

# การตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

## DECISION MAKING TO CONSUME NOODLE IN TAWANGTHAON DISTRICT, PHAYAO

: อรทัย ปานคำ\*  
พีระ พันธุ์งาม\*\*  
สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์\*\*  
ขจร มีสัตย์\*\*\*  
ธาดา สมานิ\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณภาพและบริการ ด้านความรวดเร็ว ด้านรสชาติ ด้านราคาและด้านสถานที่ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ ความถี่ที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นกลุ่มบุคคลที่นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้

ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว โดยใช้ระดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ของตามวิธีการวัดของไลเคิร์ต (Likert's scale) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ One-Way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

\*\* อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

\*\*\* อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

\*\*\*\* อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ต่ำกว่า 30 ปี เป็นนักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. พฤติกรรมการตัดสินใจบริโภค กว้างเดี่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4.38 และเมื่อจำแนกการตัดสินใจเป็น รายด้าน พบว่า ด้านความรวดเร็วและด้านรสชาติ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และ 4.60 ตามลำดับ สำหรับด้านราคา ด้านสถานที่ และ ด้านคุณภาพและบริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4.33, 4.34 และ 3.96 ตามลำดับ 3. ผลการ เปรียบเทียบตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้บริโภค ที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจบริโภค กว้างเดี่ยว แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจ บริโภคแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกบริโภค กว้างเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรายได้ ของผู้บริโภค ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกบริโภค กว้างเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, ผู้บริโภค

## Abstract

The objective of this study was to investigate consumers' satisfactions toward noodle shops' services in Tawangthaon district, Phayao. The sample group was 385 people who have noodle in Thawangthong district. They were classified by sex, age, occupation, income, and the frequency of having noodle in noodle shop. The instrument used was questionnaires about the satisfaction

toward the noodle shops' services. The questionnaires were divided into 5 parts including 1) the quality and services, 2) the speed of services, 3) the taste of noodle, 4) the price, and 5) the environment of noodle 'shops. The measurement methods used was Liker's scale ranging from the most to the least. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-Way ANOVA. The results revealed that 1. Most of the Decision making to consume noodle in Tawangthaon district, Phayao was female and age under 30 years old Most of them were students and their income was lower than 1,5000 baht respectively. 2. The over all of Decision making to consume noodle was at a high level ( $\bar{x} = 4.38$ ). The satisfactions toward the noodle shops' services were as followed. The quality and services was at a high level ( $\bar{x} = 3.96$ ), the speed of service was at a highest level ( $\bar{x} = 4.68$ ), the taste of noodle was at a highest level ( $\bar{x} = 4.60$ ), the price was at a high level ( $\bar{x} = 4.33$ ), and 5) the environment of noodle 'shops was at a high level ( $\bar{x} = 4.34$ ), respectively. 3. Compare by population. Consumers with different gender have different choices of noodle consumption. Consumers of different ages have different choices of noodle consumption. And consumers



with different occupations have different choices of noodle consumption

**Keyword:** decision making, consume noodle

## บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญของการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ จะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมมากมายหลายประเภทซึ่งหากพิจารณาการเลือกรับประทานอาหารของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมืองไม่ว่าจะเป็นในจังหวัดใดก็ตามการรับประทานอาหารจานด่วนหรือที่เรียกกันว่า Fast food นั้นเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายมานานนับร้อยปีในรูปแบบอาหารจานด่วนแบบไทย ๆ หรือที่บางครั้งเรามักเรียกติดปากว่าอาหารจานเดียว ก๋วยเตี๋ยวจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการบริโภคอาหารจานด่วนของคนไทย

ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารประเภทเส้นส่วนใหญ่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า มีลักษณะเป็นเส้นยาวจะนำมาลวกทำให้สุกกับน้ำเดือด แล้วนำมาปรุงใส่เครื่องต่าง ๆ มีทั้งรับประทานในแบบแห้งและแบบน้ำ โดยใช้ตะเกียบเป็นหลักในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวมีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีน ก๋วยเตี๋ยวไม่ใช่อาหารไทย เมื่อประมาณ 2,000 ปีที่ผ่านมาแล้ว ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่ามีการแพร่กระจายเข้ามาสู่ประเทศไทยตั้งแต่เมื่อไหร่แต่เดินทางมาสู่ทางเอเชียตอนใต้ในราวช่วงศตวรรษที่ 15 เมื่อชาวจีนได้อพยพไปอยู่ในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในเอเชียอาคเนย์

