	F	Sig.	
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.45	4	2.61	2.31*	0.05
	ภายในกลุ่ม	244.94	217	1.12		
	รวม	255.40	221			
6. ด้านบรรยากาศ	ระหว่างกลุ่ม	11.04	4	2.76	2.37*	0.05
	ภายในกลุ่ม	251.79	217	1.16		
	รวม	262.83	221			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.21	4	1.55	1.61	0.35
	ภายในกลุ่ม	190.51	217	0.87		
	รวม	196.73	221			

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4.21 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า อายุของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวด้านราคา ด้านการบริการ และด้านบรรยากาศที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านส่งเสริมการขายมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา	แหล่งความแปรปรวน					
	SS	df	MS	F	Sig.	
1. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.32	2	0.66	0.64	0.52
	ภายในกลุ่ม	225.02	219	1.02		
	รวม	226.34	221			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.26	2	2.63	4.06*	0.01
	ภายในกลุ่ม	141.62	219	0.64		
	รวม	146.88	221			
3. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.00	2	0.00	0.00	0.99
	ภายในกลุ่ม	88.77	219	0.40		
	รวม	88.77	221			
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	0.14	2	0.07	0.10	0.90
	ภายในกลุ่ม	147.07	219	0.67		
	รวม	147.02	221			
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.90	2	3.95	3.47*	0.03
	ภายในกลุ่ม	249.05	219	1.13		
	รวม	256.95	221			
6. ด้านบรรยากาศ	ระหว่างกลุ่ม	0.76	2	0.38	0.31	0.72
	ภายในกลุ่ม	262.07	219	1.19		
	รวม	262.83	221			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.56	2	1.28	1.43	0.52
	ภายในกลุ่ม	185.6	219	0.84		
	รวม	188.13	221			

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4.22 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวด้านราคา และด้านบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบรรยากาศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
1. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม		17.75	4	4.43	4.61*	0.00
	ภายในกลุ่ม		208.59	217	0.96		
	รวม		226.34	221			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม		35.54	4	8.88	17.3*	0.00
	ภายในกลุ่ม		111.34	217	0.51		
	รวม		146.88	221			
3. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		1.31	4	0.32	0.81	0.51
	ภายในกลุ่ม		87.46	217	0.40		
	รวม		88.77	221			
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม		7.43	4	1.85	2.88*	0.02
	ภายในกลุ่ม		139.77	217	0.64		
	รวม		147.21	221			

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว จำแนก ตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	24.99	4	6.25	5.84*	0.00
	ภายในกลุ่ม	231.96	217	1.06		
	รวม	256.95	221			
6. ด้านบรรยากาศ	ระหว่างกลุ่ม	27.62	4	6.90	6.27*	0.00
	ภายในกลุ่ม	238.84	217	1.10		
	รวม	266.46	221			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	19.10	4	4.77	6.28	0.08
	ภายในกลุ่ม	169.66	217	0.77		
	รวม	188.76	221			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการบริการ และด้านบรรยากาศที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการบริการไม่แตกต่างกัน

4.2 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 2.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 3.) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

4.2.1 พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 พบว่า บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 นิยมบริโภคเส้นบะหมี่สูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเส้นบะหมี่เป็นเส้นที่มีส่วนผสมของไข่ทำให้เส้นมีสีสวย มีความนุ่มและเหนียวมากกว่าเส้นชนิดอื่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงนิยมบริโภค ส่วนเหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว คือ รสชาติเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติของก๋วยเตี๋ยวเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัอม (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเร่รังสิตของผู้บริโภคในเขตคลองรังสิต ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อรสชาติมาเป็นอันดับ 1 ส่วนก๋วยเตี๋ยวต้มยำเป็นรสชาติที่นิยมบริโภคสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารรสจัดและในก๋วยเตี๋ยวต้มยำมีรสชาติเข้มข้นครบตรงความต้องการของผู้บริโภค ส่วนประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค คือ ก๋วยเตี๋ยวหมู-หมูตุ๋น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหารับประทานได้ง่ายจึงได้รับความนิยมมากกว่าเนื้อประเภทอื่นๆ ส่วนรูปแบบการสั่งจะนิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวที่ร้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความสะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิรา (2547) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวหมู รสต้มยำ เหตุผลที่ผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยว พบว่า ผู้บริโภคบริโภคเพราะรสชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านรูปแบบของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ผู้บริโภคนิยมไปบริโภค พบว่า ผู้บริโภคนิยมบริโภคที่ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์อยู่ในระดับมาก ส่วนอาหารแกล้มกับก๋วยเตี๋ยวคือ ผักดิบ - ผักสดได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงประโยชน์และคุณค่าทางสารอาหารที่ได้รับ

