



ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง
อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

Satisfaction of Noodle consumption in
Tawangthong District Phayao

อรทัย ปานคำ

การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
ปีการศึกษา 2561

ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง

อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

Satisfaction of Noodle consumption in

Tawangthong District Phayao

อรทัย ปานคำ

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ปีการศึกษา 2561



ใบรับรองการศึกษาอิสระ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อการศึกษาอิสระ ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง
จังหวัดพะเยา


เสนอโดย นางอรทัย ปานคำ

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พีระ พันธุ์งาม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.สุนีย์ ยังสว่าง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระแล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ดร.เฉลิมชนม์ อำพรไพ)


.....กรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ
(ดร.พีระ พันธุ์งาม)


.....กรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระร่วม
(ดร.สุนีย์ ยังสว่าง)

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ดร.พีระ พันธุ์งาม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมาตั้งแต่ต้นจนเสร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ไว้เป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออย่างดี

ขอขอบพระคุณ ดร.นิตยา วงศ์ยศ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ และ ดร.ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อการศึกษาอิสระครั้งนี้ ขอขอบคุณบิดามารดาครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิทยากรวางรากฐานแก่ผู้ศึกษาและขอขอบคุณท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ได้กรุณาให้ความสะดวก ความร่วมมือ ข้อเสนอแนะและอื่น ๆ ในการทำการศึกษาอิสระครั้งนี้

อรทัย ปานคำ

วันที่ 26 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
ผู้วิจัย	นางอรทัย ปานคำ
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พีระ พันธุ์งาม
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ดร.สุนีย์ ยังสว่าง
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2561
สถาบันที่ศึกษา	สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณภาพและบริการ ด้านความรวดเร็ว ด้านรสชาติ ด้านราคาและด้านสถานที่ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และความถี่ที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นกลุ่มบุคคลที่นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว โดยใช้ระดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ของตามวิธีการวัดของไลเคิร์ท (Likert's scale) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยว จำแนกแต่ละด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 และมีความพึงพอใจในแต่ละด้านดังนี้ ด้านคุณภาพและบริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ด้านความรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ด้านรสชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 ระดับความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 และด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34

2. เปรียบเทียบตามประชากรพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน

Title	Satisfaction of Noodle consumption in Tawangthong District Phayao
Author	Mrs. Orathai Phankham
Degree	Master of Business Administration (M.B.A.)
Advisor	Dr. Peera Panngam
Co-Advisor	Dr. Sunee Youngsawang
Graduated Year	2018
Institute	Pacific Institute of Management Science

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate consumers' satisfactions toward noodle shops' services in Tawangthong 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. The over all of satisfaction toward Noodle shops in Tawangthang district, Phayao was at a high level (= 4.38). The satisfactions toward the noodle shops were as followed: The quality and services was at a high level (= 3.96), the speed of service was at a highest level (= 4.68), the taste of noodle was at a highest level (= 4.60), the price was at a high level (= 4.33), and 5) the environment of noodle shops was at a high level (= 4.34), respectively.

2. Compared by population. Consumers with different gender had no different choices of noodle consumption. Consumers of different ages had no different choices of noodle consumption. And consumers with different occupations had different choices of noodle consumption

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	6
2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.3 ประวัติและความเป็นมาของ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	19
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	24
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	34
5.1 สรุปผลการวิจัย	34
5.2 อภิปรายผล	36
5.3 ข้อเสนอแนะ	38
บรรณานุกรม	39
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก : แบบสอบถามในการศึกษา	41
ภาคผนวก ข : รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	44
ประวัติผู้วิจัย	46

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค	25
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว	26
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ด้านคุณภาพและบริการ	27
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ด้านความรวดเร็ว	28
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ด้านรสชาติ	29
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ด้านราคา	30
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ด้านสถานที่	31
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามเพศ	32
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามช่วงอายุ	33
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามอาชีพ	33