จึงได้นำเอาวัฒนธรรมของก๋วยเตี๋ยวที่ติดตัวมาได้ไปเผยแพร่ การเดินทางมาเผยแพร่ง๋วยเตี๋ยวในประเทศไทย น่าจะเริ่มขึ้นตั้งแต่ในสมัย สมเด็จพระนารายณ์มหาราช เพราะมีการเริ่มค้าขายกับต่างประเทศและคาดการณ์ว่าจะนำเริ่มเข้ามาพร้อม ๆ กันกับที่ชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยและระยะแรกคาดว่าน่าจะทำการรับประทานเอง นอกจากนี้ คนจีนได้มีการเริ่มทำเส้นก๋วยเตี๋ยวกันเองในประเทศไทย โดยการนำเอาแป้งข้าวเจ้ามาเป็นวัตถุดิบในการทำเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยทำกันในครัว ด้วยวิธีการนำเอาเมล็ดข้าวสารมาแช่น้ำไว้ตั้งแต่หัวค่ำ แช่ไปจนถึงเช้าจากนั้นนำมาบดให้ละเอียดจนเป็นแป้ง และนำมิดมาหั่นเป็นเส้น ๆ ไม่ว่าจะเอาเป็นเส้นเล็กหรือเส้นใหญ่

ในสมัยจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม ได้มีนโยบายรัฐนิยม สนับสนุนให้ประชาชนบริโภคก๋วยเตี๋ยว โดยเห็นว่าหากประชาชนหันมาบริโภคก๋วยเตี๋ยวจะเป็นการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศในช่วงนั้น เพื่อจะได้มีเงินหมุนเวียนในประเทศ โดยได้ให้เหตุผลว่า ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ดีและให้ประโยชน์แก่ร่างกาย และได้รสชาติทุกอย่างที่เป็นส่วนประกอบของก๋วยเตี๋ยว ไม่ว่าจะเป็น รส เปรี้ยว รสหวาน รสเค็ม ไปพร้อมกัน ได้รสชาติและทุกอย่างที่เป็นส่วนประกอบของก๋วยเตี๋ยวที่มีอยู่ในประเทศไทยเอง ถ้าทุกคนช่วยกันบริโภคก๋วยเตี๋ยว ชาวไร่ ชาวนา ชาวประมงก็จะขายผลผลิตได้ดีและมากขึ้น เศรษฐกิจในประเทศก็จะหมุนเวียนมากขึ้น ทั้งนี้ยังชักชวนให้กระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ขายก๋วยเตี๋ยวให้แก่ข้าราชการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสเศรษฐกิจ พร้อมทั้งแนะนำให้เพาะปลูก

ถั่วอก ทำเครื่องก๋วยเตี๋ยว และส่วนประกอบอื่น ๆ ของก๋วยเตี๋ยวความสำเร็จในครั้งนี้ ในการรณรงค์การบริโภคไม่มีตัวเลขใด ๆ แสดงให้เห็นถึงอย่างน้อยก็เป็นการจุดประกายให้คนในชาติในประเทศมีความรัก และสมาน สามัคคีต่อกัน และกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และที่สำคัญที่สุดคือการทำให้ก๋วยเตี๋ยวเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมรับประทานกันมากขึ้น จนมาถึงทุกวันนี้ (ศุภณัฐ อมรวิญญูเกียรติ. 2018)