จากผัก สำหรับช่วงเวลาที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือ เวลา 11:01 - 13:00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่พักกลางวัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกรับประทานอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ข้าวแกง หรืออาหารที่ปรุงง่ายสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฐิตาภัทร์ (2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไปใช้บริการช่วงเวลากลางวัน โดยมักจะรับประทานอาหารเช้าประเภทข้าวแกง/ก๋วยเตี๋ยวบ่อยที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคก๋วยเตี๋ยวเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง อาจเนื่องมาจากอาจมีความต้องการบริโภคอาหารให้หลากหลายในแต่ละสัปดาห์และเห็นว่าการบริโภคก๋วยเตี๋ยวทำใหู้รู้สึกไม่อิ่มได้ไม่นาน ไม่เหมือนการบริโภคอาหารเช้าประเภทข้าว และส่วนใหญ่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวครั้งละ 1 ชาม ซึ่งใน 1 ชาม มีทั้งเส้น ผัก เนื้อสัตว์ ครบทั้ง 5 หมู่ และมีปริมาณเพียงพอต่อการบริโภคใน 1 มื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภาร (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของวัยรุ่นในย่านสยามสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นมาสยามสแควร์ เฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือนและมีพฤติกรรมในการบริโภคก๋วยเตี๋ยวที่สยามสแควร์ เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยครั้งละ 1 ชาม (ในขนาดปกติ) โดยที่ผู้บริโภควัยรุ่นได้ให้ความสำคัญของรสชาติอาหารมากกว่าราคา ประเภทของก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ และนิยมก๋วยเตี๋ยวที่ใช้เนื้อหมูเป็นส่วนประกอบมากที่สุด

4.2.2 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวในภาพรวมทุกด้านที่ดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัธนาภรณ์ (2553) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้าน shabugu โครงการ room2 จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้าน shabugu โครงการ room2 จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่การให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากด้านสถานที่การให้บริการมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาเดินทางออกไปบริโภคอาหารข้างนอก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบริการ และด้านบรรยากาศ มีระดับความพึงพอใจมากทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากอาจยังมีบางข้อหรือบางด้านที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นเพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรนนท์ (2550) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก

รับประทานอาหาร ณ โรงอาหารคณะสังคมของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ ในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ณ โรงอาหารคณะสังคมศาสตร์ อันดับแรกคือปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

4.2.3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร

บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเพศต่างกันแต่ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน เพราะทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างให้ความสำคัญกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภค กรณีศึกษาภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นซาบูชิ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุแตกต่างกันแต่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวที่ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะอายุเท่าไรแต่ความต้องการในด้านต่างๆ ก็มีความความต้องการที่เหมือนกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ (2556) กล่าวถึงอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยปกติแล้วคนที่มียุวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน

บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากไม่ว่าผู้บริโภคจะมีการศึกษาอย่างไร แต่ความพึงพอใจหรือความต้องการต่างๆ ก็มีความต้องการที่เหมือนกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง มีความแตกต่างกันด้านตัวแปรการศึกษาในส่วนของระดับ ชั้นปีที่ศึกษา, คณะที่ศึกษาและระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา-มารดาหรือ ผู้ปกครองและยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี (2554) เรื่องปัจจัยที่

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษดังกล่าวอย่างส่วน ใหญ่เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับแตกต่างกัน

บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายกล้วยเดี่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยหรือรายได้มากต่างมีความพึงพอใจที่เหมือนกัน มีความ ต้องการในด้านต่างๆที่เหมือนกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวธิดา (2547) ซึ่งทำการวิจัย เรื่องการสื่อสารตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของ ผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยจะมีพฤติกรรมในการยอมเสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า ทั้งนี้ตัวแปรรายได้ เป็นตัวแปรที่แบ่งชั้นสมาชิกในสังคม อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพราะ รายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจ จะมีผลกระทบต่อสินค้าบริการที่ตัดสินใจซื้อตามอำนาจหรือ ความสามารถซื้อของบุคคล



บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 โดยสุ่มตัวอย่าง 222 คน โดยเก็บข้อมูลช่วงวันที่ 20 เมษายน 2558 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2558 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 สรุปผลดังนี้

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 อายุ 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 ระดับปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6

5.1.2 พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

พบว่า ประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือ เส้นบะหมี่ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวมากที่สุดคือ รสชาติ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รสชาติก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือ ก๋วยเตี๋ยวหมู-หมูตุ๋น จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รูปแบบการสั่งก๋วยเตี๋ยวมากที่สุดคือ บริโภคที่ร้าน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 อาหารแกล้มกับก๋วยเตี๋ยวมากที่สุดคือ ผักดิบ-ผักสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

จำนวนคนที่ร่วมบริโภคถ้วยเดี่ยวมากที่สุดคือ 4-6 คน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ เวลา 11:01-13:00 น. จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 จำนวนครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คือ 1-2 ครั้ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 ปริมาณที่บริโภคต่อครั้งมากที่สุด คือ 1 ซาม จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3

5.1.3 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

พบว่า ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือด้านสถานที่การให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.81) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.82) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 1.01) ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 1.08) ด้านบรรยากาศ ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 1.09) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พบว่าเพศมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศชาย มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.95) ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 1.17) อายุ พบว่า มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอายุ น้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.56) อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 1.18) อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.83) อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายถ้วยเดี่ยวสูงสุด คือ ด้านการ

ส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 1.29) อายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 1.00) ระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.88) ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 1.16) ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.83) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.95) รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.86) รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านสถานที่การให้บริการ ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.69) รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 1.00) รายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.80)

5.1.4 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวไม่แตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. บุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้

5.2.1.1. ควรปรับปรุงจำนวนของโต๊ะ เก้าอี้ ให้เพียงพอกับจำนวนของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 เพราะในช่วงเวลากลางวันจะมีปริมาณจำนวนคนเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์อาหารจำนวนมากซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550

5.2.1.2. ควรปรับปรุงบรรยากาศโดยรวมภายในศูนย์อาหาร ให้มีความน่าสนใจ ในการเข้ามาเลือกซื้ออาหารภายในศูนย์อาหาร ซึ่งอาจจะเป็นการช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มยอดขายมากขึ้น

5.2.1.3. ควรปรับปรุงด้านบริการ เช่น มารยาทของพนักงานให้มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม พร้อมให้บริการที่ดี

5.2.1.4. การนำผลการศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวมาปรับปรุงในทุกๆ ด้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงตามความต้องการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในครั้งต่อไป

5.2.2.1. ควรเพิ่มจำนวนการเก็บแบบสอบถามให้มากขึ้น ข้อคำถามต่างๆ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5.2.2.2. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวกับประชากรกลุ่มอื่น เช่น วัยรุ่น วัยผู้สูงอายุ เป็นต้น เพื่อจะได้กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น