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญของการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ จะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมมากมายประเภทซึ่งหากพิจารณาการเลือกรับประทานอาหารของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมือง ไม่ว่าจะป็นในจังหวัดใดก็ตามการรับประทานอาหารจานด่วนหรือที่เรียกกันว่า Fast food นั้น เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายมานานนับร้อยปี ในรูปแบบอาหารจานด่วนแบบไทยๆ หรือที่บางครั้งเรามาเรียกติดปากว่าอาหารจานเดียว ก๋วยเตี๋ยวจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการบริโภคอาหารจานด่วนของคนไทย

ก๋วยเตี๋ยว เป็นอาหารประเภทเส้น ส่วนใหญ่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า มีลักษณะเป็นเส้นยาว จะนำมาลวกทำให้สุกกับน้ำเดือด แล้วนำมาปรุงใส่เครื่องต่างๆ มีทั้งรับประทานในแบบแห้งและแบบน้ำ โดยใช้ตะเกียบเป็นหลักในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวมักมีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีน ก๋วยเตี๋ยวไม่ใช่อาหารไทย เมื่อประมาณ 2,000 ปีที่ผ่านมาแล้ว ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่ามีการแพร่กระจายเข้ามาสู่ประเทศไทย ตั้งแต่เมื่อไหร่แต่เดินทางมาสู่ทางเอเชียตอนใต้ในราวช่วงศตวรรษที่ 15 เมื่อชาวจีนได้อพยพไปอยู่ในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในเอเชียอาคเนย์ จึงได้นำเอาวัฒนธรรมของก๋วยเตี๋ยวที่ติดตัวมาได้ไปเผยแพร่การเดินทางมาเผยแพร่ก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทย น่าจะเริ่มขึ้นตั้งแต่ในสมัย สมเด็จพระนารายณ์มหาราช เพราะมีการเริ่มค้าขายกับต่างประเทศและคาดการณ์ว่าจะน่าจะเริ่มเข้ามาพร้อมๆกันกับที่ชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยและระยะแรกคาดว่าน่าจะทำกันรับประทานเอง นอกจากนี้ คนจีนได้มีการเริ่มทำเส้นก๋วยเตี๋ยวกันเองในประเทศไทย โดยการนำเอาแป้งข้าวเจ้ามาเป็นวัตถุดิบในการทำเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยทำกันในครัว ด้วยวิธีการนำเอา เมล็ดข้าวสารมาแช่น้ำไว้ตั้งแต่หัวค่ำ แลไปจนถึงเช้า จากนั้นนำมาบดให้ละเอียดจนเป็นแป้ง และนำมิดมาหั่นเป็นเส้นๆไม่ว่าจะเอาเป็นเส้นเล็ก หรือ เส้นใหญ่

ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารประเภทเส้นของชาวจีนแต่จี๋วและฮกเกี้ยน มีลักษณะคล้ายกับป๋านเถียวของชาวจีนฮากกา, เหอเฟิ่นของชาวจีนกวางตุ้ง และเฟอของชาวเวียดนาม

ข้าวซอยก็นับเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยวนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านทางภาคเหนือของไทย

ชนิดของเส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่ หรือภาษาท้องถิ่นบางที่เรียก "หมี่ขาว" หรือ "เส้นหมี่ขาว" เพื่อป้องกันการสับสนระหว่างบะหมี่ ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า เป็นเส้นเรียวยาว ยาว มักใช้เครื่องจักรผลิต ก่อนนำมาทำอาหาร ต้องนำไปแช่น้ำเสียก่อน

เส้นเล็ก ลักษณะกว้างกว่าเส้นหมี่ และตัดเป็นท่อนๆ เพื่อความง่ายในการรับประทาน เมื่อลวกเสร็จแล้วจะเหนียวกว่าเส้นก๋วยเตี๋ยวอื่นๆ มักจะใช้น้ำไปทำผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก

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

ก๋วยจั๊บน้ำร้อน มีลักษณะเป็นแผ่นสีเหลืองหรือสามเหลี่ยม เมื่อนำไปต้มในน้ำร้อนก็จะม้วนตัวเป็นหลอด

ก๋วยจั๊บน้ำเย็น มีลักษณะคล้ายหลอดช่องมีสีขาว มักทำเป็นก๋วยเตี๋ยวกึ่งก๋วยจั๊บน้ำเย็น