จะเห็นได้ว่าก๋วยเตี๋ยว เป็นอาหารจานด่วนสำหรับทุกเพศ ทุกวัย มีขาย และจำหน่ายยาวนาน และนับได้ว่าเป็นอาหารจานด่วน มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้คนทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อทราบถึงการตัดสินใจในการใช้บริการอาหารจานด่วนโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยว ความหลากหลายทางด้านรสชาติของก๋วยเตี๋ยว และเพื่อเป็นการแก้สภาพปัญหาด้านการพัฒนาธุรกิจ ร้านอาหารจานด่วนประเภทก๋วยเตี๋ยวที่ส่งผลต่อยอดขายได้ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ได้มาจากการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในร้านก๋วยเตี๋ยวให้มียอดขายมากขึ้นหรือคงที่ การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับปรุง วางแผน พัฒนาการดำเนินการและการให้บริการในธุรกิจเกี่ยวกับร้านขายก๋วยเตี๋ยวให้ได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

## คำถามการวิจัย

1. ระดับการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นอย่างไร
2. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ก๋วยเตี๋ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจหรือไม่ อย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
- 2) เพื่อศึกษาว่าคุณลักษณะผู้บริโภคมีความแตกต่างกับพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยว

## สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัย คือ ภาพรวมของระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และคุณลักษณะผู้บริโภคได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการบริโภคการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ แนวคิดความต้องการ แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้แก่ คุณลักษณะผู้บริโภคประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ เหตุผลของการซื้อ เวลาในการตัดสินใจซื้อ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อมากที่สุด ชนิดที่ซื้อเป็นประจำ ราคาที่ซื้อเป็นประจำ ปริมาณซื้อแต่ละครั้ง ลักษณะ



การเลือกสถานที่ซื้อ สถานที่ซื้อเป็นประจำ เวลาที่ซื้อเป็นประจำ

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ข้อมูลคุณลักษณะของผู้บริโภค กว้างตัวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

2) ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ได้แก่ ด้านความรวดเร็ว ด้านรสชาติ ด้านราคา และด้านสถานที่

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่ผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพาน ในช่วงเดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2560 จำนวน 6,700 คน (ที่ว่าการอำเภอพาน. 2560) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง Krejcie และ Morgan ได้จำนวน 364 คน (ทองใบ สุตขารี. 2551)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องการตัดสินใจบริโภค กว้างตัวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวสำหรับผู้สนใจ ประกอบธุรกิจ ร้านก๋วยเตี๋ยว

2. เพื่อเป็นพื้นฐานในการนำผลการวิจัย เพื่อไปประกอบการตัดสินใจทางด้านการวางแผน การปรับปรุงพัฒนารูปแบบการดำเนินงาน และ

การให้บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการ การของผู้บริโภค

## การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน คือกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เป็นบุคคลทั่วไปที่เข้ามาบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ดับเบิลยู จี คอชราน (W.G. Cochran) ยุทธ ไกยวรรณ, 2546) ได้จำนวน 385 คน แล้วจึงรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทุกฉบับ นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการศึกษา โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างด้วย t – test, ANOVA : F – test

## สรุปผลการวิจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.50 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 ด้านอายุ ส่วนใหญ่อายุอยู่ในต่ำกว่าช่วง 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.44 รองลงมาคือช่วงอายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.35 ส่วนช่วงอายุที่มีผู้ตอบ

แบบสอบถามน้อยที่สุดอยู่ในช่วง 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.45 ทางด้านอาชีพส่วนใหญ่ มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมาคืออาชีพ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.19 ส่วนอาชีพที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.01 ทางด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 53.24 รองลงมาคือรายได้ช่วง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.25 ส่วนช่วงรายได้ ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือช่วงมากกว่า 55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.11

2) พฤติกรรมการตัดสินใจบริโภค กวैयाวของประชากร ในภาพรวมระดับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.38$ ) เมื่อพิจารณาในรายข้อระดับความพึงพอใจ มากที่สุดจำนวน 11 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาในการสั่งอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.93$ ) (S.D. = 094) รองลงมาคือระยะเวลาในการคิดเงิน ( $\bar{x} = 4.75$ ) (S.D. = 083) และคุณภาพอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.73$ ) (S.D. = 044) เมื่อพิจารณาในรายข้อระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 7 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ให้บริการด้วยความเต็มใจ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.15$ ) (S.D. = 0.71) รองลงมา คืออาหาร มีหลายราคาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.14$ ) (S.D. = 0.63) และความเพียงพอของจำนวน โต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร อยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{x} = 4.14$ ) (S.D.=0.60)

