ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความเชื่อมั่นกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

The Relationship between Perception and Trust with Street Food Consumption Behavior among International Tourists in Bangkok.

(Received: August 10,2026 ; Revised: August 12,2026 ; Accepted: August 16,2026)

กมลทิพย์ ดวงจันทร์[1]
Kamonthip Doungjan[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวางครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 150 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.70 (Mean = 46.59, SD = 2.31) ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.00 (Mean = 45.34, SD = 2.33) และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.70 (Mean = 48.45, SD = 1.94) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนพบว่า ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ρ = 0.308, *p-value* < 0.001) ขณะที่การรับรู้ไม่พบความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภค (ρ = 0.137, *p-value* = 0.095) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี (B = 0.149, β = 0.179, *p-value* = 0.033) อายุ (B = 0.027, β = 0.203, *p-value* = 0.034) และภูมิภาคตะวันออกกลาง (B = -1.826, β = -0.246, *p-value* = 0.009) มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกบริโภคได้ร้อยละ 17.4 (R^2 = 0.174; Adjusted R^2 = 0.088)

คำสำคัญ : การรับรู้ ความเชื่อมั่น การเลือกบริโภค อาหารริมบาทวิถี นักท่องเที่ยวต่างชาติ

Abstract

This survey research by cross-sectional study aimed to assess the levels of perception, confidence, and street food consumption choice, and to examine the relationships between perception and confidence in food sanitation and street food consumption choice among foreign tourists in Bangkok. The participants were 150 foreign tourists. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis.

The results showed that 98.70% of the participants had a high level of perception of street food sanitation, with a mean score of 46.59 (SD = 2.31). Regarding confidence in street food sanitation, 98.00% of the participants had a high level, with a mean score of 45.34 (SD = 2.33). In addition, 98.70% of the participants had a high level of street food consumption choice, with a mean score of 48.45 (SD = 1.94). Spearman's rank correlation analysis revealed that confidence in street food sanitation was positively associated with street food consumption choice (ρ = 0.308, p < 0.001), whereas perception was not significantly associated with street food

[1] นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย

consumption choice (ρ = 0.137, p = 0.095). Multiple linear regression analysis showed that confidence in street food sanitation (B = 0.149, β = 0.179, p = 0.033), age (B = 0.027, β = 0.203, p = 0.034), and the Middle Eastern region (B = −1.826, β = −0.246, p = 0.009) were significantly associated with street food consumption choice. The model explained 17.4% of the variance in street food consumption choice (R^2 = 0.174; Adjusted R^2 = 0.088).
Keywords : Perception, Trust, Consumption Behavior, Street Food, International Tourists

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะอาหารริมบาทวิถี (Street food) ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านรสชาติ ความหลากหลาย และความเข้าถึงง่ายของอาหารริมบาทวิถี[1] อาหารริมบาทวิถีจึงกลายเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเมืองและท้องถิ่น[2]

กรุงเทพมหานคร (กทม.) เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะอาหารริมบาทวิถีซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food tourism) และสะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก[3] ด้วยลักษณะของกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติและมีแหล่งจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีจำนวนมาก จึงทำให้บริบทของอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานครมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์และการตัดสินใจบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ[4] โดยเฉพาะปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพ ความปลอดภัย และความเชื่อมั่นต่ออาหารและผู้จำหน่าย[5]

แม้ว่าอาหารไทยจะมีชื่อเสียงไปทั่วโลกในด้านรสชาติ ความหลากหลาย และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม[1] แต่อาหารริมบาทวิถีของไทยยังคงสร้างความกังวลในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะในประเด็นด้านสุขอนามัยและความสะอาดของอาหาร[2] การศึกษาขององค์การอนามัยโลกชี้ให้เห็นว่าโรคที่เกิดจากอาหารปนเปื้อนยังเป็นปัญหาสาธารณสุขสำคัญทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศที่มีตลาดอาหารริมทางจำนวนมาก[6] ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลต่อระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อระบบสุขาภิบาลอาหารของประเทศไทย[5]