(<https://th.wikipedia.org/wiki/>)

ในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ประเทศไทยได้มีการกระจายตัวอย่างของก๋วยเตี๋ยวอย่างรวดเร็ว ซึ่งในระหว่างปี พ.ศ. 2481-2487 ช่วงสมัยนั้นเป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ประกอบด้วยประเทศไทยมีกรณีพิพาทกับฝรั่งเศส และเขตแดนกัมพูชา รัฐบาลในสมัยนั้นจึงถึงต้องการให้คนในประเทศมีความรักความสามัคคีต่อกันและกันในประเทศ จึงปลุกฝังให้รัก และนิยมของไทย โดยออกประกาศจากสำนักนายกรัฐมนตรี ทั้งหมด 12 ฉบับ โดยในส่วนรายละเอียดของ ฉบับที่ 7 กล่าวคือ การร่วมมือสร้างชาติ จึงสงวนอาชีพต่างๆ ไว้ให้แก่คนไทยในประเทศ และยังให้การสนับสนุนคนไทยในประเทศให้คนไทยรู้จักให้ทำมาค้าขายโดยแนะนำให้การสนับสนุนการขายก๋วยเตี๋ยว

ในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้มีนโยบาย รัฐนิยม โดยการสนับสนุนให้ประชาชน บริโภคก๋วยเตี๋ยว โดยเห็นว่า หากประชาชน หันมาบริโภคก๋วยเตี๋ยวจะเป็นการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศในช่วงนั้น เพื่อจะได้มีเงินหมุนเวียนในประเทศ โดย จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้ให้เหตุผลว่า ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ดีและให้ประโยชน์แก่ร่างกาย และได้รสชาติทุกอย่างที่เป็นส่วนประกอบของก๋วยเตี๋ยว ไม่ว่าจะเป็น รส เปรี้ยว รสหวาน รสเค็ม ไปพร้อมกัน ได้รสชาติและทุกอย่างที่เป็นส่วนประกอบของก๋วยเตี๋ยวที่มีอยู่ในประเทศไทยเอง ถ้าทุกคนช่วยกันบริโภคก๋วยเตี๋ยว ชาวไร่ ชาวนา ชาวประมงก็จะขายผลผลิตได้ดีและมากขึ้น เศรษฐกิจในประเทศก็จะหมุนเวียนมากขึ้น ทั้งนี้ยังชักชวนให้กระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ขายก๋วยเตี๋ยวให้แก่ข้าราชการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสเศรษฐกิจ พร้อมทั้งแนะนำให้เพาะปลูกถั่วถั่วฝักยาว ทำเครื่องก๋วยเตี๋ยว และส่วนประกอบอื่นๆ ของก๋วยเตี๋ยวความสำเร็จในครั้งนี้ ในการรณรงค์การบริโภคไม่มีตัวเลขใดๆ แสดงให้เห็นถึงอย่างน้อยก็เป็นการจุดประกายให้คนในชาติในประเทศมีความรัก และสมาน สามัคคีต่อกันและกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และที่สำคัญที่สุดคือการทำให้ก๋วยเตี๋ยวเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับประทานกันมากขึ้น จนมาถึงทุกวันนี้ (ศุภณัฐ อมรภิญโญเกียรติ.ประวัติก๋วยเตี๋ยว.www.รายการอาหาร.com/.Accessed April 30, 2018)

จากความสำคัญข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย เพื่อทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการอาหารจานเดียวโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวความหลากหลายทางด้านรสชาติของก๋วยเตี๋ยว และเพื่อเป็นการแก้สภาพปัญหาด้านการพัฒนาธุรกิจ ร้านอาหารจานด่วนประเภทก๋วยเตี๋ยวที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ได้มาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในร้านก๋วยเตี๋ยวให้มียอดการขายคงที่ การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับปรุง วางแผน พัฒนาการดำเนินการและการให้บริการในธุรกิจเกี่ยวกับร้านขายก๋วยเตี๋ยวให้ได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาพื้นที่ของเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นการเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective)