5.2.2.3. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวของบุคลากรศูนย์ราชการแห่งอื่น เพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองสุขาภิบาลอาหาร. 2544ก. **คู่มือผู้สัมผัสอาหาร**. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. 2551. **คู่มือการดำเนินงาน โครงการกักยเดี่ยว
อนามัย ส่งเสริมคนไทยสุขภาพดี**. นนทบุรี. ม.ป.ท.
- คุณาสิริ เกตุปมา. 2548. **ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (ภาควิชาพัฒนา
มนุษย์และสังคม). บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณิต ดวงหส์ดี. 2537. **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้น
ประทวนในเขตเมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์
มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จันทิรา เล่าชู. 2547. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคกักยเดี่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี**.
ภาคินพนธ์ปริญญาโท. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เจริญศรี จันทร. 2548. **ภาวะทางโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคอาหารและปัจจัยที่
เกี่ยวข้องของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- จิรนนท์ จินเนียม. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ณ โรงอาหาร คณะ
สังคมศาสตร์ ของนักศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์. แบบฝึกหัดการวิจัย คณะ
เศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- ชิตชนก กัณกุล. 2548. **พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพในโรงเรียนพาณิชยการสุโขทัย**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชวลิต รัตนกุลและคณะ. 2544. **กินอย่างไรห่างไกลโรคภัยทรวง ในศัลยา คงสมบูรณ์เวช
(บรรณาธิการ). คู่มือคนรักสุขภาพ กินเพื่อสุขภาพ. สมาคมเภสัชกรรมโรงพยาบาล
(ประเทศไทย), กรุงเทพฯ**
- ฐิตาภรณ์ รัตน์นิธิพงศ์. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหาร
หาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน**. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทวีศักดิ์ เกษปทุม. 2546. **อาชีพกักยเดี่ยว – บะหมี่**. พิมพ์ครั้งที่ 2. แม่บ้าน.
กรุงเทพฯ.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธนากร ทองประยูร. 2546. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐ : ศึกษาเฉพาะในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท (ภาคศึกษาคหกรรมศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนากร พาแก้ว. 2557. **ชนิดของเส้นก๋วยเตี๋ยว.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://student.nu.ac.th/manutdza/noodle/type.html> , วันที่ 13 ธันวาคม 2557.
- ธน ธรรมสุคติ. 2555. **พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้บริการส่งตรงถึงบ้าน.** คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก.
- นพพร ราชูโส และพงษ์ภักดี พิมพาเลีย. 2555. การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค กรณีศึกษา : กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ปราจีนบุรี. ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. อ้างอิงจาก ผนวกรวรรณ์ และคณะ , 2545.
- นวนิดา ไชยหมาน. 2547. **การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนัก ของผู้หญิงในเขต กรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บรรณ ประสพสุข. 2557. **ก๋วยเตี๋ยว.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.thenpoor.ws/food/kuayteaw/> , วันที่ 15 ธันวาคม 2557.
- ประม ๑๑๑๑๑๑. 2540. **หลักและทฤษฎีทางสื่อสาร.** กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประยงค์ อนันตวงศ์. 2541. **นิยามปลายตะเกียบ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. สุวีริยาสาส์น. กรุงเทพฯ.
- ฝ่ายวิชาการภาษาไทย. 2552. **พจนานุกรมไทย ฉบับทันสมัยและสมบูรณ์.** ซีเอ็ดยูเคชั่น. กรุงเทพฯ.
- ป้อม ชิมสันเทียะ. 2553. **ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรอรังสิตของผู้บริโภคในเขตคลองรังสิตระยองศักดิ์.** ม.ป.ท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และ นิธิยา รัตนานนท์. 2557. **สุขภาพอาหาร.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.foodnetworksolution.com>. วันที่ 22 ธันวาคม 2557.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พรพันธุ์ บุญยรัตพันธุ์ และคณะ. 2548. การศึกษาเครื่องชี้วัดคนไทยสุขภาพดี.
คณะสาธารณสุขศาสตร์และคณะแพทยศาสตร์.
- รุจิรา ถาวร. 2549. พฤติกรรมการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภค : กรณีศึกษา
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นซาบูชิ. สารนิพนธ์(การตลาด). บัณฑิต วิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิธนาภรณ์ พลจันทร์. 2553. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้าน shabugu
โครงการ room 2 จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิไลวรรณ บุญวิเชียต. 2556. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการของร้าน ริว ซาบู ซาบู สาขาสยามสแควร์. คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศมากร สอนประจักษ์. 2547. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว
ของวัยรุ่นในย่านสยามสแควร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริลักษณ์ รอดย่นต์. 2550. อาหารเส้นนานาชาติ. สำนักพิมพ์แสงแดด. กรุงเทพฯ.
- ศิริลักษณ์ สีนธวาลัย. 2544. หลักโภชนาการ. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะอุตสาหกรรม. ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษา
- ศรีสมร คงพันธุ์, มณี สุวรรณผ่อง และอัจฉรา ชินาลัย. 2539. ตำราก๋วยเตี๋ยว. สำนักพิมพ์
แสงแดด. กรุงเทพฯ.
- สุข หีบ. 2554. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัด
นนทบุรี. คณะบริหารธุรกิจ. สาขาการจัดการการตลาด. มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุคนธ์ธาร สุรรคชนิกพ. 2549. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
เมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันวิจัยโภชนาการ. 2527. พฤติกรรมการกินของคนไทย. สถาบันวิจัย
โภชนาการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สายชล บุญศิริเชื้อเพื่อ. 2546. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. ภาควิชาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาพ ฉัตรภรณ์. 2551. เอกสารประกอบการเรียนวิชาวิธีวิจัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิริกัญญ์ แก้วพรม. 2549. พฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติ ของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช. ปริญญาานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรีย์ แถวเที่ยง. 2554. การสุขาภิบาลและความปลอดภัยในอาหาร. กรุงเทพฯ.
- สุวัฒนา ลิ้มยุ่นทรง. 2550. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเชื้อสายกระเหรี่ยงอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- หทัยกาญจน์ ไสตรดีและอัมพร ฉิมพลี. 2550. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. แผนงานพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อุดม คมพัยค์. 2549. เอกสารการสอนชุดวิชา อาหารและโภชนาการ หน่วยที่ 8 –15. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อนุกุล พลศิริ. 2551. ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาวิทยาลัยรามคำแหง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล. 2543. พฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