3) พฤติกรรมการตัดสินใจบริโภค

กวैयाวของผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะทาง ประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจบริโภค กวैयाวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีการ ตัดสินใจบริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคที่มีอาชีพ ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกบริโภคกวैयाว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยการศึกษาการตัดสินใจ เลือกบริโภคกวैयाวของประชากรในเขตตำบล ท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามลักษณะ ประชากร พบว่าประชากรที่ทำการวิจัยบุคคล ทั่วไปที่นิยมรับประทานกวैयाวมีส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

2. ผลการวิจัยการศึกษาการตัดสินใจ บริโภคกวैयाวของประชากรในเขตท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อทำการเปรียบเทียบในแต่ละด้าน ปรากฏดังนี้

2.1 ด้านคุณภาพและบริการ ผู้ที่ ใช้บริการร้านกวैयाว ในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีระดับการตัดสินใจ ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอุไรรัตน์ วัฒนา วงสงวนศักดิ์ และคณะ. (2555). ซึ่งทำการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคและสุขภาพใน โรงอาหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต พบว่าความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องคำนึงถึง ถ้าสุขภาพอาหาร



ไม่ดีอาจทำให้ผู้บริโภคป่วยเป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร เช่นโรคอุจจาระร่วง โรคอาหารเป็นพิษ อหิวาตกโรค ไวรส์ตับอักเสบ เนื่องจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีบุคลากร นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการโรงอาหารในมหาวิทยาลัย เบื้องต้นพบว่า มีเศษอาหารติดที่ซอสน้ำมัน ผู้บริโภคต้องคอยปิดแมลงวันขณะรับประทานอาหาร คาดว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต น่าจะยังไม่ถูกสุขาภิบาล จึงทำการวิจัยในเรื่องนี้ขึ้นมา และยังสอดคล้องกับชวล เยี่ยมสกุลรัตน์. (2554.) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพหย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ความถี่ในการรับประทานอาหารนานาชาติคือ 1 ครั้งต่อเดือนโดยนิยมนทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทั้งปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าของร้านอาหารนานาชาติ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านของคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ด้านความรวดเร็ว ผู้ที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง

จังหวัดพะเยา มีระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับพริษฐ์ อนุภูลธนาการ. (2556). ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารจีฟิเคิเพน (บายท้อปส์) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท พบว่า ผู้ใช้บริการในร้านอาหารมีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมและรายด้านในระดับมากที่สุด ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และในส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่มีอาชีพ การศึกษารายได้ต่างกัน ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.3 ด้านรสชาติ ผู้ที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกนกพิชญ์ (2550) ได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารและผับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ อาหารอร่อย โอกาสที่ใช้บริการมากที่สุดเพื่อรองรับแขก/ลูกค้า/เพื่อน ชวล เยี่ยมสกุลรัตน์. (2554.) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพหย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ความถี่ในการรับประทานอาหารนานาชาติคือ 1 ครั้งต่อเดือน โดยนิยมนทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด



ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทั้งปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าของร้านอาหารนานาชาติ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ด้านราคา ผู้ที่ใช้บริการร้านอาหารก๋วยเตี๋ยว ในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีระดับการตัดสินใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับพิเชษฐ ลาภานุกุศล. (2557). ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้รับบริการจะเลือกใช้บริการร้านอาหาร ที่มีราคาไม่แพง สมเหตุสมผล ประกอบกับ รสชาติของอาหาร ความสะอาด บรรยากาศโดยรวมและสิ่งอำนวยความสะดวก

2.5 ด้านสถานที่ ที่ใช้บริการร้านอาหารก๋วยเตี๋ยวในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีระดับการตัดสินใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับคราธุร. (2547). ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการมาใช้บริการภัตตาคาร ระเบียงพัชนี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการระเบียงพัชนี น้อยกว่าเดือนละครั้ง นิยมมาใช้ บริการในช่วงตอนเย็นหรือตอนกลางคืน รู้จักภัตตาคารจากการแนะนำของญาติหรือเพื่อน ใช้บริการในลักษณะ ที่พาครอบครัวมาเปลี่ยนบรรยากาศ