2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ คุณสมบัติทางประชากรของผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ประกอบด้วย

- ด้านคุณภาพและบริการ
- ด้านความรวดเร็ว
- ด้านรสชาติ
- ด้านราคา
- ด้านสถานที่

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

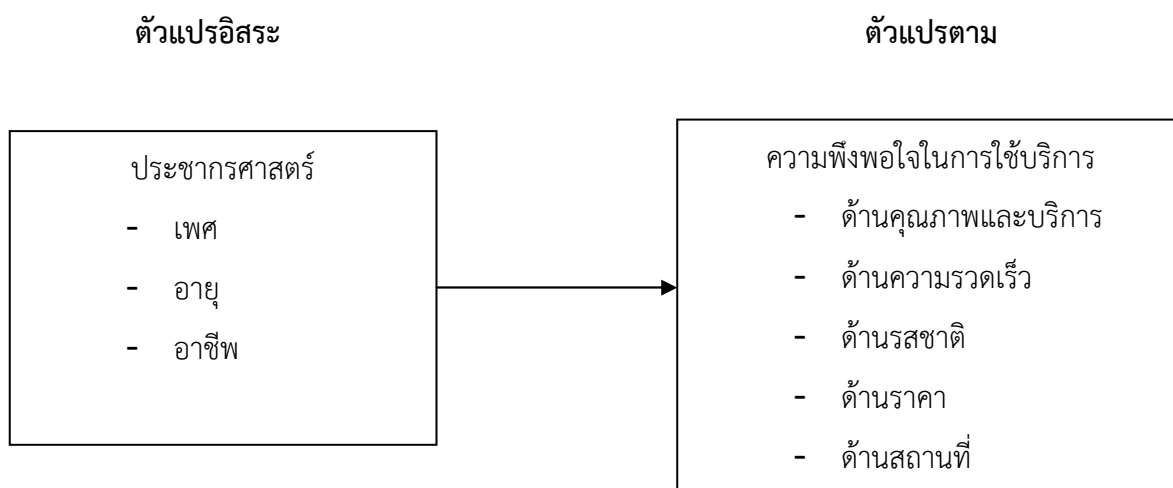
การศึกษานี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษานี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2561

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ทฤษฎีความพึงพอใจของ Maslow เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภค ร้านก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อที่จะได้นำไปปรับปรุง พัฒนาในการให้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวโดยมีตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้



5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว ศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเขต ตำบลท่าวังทองอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาเป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งมีจำนวนประชากรในพื้นที่ทั้งหมด 11,821 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นิยทานก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามโดยมี ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา ทฤษฎี อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยต่างๆ รวมทั้งศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามงานวิจัย

2. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ เพื่อ ตรวจสอบปรับปรุงความสมบูรณ์ และความถูกต้องให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบ และสามารถครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษาและนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และ นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคินพนธ์เพื่อพิจารณาแล้วจัดพิมพ์เครื่องมือใหม่

ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณสมบัติทางประชากรส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามแบบกำหนดให้ผู้ตอบที่เห็นว่าถูกเพียงคำตอบเดียว (Check One) แบบปลายปิด (Closed Form)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวของผู้บริโภคในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามความพึงพอใจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจ ร้านก๋วยเตี๋ยว และเพื่อเป็นพื้นฐานในการนำผลการวิจัยเพื่อไปประกอบการตัดสินใจทางการวางแผนการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการดำเนินงาน และการให้บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น ตลอดจนปฏิบัติการตอบสนองของ ผู้ใช้บริการที่ เข้ามาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

การบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของ ผู้บริโภคหรือบำบัดความต้องการของมนุษย์คือ การบริโภคสินค้าคงทนซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่ได้ทำให้สิ่งที่ไม่ได้ทำให้สิ่งที่ถูกบริโภคหมดสิ้นหรือหมดสภาพไป ยังใช้ได้อีกเป็นเวลานาน แต่เมื่อการใช้ย่อมเกิดการสึกหรอ