อย่างไรก็ตาม ประเด็นด้านสุขาภิบาลอาหารยังคงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมีผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค[5] โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารและสภาพแวดล้อมในการจำหน่าย[7] การบริโภคอาหารริมบาทวิถีที่ไม่ผ่านการควบคุมด้านสุขาภิบาลอาจก่อให้เกิดโรคติดต่อทางอาหาร ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย[8]

แม้ว่าการศึกษาที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาความพึงพอใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภค แต่ตัวแปรดังกล่าวมักบ่งชี้ผลลัพธ์ปลายทางของผู้บริโภค ขณะที่มุมมอง (perceptions) ความคาดหวัง (expectations) และความเชื่อมั่น (confidence/trust) เป็นตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีบทบาทสำคัญในการอธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการท่องเที่ยวในช่วงหลังพบว่า การรับรู้และความคาดหวังมีอิทธิพลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอย่างมีนัยสำคัญ[9-10] อีกทั้งความเชื่อมั่นยังเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ โดยเฉพาะในบริบทของอาหาร

และการท่องเที่ยว ซึ่งมีความไม่แน่นอนด้านสุขอนามัย[11]

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความสะอาด และความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่าย ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว[12] อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าการศึกษาที่มุ่งเน้นตัวแปรด้านมุมมอง ความคาดหวัง และความเชื่อมั่นต่ออาหารริมบาทวิถี โดยเฉพาะในประเทศไทย ยังมีจำนวนจำกัด และยังไม่สามารถอธิบายกลไกเชิงสาเหตุที่นำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน[13-14]

ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความเชื่อมั่นกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกทม. จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติในบริบทของอาหารริมบาทวิถี และนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือมาตรการเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหาร เสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และพัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยในระดับสากล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และความเชื่อมั่นกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกทม.
2. เพื่อศึกษาระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่กทม.
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความเชื่อมั่นกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกทม.

วิธีการศึกษา

รูปแบบการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ดำเนินการเก็บข้อมูลกับชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางและพำนักอยู่พื้นที่กทม.

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คำนวณโดยใช้โปรแกรม G*Power version 3.1.9.7 กำหนดค่า Test family เป็น F tests และเลือก Statistical test เป็น Linear multiple regression: Fixed model, R^2 deviation from zero กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect size; f^2) เท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นขนาดอิทธิพลระดับเล็กถึงปานกลางตามแนวคิดของ Cohen[15] กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α error probability) เท่ากับ 0.05 และอำนาจการทดสอบ (Power; $1-\beta$) เท่ากับ 0.80 ผลการคำนวณพบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 134 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 เป็น 148 คน และปรับให้เป็นจำนวนเต็มที่เหมาะสม จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 150 คน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

เกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion Criteria) 1) มีอายุระหว่าง 18ปี ขึ้นไป 2) เป็นชาวต่างชาติ ที่พำนักหรือเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3) มีประสบการณ์ในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี 4) สื่อสารและเข้าใจภาษาอังกฤษ 5) ยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เกณฑ์คัดออก (Exclusion criteria) 1) มีข้อจำกัดทางร่างกายหรือสติปัญญา ที่ไม่สามารถให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลได้ 2) ไม่สามารถสื่อสารหรือเข้าใจภาษา อังกฤษอย่างเพียงพอสำหรับการตอบแบบสอบถ3) ผู้ที่ปฏิเสธหรือถอนความยินยอมในระหว่างการศึกษา

เครื่องมือการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สัญชาติ จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี เป็นแบบมาตรวัดคะแนน 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ โดยใช้การแปลผลจากค่าเฉลี่ยรายข้อ โดยคำนวณช่วงคะแนนจากสูตร ช่วงคะแนน = 5-1/5 = 0.80

กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best[16] ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00– 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี เป็นแบบมาตรวัดคะแนน 5 ระดับ ได้แก่ ความเชื่อมั่นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ

กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best[16] ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเชื่อมั่น
4.21 – 5.00	มีความเชื่อมั่นมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความเชื่อมั่นมาก
2.61 – 3.40	มีความเชื่อมั่นปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความเชื่อมั่นน้อย
1.00– 1.80	มีความเชื่อมั่นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี เป็นแบบมาตรวัดคะแนน 5 ระดับ ความคิดเห็นต่อการเลือกบริโภค ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 10 ข้อ โดยใช้การแปลผลจากค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best[16] ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการเลือกบริโภค
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00– 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาลในหลักสูตรภาษาอังกฤษจากมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน และผู้รับผิดชอบงานสุขาภิบาลอาหาร 1 ท่าน

2. ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบ ความตรงตามเนื้อหา โดยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 30 คน การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) ณ บริเวณแหล่งจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีในกทม. ได้แก่ ถนนข้าวสาร เยาวราช และย่านสุขุมวิท เป็นต้น

2) ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รายละเอียดการเข้าร่วม สิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัย และการรักษาความลับของข้อมูล พร้อมทั้งขอความยินยอมในการเข้าร่วมวิจัย

3) เก็บรวบรวมข้อมูลจุดจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีโดยตรง ในพื้นที่เป้าหมาย โดยแจกแบบสอบถามหรือแบบสอบถามออนไลน์ ตามความสะดวกของผู้เข้าร่วมวิจัย

4) ให้ผู้เข้าร่วมวิจัยตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ใช้เวลาประมาณ 10–15 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ระดับการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติดังนี้

3.1 การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test of independence) หรือการทดสอบฟิชเชอร์ (Fisher's Exact Test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

3.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน(Spearman's rank correlation coefficient)

4. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

จริยธรรมการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โครงการวิจัยเลขที่ 948/2569

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.00 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 31–40 ปี ร้อยละ 34.00 เมื่อพิจารณาตามภูมิภาคตามสัญชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป ร้อยละ 38.00 รองลงมา ได้แก่ ทวีปเอเชีย ร้อยละ 24.67 ทวีปอเมริกาเหนือ ร้อยละ 15.33 และทวีปอเมริกาใต้ ร้อยละ 7.33 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เดินทางมายังกทม. เป็นครั้งแรก ร้อยละ 67.33 และมีระยะเวลาการพำนักอยู่ระหว่าง 3–7 วัน ร้อยละ 64.00 โดยมีระยะเวลาการพำนักเฉลี่ยเท่ากับ 6.78 วัน (SD = 3.66)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี

การรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีของกลุ่มตัวอย่าง ได้จำแนกระดับตามเกณฑ์ของ Best[16] ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง โดยพิจารณาจากคะแนนรวมของแบบสอบถามจำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีคะแนนเต็ม 50 คะแนน ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการรับรู้เฉลี่ยเท่ากับ 46.59 คะแนน (SD = 2.31) โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.70 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 1.30 และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี

ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีของกลุ่มตัวอย่าง ได้จำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง โดยพิจารณาจากคะแนนรวมของแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความเชื่อมั่นเฉลี่ยเท่ากับ 45.34 คะแนน (SD = 2.33) โดยส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 98.00 รองลงมา คือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 2.00 และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์การเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

การเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.ของกลุ่มตัวอย่าง ได้จำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความคิดเห็นการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. เฉลี่ยเท่ากับ 48.45 คะแนน (SD = 1.94) โดยส่วนใหญ่มีการเลือกบริโภคอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 98.70 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 1.30 และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีการเลือกบริโภคอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี และระดับความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีกับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

5.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเงื่อนไขการใช้งาน พบว่าข้อมูลมีจำนวนค่าคาดหมาย (Expected frequency) ในแต่ละช่องน้อยกว่า 5 มากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนช่องทั้งหมด ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของการใช้สถิติไคสแควร์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การทดสอบฟิชเชอร์ (Fisher's Exact Test) พบว่า เพศ อายุ ภูมิภาคตามสัญชาติ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกทม. ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. ในขณะที่จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (*p-value* = 0.049)

5.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีกับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีกับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. พบว่า ระดับการรับรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. (*p-value* = 0.973) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีกับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเชื่อมั่นต่ออาหารริมบาทวิถีกับระดับการเลือก

บริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. พบว่า ระดับความเชื่อมั่นไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. (*p-value* = 0.960) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร ความเชื่อมั่นและการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน

จากการทดสอบการแจกแจงปกติด้วยShapiro-Wilk พบว่าตัวแปรทั้งหมดมีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าข้อมูลไม่มีการแจกแจงแบบปกติ ผู้วิจัยจึงใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rank correlation coefficient)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. (ρ = 0.137, *p-value* = 0.095) และไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี (ρ = -0.103, *p-value* = 0.208) ขณะที่ความเชื่อมั่นต่ออาหารริมบาทวิถีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ρ = 0.308, *p-value* < 0.001) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี ความเชื่อมั่น และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม.