เลือกใช้บริการด้วยเหตุผลสำคัญ คือ รสชาติอาหารอร่อย บรรยากาศดี และภาพพจน์ที่ดีของร้านตามลำดับ

3. เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตตำบลท่าวังทองกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมมีความแตกต่างกัน สอดคล้องผลการทดสอบสมมติฐานของวิไลวรรณ บุญวิเศษ. (2556). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประกอบการตลาด บริการของ ร้านอาหาร ริว ชาบู ชาบู สาขาสยามสแควร์ กรุงเทพฯ. ที่ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมต่างกัน

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน ชัดแย้งกับศรีบังอร สุวรรณพานิช (2555). ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา พบว่านักศึกษาที่มีเพศ ระดับการศึกษาเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง การศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน ชัดแย้งกับการศึกษาของมโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2559). เรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ขณะที่อายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีความสำคัญ และพบว่า พฤติกรรมการบริโภคและสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กันมีนัยสำคัญ



3.3 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน การตัดสินใจเลือกบริโภคกล้วยเดี่ยวแตกต่างกัน หากพิจารณาการศึกษาของ สิริไพศาล ยิ้มประเสริฐ. (2556). ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา พบว่านักศึกษาที่มีสถานภาพทางเพศ คณะ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ที่พักอาศัย และค่าดัชนีมวลกายต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางด้าน ส่วนประสมทางการตลาด
2. เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาการใช้บริการ ของร้านกล้วยเดี่ยว ในเขต ต.ท่าวังทอง อ.เมือง จ.พะเยา ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการให้บริการ ที่สะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการ ด้านรสชาติของ ผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ ด้านราคาที่เหมาะสม กับสินค้า เข้าใจถึงผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ และ ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ บริโภคกล้วยเดี่ยวของประชาชนทั่วไป ในเขต ต.ท่าวังทอง อ.เมือง จ.พะเยาต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ บริโภคกล้วยเดี่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงอื่น ๆ เพื่อให้ ได้ข้อมูลเพิ่มเติม และสามารถขยายตลาดไปยัง พื้นที่ใกล้เคียงได้
2. ควรศึกษาพฤติกรรมในการรับข้อมูล ด้านการส่งเสริมการตลาดของเพศหญิงโดย เพื่อให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภค

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคเพศหญิง เป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจบริโภคกล้วยเดี่ยว

3. ควรศึกษาการรับรู้และความเข้าใจ ในด้านการตลาดของผู้จำหน่ายบริโภคกล้วยเดี่ยว ในท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสนองความต้องการ ของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

### บรรณานุกรม

- กนกพิชญ์ มาลัยกุล (2550). ปัจจัยด้าน การตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารและ ผับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ศราวุธ ผดุงกลม. (2557). พฤติกรรมและ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการมาใช้บริการภัตตาคารระเปียงพิขนี ใน จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์. (2554.) ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการบริโภคอาหาร นานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.
- มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2559). พฤติกรรม การบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา. วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1.
- มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2559). พฤติกรรม การบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียน



และนักศึกษา ในจังหวัด สุราษฎร์ธานี.  
วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

พริษฐ์ อนุกุลธนาการ. (2556). ความพึงพอใจ  
ของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้าน  
อาหารจีฟี่คิทเชน (บายท้อปส์) ใน  
สถานบริการน้ำมันเจ๊ท. สารนิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด.  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิเชษฐ ลาภานุกพัฒน์. (2557). ปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิไลวรรณ บุญวิเศษ. (2556). ความพึงพอใจ  
ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของ ร้าน ริวซาบู ซาบู สาขา  
สยามสแควร์ กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศรีบังอร สุวรรณพานิช. (2555). ปัจจัยที่ส่งผล  
ต่อการบริโภคอาหารของนักศึกษา  
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่.  
วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา.

ศรีบังอร สุวรรณพานิช (2555). พฤติกรรม  
การบริโภคอาหารของนักศึกษาระดับ  
ปริญญาตรี ปีที่ 1. มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา.  
วารสารราชพฤกษ์ ปีที่ 15 ฉบับที่ 1