คุณภาพและบริการ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วความถูกต้องแม่นยำการแก้ปัญหาของลูกค้าในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการหรือภายหลังจากลูกค้ามารับบริการแล้ว

ความรวดเร็ว หมายถึง การให้บริการที่ทันต่อความต้องการของลูกค้าหรือให้บริการได้ทันถ่วงที

รสชาติ หมายถึง รสชาติของอาหารที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ราคา หมายถึง มูลค่าที่คิดเป็นเงินที่เหมาะสมกับสินค้า

สถานที่ หมายถึง สถานที่เหมาะสมน่านั่ง สะอาดและพอเพียงสำหรับผู้ใช้บริการ

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคกล้วยเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ขอเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 ประวัติและความเป็นมาของ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีความต้องการ 5 ชั้น (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการ (Maslow, 1970 : 170) (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) Maslow เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเองเป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการ(wanting animal) และเป็น การยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ในทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่นๆต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของ มนุษย์ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการ จะได้รับสิ่งต่างๆอยู่เสมอ Maslow กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับชั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ชั้นแรกไปสู่ความปรารถนาชั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need-Hierarchy Conception of Human Motivation) Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปได้เป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์มีการเรียงลำดับชั้นความต้องการที่อยู่ในขั้นล่าสุดจะต้องได้รับความพึงพอใจเสียก่อน บุคคลจึงจะสามารถผ่านพ้นไปสู่ความต้องการที่อยู่ในขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับ ดังจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ชัดที่สุดจากความต้องการทั้งหมดเป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความ ต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกาย เหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและของอินทรีย์ความพึงพอใจที่ได้รับในขั้นนี้จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่าและถ้าบุคคลใดประสบความล้มเหลวที่จะสนองความต้องการพื้นฐานนี้ก็จะไม่ได้รับการกระตุ้น ให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นอย่างไรก็ตามถ้าความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่ได้รับความพึงพอใจ บุคคลก็จะอยู่ภายใต้ความต้องการนั้นตลอดไป ซึ่งทำให้ความต้องการอื่นๆ ไม่ปรากฏหรือกลายเป็นความต้องการระดับรองลงไป เช่น คนที่อดอยากหิวโหยเป็นเวลานานจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ ต่อโลกได้บุคคลเช่นนี้จะหมกมุ่นอยู่กับการจัดหาบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้มีอาหารไว้รับประทาน Maslow อธิบายต่อไปว่า บุคคลเหล่านี้จะมีความรู้สึกเป็นสุขอย่างเต็มที่เมื่อมีอาหารเพียงพอสำหรับเขาและจะไม่ต้องหาสิ่งอื่นใดอีก ชีวิตของเขากล่าวได้ว่าเป็นเรื่องของ การรับประทาน สิ่งอื่นๆ นอกจากนี้จะไม่มี ความสำคัญ ไม่ว่าจะ เป็นเสรีภาพ ความรัก ความรู้สึกต่อชุมชน การได้รับการยอมรับ และปรัชญาชีวิต บุคคล เช่นนี้มีชีวิตอยู่เพื่อที่จะรับประทานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ตัวอย่าง การขาดแคลนอาหารมีผลต่อพฤติกรรม ได้มีการทดลองและการศึกษาชีวประวัติเพื่อแสดงว่าความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเรื่องสำคัญที่จะเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ และได้พบผลว่าเกิดความเสียหายอย่างรุนแรงของพฤติกรรม ซึ่งมีสาเหตุจากการขาดอาหารหรือน้ำติดต่อกันเป็นเวลานาน ตัวอย่าง คือ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่าย Nazi ซึ่งเป็นที่กักขังเชลย เชลยเหล่านั้นจะละทิ้งมาตรฐานทางศีลธรรมและค่านิยมต่างๆ ที่เขาเคยยึดถือภายใต้สภาพการณ์ปกติเช่น ขโมยอาหารของคนอื่นหรือใช้วิธีการต่างๆ ที่จะได้รับ อาหารเพิ่มขึ้นอีกตัวอย่างหนึ่งในปีค.ศ. 1970 เครื่องบินของสายการบิน Peruvian ตกลงที่ฝั่งอ่าวอเมริกาใต้ผู้ที่รอดตายรวมทั้งพระนิกาย Catholic อาศัยการมีชีวิตอยู่รอดโดยการกินซากศพของผู้ที่ตายจาก เครื่องบินตก จากปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมนุษย์เกิดความหิวขึ้นจะมีอิทธิพลเหนือระดับ ศีลธรรมจรรยาจึงไม่ต้องสงสัยเลยว่ามนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกายเหนือความต้องการอื่นๆ และแรงผลักดันของความต้องการนี้ได้เกิดขึ้นกับบุคคล ก่อนความต้องการอื่นๆ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัยหรือความรู้สึกมั่นคง (safety or security) Maslow กล่าวว่าความต้องการความปลอดภัยนี้จะ สังเกตได้ง่ายในทารกและในเด็กเล็กๆ เนื่องจากทารกและเด็กเล็กๆ ต้องการความช่วยเหลือและ ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น ตัวอย่าง ทารกจะรู้สึกกลัวเมื่อถูกทิ้งให้อยู่ตามลำพังหรือเมื่อเขาได้ยินเสียงดังๆ หรือเห็นแสงสว่างมาก ๆ แต่ประสบการณ์และการเรียนรู้จะทำให้ความรู้สึกกลัวหมดไป ดังคำพูดที่ว่า “ฉันไม่