อภิรักษ์ จันตะนี. 2550. สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.

อรุณี เอกพาณิชย์ถาวร. 2554. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Yamana, T.1979. Statistics : An introductory analysis (3 th ed.). New York :Harper&Row.





ภาคผนวก

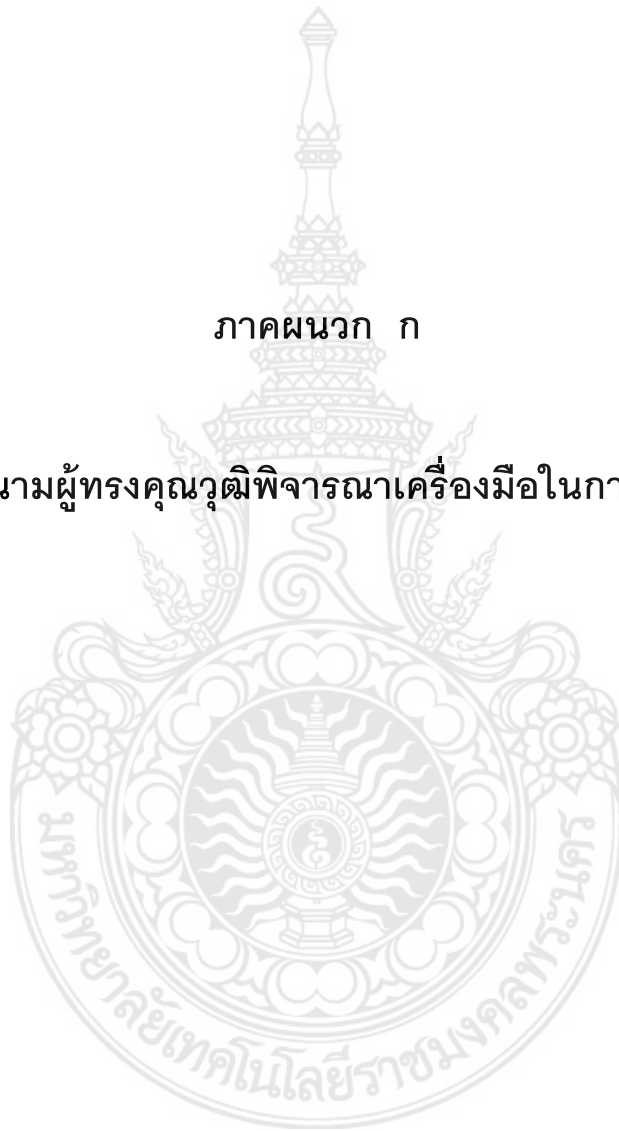
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการวิจัย

ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการวิจัย



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา รุจิรกุล
 อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
2. ดร.ธนิดา ผาติเสนะ
 อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย
 คณะสาธารณสุขศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
3. ดร.กนกพร ฉิมพลี
 อาจารย์โปรแกรมวิชาการพัฒนาสังคม
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
5. รองศาสตราจารย์สุรีย์ แถ้วเพียง
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ
ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา
5 ธันวาคม 2550

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ทั้งหมด 6 ด้าน จำนวน 27 ข้อ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การศึกษานี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ และจะนำผลไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาประชากรกลุ่มอื่นต่อไป