ตัวแปร	*r*	*p-value*
การรับรู้–ความเชื่อมั่น	-0.103	0.208
การรับรู้–การเลือกบริโภค	0.137	0.095
ความเชื่อมั่น–การเลือกบริโภค	0.308	<0.001

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ความสามารถของปัจจัยในการทำนายการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกทม. พบว่า แบบจำลองโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 2.031, *p* = 0.020) โดยตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีได้ร้อยละ 17.4 (R^2 = 0.174) และเมื่อปรับด้วยจำนวนตัวแปรในแบบจำลองแล้ว สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.8 (Adjusted R^2 = 0.088)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระรายตัว พบว่า ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (B = 0.149, β = 0.179, *p-value* = 0.033) โดยเมื่อคะแนนความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น 1 คะแนน คะแนนการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 0.149 คะแนน

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (B = 0.027, β = 0.203, *p-value* = 0.034) กล่าวคือ เมื่ออายุเพิ่มขึ้น 1 ปี คะแนนการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 0.027 คะแนน สำหรับปัจจัยด้านภูมภาคของนักท่องเที่ยว พบว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางมีความสัมพันธ์ทางลบกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (B = -1.826, β = -0.246, *p-value* = 0.009)
เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียซึ่งกำหนดเป็นกลุ่มอ้างอิง โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางมีคะแนนการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีต่ำกว่ากลุ่มอ้างอิงโดยเฉลี่ย 1.826 คะแนน ส่วนด้านการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี

เพศ ระยะเวลาพำนักในกทม. จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย และภูมิภาคอื่นๆ ทีนักท่องเที่ยวถือสัญชาติ ไม่พบความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

1.ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31–40 ปี มีสัญชาติจากภูมิภาคยุโรป เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก และพำนักในกรุงเทพมหานคร 3–7 วัน โดยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่พบในงานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Suphaphon และ Agmapisarn[17] ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคยุโรป คิดเป็นร้อยละ 63.60 และเป็นเพศชายร้อยละ 50.30 ความสอดคล้องดังกล่าวอาจสะท้อนลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก อาจเป็นลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากอาหารริมบาทวิถีเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารและสามารถแสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมได้ [18]

2.การรับรู้และความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.70 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 46.59 คะแนน (SD = 2.31) ขณะเดียวกันมีความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 98.00 ซึ่งปัจจัยด้านคุณภาพอาหารและทัศนคติต่อความปลอดภัยอาหารมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยว[17] นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ Wuttipan และคณะ[19] พบว่า การรับรู้คุณค่าของอาหารริมบาทวิถีประกอบด้วยหลายมิติ ได้แก่ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย ภาพลักษณ์ อารมณ์ และความเชื่อมั่น (trust value) แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นแม้จะอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาจากคะแนนต่อเนื่องกลับพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี ($\rho = 0.308$, $p < 0.001$) และยังเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภคในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Ratasuk [20] ที่พบว่าการรับรู้สุขอนามัยอาหารมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและความตั้งใจซื้ออาหารริมบาทวิถีในกทม. และความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อ รวมทั้งการรับรู้ความปลอดภัยอาหารมีบทบาทต่อการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค[21]

3. การเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีเฉลี่ย 48.45 คะแนน (SD = 1.94) โดยร้อยละ 98.70 อยู่ในระดับสูง สะท้อนว่าอาหารริมบาทวิถียังคงเป็นทางเลือกที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในกทม. แม้ผู้บริโภคจะต้องพิจารณาประเด็นด้านสุขาภิบาลและความปลอดภัยอาหารก็ตาม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Agmapisarn และคณะ [22] ซึ่งพบว่าอาหารริมบาทวิถีเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านความชอบอาหาร ทัศนคติ และการรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจบริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยว

ต่างชาติรับรู้คุณค่าของอาหารริมบาทวิถีในหลายมิติ รวมถึงคุณค่าด้านอารมณ์และความเชื่อมั่น[19] ดังนั้น การเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวอาจมิได้เกิดจากการประเมินความปลอดภัยอาหารเพียงด้านเดียว แต่เป็นผลจากการประเมินคุณค่าของประสบการณ์โดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของอาหารริมบาทวิถีในฐานะองค์ประกอบหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ผู้บริโภคจำนวนมากใช้กลยุทธ์เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเมื่อเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี และระดับความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยของอาหาร [23]

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องว่าความรู้ด้านความปลอดภัยอาหารเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะนำไปสู่พฤติกรรมที่เหมาะสม และควรพิจารณาปัจจัยด้านทัศนคติ รสนิยมส่วนตัวและความตั้งใจร่วมด้วย [24] สอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า แม้นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีการรับรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการเลือกบริโภค ขณะที่ความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีกลับมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกบริโภค ดังนั้น การส่งเสริมการบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกทม. ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลและความปลอดภัยของอาหารริมบาทวิถีควบคู่กับการให้ข้อมูลด้านสุขาภิบาลอาหาร ตลอดจนสื่อสารมาตรการด้านความปลอดภัยอาหาร เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านการเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางและใช้ข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีได้ รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างจากบางภูมิภาคมีจำนวนค่อนข้างน้อย จึงควรระมัดระวังในการตีความผลการเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาคและการนำผลการศึกษาไปอ้างอิงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในบริบทอื่น

สรุปผลการศึกษา

การรับรู้และความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับสูง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี คือ จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนความเชื่อมั่นต่อสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี อายุ และภูมิภาคตะวันออกกลาง มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี

ข้อเสนอแนะ

1. ควรออกแบบการสื่อสารและการจัดการด้านสุขาภิบาลอาหารให้คำนึงถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวตามช่วงอายุและภูมิภาคของสัญชาติ โดยเฉพาะการจัดทำข้อมูลหรือสื่อที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

2. ควรพัฒนากลไกการจัดการสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การจัดการสุขาภิบาลอาหารมีมาตรฐานและสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

3. ควรพัฒนาระบบหรือสัญลักษณ์แสดงมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารสำหรับจุดจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีให้มีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย และเป็นที่เข้าใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภค

4. ควรศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างครอบคลุม ทั้งในด้านระดับความเชื่อมั่นและการเลือกบริโภค ตลอดจนเหตุผล ประสบการณ์ และความคิดเห็นที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจเลือกบริโภค

เอกสารอ้างอิง

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2562). อาหารท้องถิ่น: Amazing Thailand [Internet]. 2562 [cited 2025 Nov 28]. Available from: https://shorturl.at/Sc4U1
2. นพรัตน์ บุญเพียรผล.(2560). อาหารริมทาง: เสน่ห์เมืองไทย เปิดประสบการณ์ใหม่ในเอเชีย. Veridian E-Journal, Silpakorn University. 2560;10(1):49–58.
3. Terason S, Zheng H, Sangsrijan J.(2024). Flavors of fusion: The role of Thai street food in shaping culinary experiences for Chinese tourists. Evol Stud Imagin Cult. 2024;:1700–1720. https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.1688
4. Chompupor P, Ghuangpeng S, Oğuz UK, Zerman S.(2026). Thai street food as authentic tourism experience: The theory of consumption perspective. J Foodserv Bus Res. 2026;29(4):764–791. doi:10.1080/15378020.2024.2365010.
5. Jeaheng Y, Al-Ansi A, Chua BL, Ngah AH, Ryu HB, Ariza-Montes A, et al.(2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: Exploring cultural difference (Eastern versus Western). Psychol Res Behav Manag. 2023;16:223–240. doi:10.2147/PRBM.S371806.
6. World Health Organization.(2021). Food safety: A guide to World Food Safety Day 2021 [Internet]. 2021 [cited 2025 Nov 28]. Available from: https://www.who.int/publications/m/item/a-guide-to-world-food-safety-day-2021
7. World Health Organization.(2022). Food safety [Internet]. 2022 [cited 2025 Nov 28]. Available from: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety
8. Promsivapallop P, Kannaovakun P.(2020). Factors influencing tourists' destination food consumption and satisfaction: A cross-cultural analysis. Asia Pac Soc Sci Rev. 2020;20(2):Article 9. DOI: https://doi.org/10.59588/2350-8329.1304
9. Sánchez-Cañizares SM, López-Guzmán T.(2017). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. Curr Issues Tour. 2017;20(3):229–245. doi:10.1080/13683500.2015.1009597.
10. Konuk FA.(2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. J Retail Consum Serv. 2019;50:103–110. doi:10.1016/j.jretconser.2019.05.005.
11. Nardi VAM, Jardim WC, Ladeira WJ, Santini FO.(2020). A meta-analysis of food safety risk perception and its antecedents and consequences. Food Control. 2020;112:107089. doi:10.1016/j.foodcont.2020.107089.
12. Chavarria LCT, Phakdee-auksorn P.(2017). Understanding international tourists' attitudes towards street food in Phuket, Thailand. Tour Manag Perspect. 2017;21:66–73. doi:10.1016/j.tmp.2016.11.005.
13. Lee S, Park H, Ahn Y.(2019). The influence of tourists' experience of quality of street foods on destination's image, life satisfaction, and word of mouth: The moderating impact of food neophobia. Int J Environ Res Public Health. 2019;17(1):163. doi:10.3390/ijerph17010163.
14. Teangsompong T, Yamapewan P, Sawangproh W.(2024). Consumer trust in Thai street food vendors: Implications for the post-pandemic era. Int J Sociol Soc Policy. 2024;44(13–14):16–48. doi:10.1108/IJSSP-09-2023-0220.

15. Cohen J.(1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences. 2nd ed. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum Associates; 1988.
16. Best JW.(1977). Research in education. 3rd ed. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall; 1977.
17. Suphaphon W, Agmapisarn C.(2019). Food-quality factors and attitudes that influence inbound tourist's perception of street food safety: Case study Khao San Road, Bangkok. WMS J Manag. 2019;8(1):10–23.
18. Stone MJ, Migacz S, Wolf E.(2019). Beyond the journey: The lasting impact of culinary tourism activities. Curr Issues Tour. 2019;22(2):147–152. doi:10.1080/13683500.2018.1427705.
19. ชีวานันท์ วุฒิพันธุ์, กนกกานต์ แก้วนุช, วัชรีภรณ์ ไชยมงคล.(2562). การรับรู้คุณค่าของการบริการการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: อาหารริมทางในกรุงเทพฯ ประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 2562;13(3):109–126. Available from: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/241100
20. Ratasuk A.(2023). Impact of food hygiene on purchase intentions and its mechanism in Bangkok street food under the influence of COVID-19. Med Res Arch. 2023;11(8). https://doi.org/10.18103/mra.v11i8.4263.
21. Ratasuk A, Gajesanand S.(2022). Does food safety build customer trust? The mediating role of perceived risk in food delivery service in Bangkok during the COVID-19 pandemic. Asia Soc Issues [Internet]. 2022 [cited 2026 Aug 1];16(2):e253719. Available from: https://so06.tci-thaijo.org/index.php/asi/article/view/253719
22. Agmapisarn C, Khetjenkarn S, Tachochalalai S.(2020). A study of Bangkok street food consumption and its effects on consumer attitude and behavioral intention. Chulalongkorn Bus Rev. 2020;42(1):21–42.
23. Soon-Sinclair JM, Limon MR, Vanany I, Ongkunaruk P, Voe P, Boulom S, et al.(2026). Street-vended food safety in Southeast Asia: Consumers' strategies to ensure food safety and vendors' hygiene practices. Int J Environ Health Res. 2026;:1–13. doi:10.1080/09603123.2026.2659935.
24. Lin N, Roberts KR.(2020). Using the theory of planned behavior to predict food safety behavioral intention: A systematic review and meta-analysis. Int J Hosp Manag. 2020;90:102612.