กลัวเสียงฟ้าร้องและฟ้าแลบอีกต่อไปแล้ว เพราะฉันรู้ธรรมชาติในการเกิดของมัน” พลัง ความต้องการความปลอดภัยจะเห็นได้ชัดเจนเช่นกันเมื่อเด็กเกิดความเจ็บป่วย ตัวอย่างเด็กที่ประสบ อุบัติเหตุขาหักก็ตระรู้สึกกลัวและอาจแสดงออกด้วยอาการฝันร้ายและความต้องการที่จะได้รับความ ปกป้องคุ้มครองและการให้กำลังใจ Maslow กล่าวเพิ่มเติมว่าพ่อแม่ที่เลี้ยงดูลูกอย่างไม่กวัดขั้นและ ตามใจมากเกินไปจะไม่ทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจจากความต้องการความปลอดภัยการให้อุ่นหรือให้กินไม่เป็นเวลาไม่เพียงแต่ทำให้เด็กสับสนเท่านั้นแต่ยังทำให้เด็กรู้สึก ไม่มั่นคงในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเขาสัมพันธ์ภาพของพ่อแม่ที่ไม่ดีต่อกัน เช่น ทะเลาะกันทำร้าย ร่างกายซึ่งกันและกัน พ่อแม่แยกกันอยู่หย่าตายจากไป สภาพการณ์ เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้ที่ดีของเด็กทำให้เด็กรู้ว่าสิ่งแวดล้อมต่างๆ ไม่มั่นคง ไม่สามารถคาดการณ์ได้และนำไปสู่ความรู้สึก ไม่ปลอดภัยความต้องการความปลอดภัยจะยังมีอิทธิพลต่อบุคคลแม้ว่าจะผ่านพ้นวัยเด็กไปแล้วแม้ ในบุคคลที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครอง เช่น ผู้รักษาเงิน นักบัญชีหรือทำงานเกี่ยวกับการประกัน ต่างๆ และผู้ที่ทำหน้าที่ให้การรักษาพยาบาลเพื่อความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์พยาบาลคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเฝ้าหาความปลอดภัยด้วยกันทั้งสิ้น ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือทำ ให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้ บุคคลรู้สึก “ปลอดภัย” ความต้องการความปลอดภัยในเรื่องอื่นๆ จะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับสิ่ง ต่าง ๆ เหล่านี้สงคราม อาชญากรรม น้ำท่วม แผ่นดินไหวการจลาจล ความสับสนไม่เป็นระเบียบ ของสังคมและเหตุการณ์อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกับสภาพเหล่านี้