นางสาวชาริสา แสงทองอร่าม

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 1. น้อยกว่า 20 ปี 2. 21-30 ปี 3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี 5. มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 1. น้อยกว่า 10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท 3. 20,001-30,000 บาท 4. 30,001-40,000 บาท 5. มากกว่า 40,000 บาท

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยว ของบุคลากรศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ
80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550**

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. ประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค

- เส้นเล็ก เส้นใหญ่ เส้นหมี่
 วุ้นเส้น บะหมี่

2. ข้อใดเป็นเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว

- รสชาติ ราคา สะดวก
 บริโภคได้รวดเร็ว หาซื้อได้ง่าย การบริการ

3. รสชาติก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภค

- ก๋วยเตี่ยวต้มยำ ก๋วยเตี่ยวน้ำตก ก๋วยเตี่ยวน้ำใส
 ก๋วยเตี่ยวเย็นตาโฟ

4. ประเภทก๋วยเตี่ยวที่นิยมบริโภค

- ก๋วยเตี่ยวหมู-หมูตุ๋น ก๋วยเตี่ยวเนื้อวัว-เนื้อตุ๋นวัว ก๋วยเตี่ยวเนื้อไก่
 ก๋วยเตี่ยวทะเล ก๋วยเตี่ยวผสม

5. รูปแบบการสั่งก๋วยเตี่ยว

- บริโภคที่ร้าน กลับบริโภคที่บ้าน กลับบริโภคที่ทำงาน

6. ท่านบริโภคอาหารแกล้มกับก๋วยเตี่ยว

- แครบหมู กากหมู หนึ่งปลากรอบ
 เกี้ยวทอด ผักดิบ-ผักสด

7. จำนวนคนที่ร่วมบริโภคก๋วยเตี่ยว

จำนวน.....คน

8. ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคก๋วยเตี่ยว

- 09:01- 11:00 น. 11:01- 13:00 น. 13:01- 15:00 น.

9. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์

- ทุกวัน 1 – 2 ครั้ง / สัปดาห์
 3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์ 5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์

10. ปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง

- 1 ซาม / ครั้ง 2 ซาม / ครั้ง
 3 ซาม / ครั้ง มากกว่า 3 ซาม / ครั้ง

ข้อที่	ปัจจัยความสัมพันธ์ความพึงพอใจกับพฤติกรรมการบริโภคถ้วยเดียว	ระดับคะแนน ความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
3	ด้านสถานที่การให้บริการ (Place)					
	- ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งร้านถ้วยเดียว					
	- เวลาเปิดของร้านสะดวกในการใช้บริการ					
	- ความสะอาดของสถานที่โดยรวม					
	- การให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านถ้วยเดียว					
	- บรรยากาศบริเวณสถานที่โดยรวมของร้านถ้วยเดียว					
	- สะดวกต่อการเดินทางมาบริโภค					
4	ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)					
	- รูปแบบการประชาสัมพันธ์ร้านได้กว้างขวางทั่วถึง					
	- มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ ได้น่าสนใจ แผ่นพับ/ใบปลิว					
	- มีการนำเสนอเมนูอาหารใหม่					
	- ความทั่วถึงของกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น					
5	ด้านบริการ (Service)					
	- มารยาทของพนักงานในการบริการ					
	- เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม และสะอาด					
	- บุคลิกภาพของพนักงานในการบริการ					
	- ความถูกต้องของอาหารที่ได้รับ					
	- ความรวดเร็วในการรับเมนูอาหาร และการบริการ					
6	ด้านบรรยากาศ (Climate)					
	- ขนาดของร้าน(จำนวนโต๊ะ)สามารถรองรับปริมาณลูกค้าได้เพียงพอ					
	- บรรยากาศโดยรวมในร้านเป็นจุดดึงดูดลูกค้า					
	- อุปกรณ์ตกแต่งร้านสะอาด สวย ถูกหลักอนามัย					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๕๖๕



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา รุจิรกุล

ด้วยนางสาวชาริสา แสงทองอร่าม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๓๕๑๑-๖ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ พฤติกรรมการบริโภคถ้วยเดียวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
ให้กับ นางสาวชาริสา แสงทองอร่าม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ กี่อาริโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๘๐๒๐ ๗๗๔๑

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๕๖๕



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา ผาติเสนะ

ด้วยนางสาวชาริสา แสงทองอร่าม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๓๕๑๑-๖ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ พฤติกรรมการบริโภคถ้วยเตี๋ยของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
ให้กับ นางสาวชาริสา แสงทองอร่าม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ ก่อาริโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๘๐๒๐ ๗๗๔๑

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๗/๔๑๕



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทรสว่าง

ด้วยนางสาวซาริสสา แสงทองอร่าม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๓๕๑๑-๖ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ พฤติกรรมการบริโภคถ้วยเดียวของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
ให้กับ นางสาวซาริสสา แสงทองอร่าม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ ก่ออารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๘๐๒๐ ๗๗๔๑



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐.๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖.....

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/๔๖๕ วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘.....

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย.....

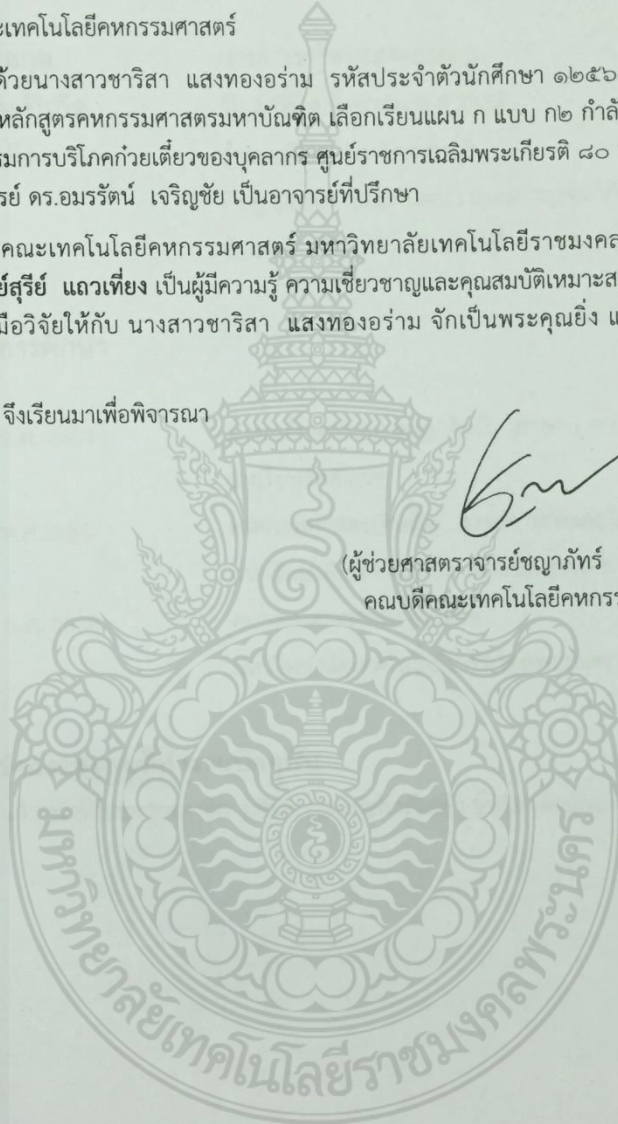
เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ด้วยนางสาวชาริสา แสงทองอร่าม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๓๕๑๑-๖ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ พฤติกรรมการบริโภคถ้วยเตี้ยของบุคลากร ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่า
รองศาสตราจารย์สุรียี แถวเที่ยง เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ
พิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวชาริสา แสงทองอร่าม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ประวัติการศึกษา

ชื่อ นามสกุล นางสาวชาริสา แสงทองอร่าม
วัน เดือน ปีเกิด วันเสาร์ที่ 4 สิงหาคม พ.ศ.2533
สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
 ที่อยู่ 55/301 ซอยกันตนา ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางใหญ่
 อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 มัธยมศึกษาตอนปลาย ศิลป์ – ภาษา (ภาษาฝรั่งเศส)
 โรงเรียนวัดสังเวช
 พ.ศ.2555 คณะกรรมการบัณฑิต สาขาอาหารและโภชนาการ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 พ.ศ. 2558 คณะกรรมการมหาบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่โภชนาการสาริต บริษัท ไทยการไฟฟ้า จำกัด (สำนักงานใหญ่)