Maslow ได้ให้ความคิดต่อไปว่า อาการโรคประสาทในผู้ใหญ่โดยเฉพาะโรคประสาทชนิดย้ำคิดย้ำทำ (obsessive-compulsive neurotic) เป็นลักษณะเด่นชัดของการค้นหาความรู้สึกปลอดภัยผู้ป่วยโรคประสาทจะแสดงพฤติกรรมว่าเขากำลังประสบเหตุการณ์ที่ร้ายกาจและกำลังมีอันตราย ต่างๆ เขาจึงต้องการมีใครสักคนที่ปกป้องคุ้มครองเขา และเป็นบุคคลที่มีความเข้มแข็งซึ่งเขาสามารถจะพึ่งพาอาศัยได้

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love needs) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของเป็นความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการ ทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็น เจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่นความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคลกล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคมไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อนๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูกๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการ เป็นเจ้าของอย่างยิ่งและจะแสวง หาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน Maslow คัดค้านกลุ่ม Freud ที่ว่าความรักเป็นผลมาจากการเทิดทูลสัญชาตญาณทางเพศ (sublimation) สำหรับ Maslow ความรักไม่ใช่สัญลักษณ์ของเรื่องเพศ (sex) เขาอธิบายว่าความรักที่แท้จริงจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดีความสัมพันธ์ของความรักระหว่างคน 2 คน จะรวมถึงความรู้สึกนับ

ถือซึ่งกันและกัน การยกย่องและความไว้วางใจแก่กัน นอกจากนี้ Maslow ยังย้ำว่า ความต้องการความรักของคนจะเป็นความรักที่เป็นไปในลักษณะทั้งการรู้จักให้ความรักต่อผู้อื่นและรู้จักที่จะรับความรักจากผู้อื่น การได้รับความรักและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคล เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า บุคคลที่ขาดความรักก็จะรู้สึกว่าชีวิตไร้ค่ามีความรู้สึกอ้างว้าง และเคียดแค้น กล่าวโดยสรุป Maslow มีความเห็นว่าบุคคลต้องการความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของและการขาดสิ่งนี้มักจะเป็นสาเหตุให้เกิดความข้องคับใจ และทำให้เกิดปัญหาการปรับตัวไม่ได้และ ความยินดีในพฤติกรรมหรือความเจ็บป่วยทางด้านจิตใจในลักษณะต่างๆ สิ่งที่ควรสังเกตประการ หนึ่งก็คือมีบุคคลจำนวนมากที่มีความลำบากใจที่จะเปิดเผยตัวเอง เมื่อมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกับเพศตรงข้ามเนื่องจากกลัวว่าจะถูกปฏิเสธความรู้สึกเช่นนี้

Maslow กล่าวว่าสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในวัยเด็กการได้รับความรักหรือการขาด ความรักในวัยเด็กย่อมมีผลกับการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะ และการมีทัศนคติในเรื่องของความรัก Maslow เปรียบเทียบว่าความต้องการความรักก็เป็นเช่นเดียวกับรถยนต์ที่สร้างขึ้นมาโดยต้องการก๊าซหรือน้ำมันนั่นเอง(Maslow 1970 p. 170)

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs) เมื่อความต้องการได้รับความรัก และการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปอย่างมีเหตุผล และทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลง และมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่กล่าวคือมนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others)

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) คือความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นใน ตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็น อิสระทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่าเขามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงาน ภารกิจ ต่างๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือ ความต้องการมี เกียรติยศการได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับได้รับความสนใจมีสถานภาพมีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับยินดีมีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำซึ่งทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่นความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ก็เป็นเช่นเดียวกับธรรมชาติของลำดับขั้นในเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตามทัศนะของ Maslow ในเรื่องอื่นๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตนั้นคือ บุคคลจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องก็เมื่อภายหลังจากความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของได้รับการตอบสนองความพึง พพอใจของเขาแล้ว และ Maslow กล่าวว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บุคคลจะย้อนกลับจากระดับขั้น ความต้องการในขั้นที่ 4 กลับไปสู่ระดับขั้นที่

4.3 อีกถ้าความต้องการระดับขั้นที่ 3 ซึ่งบุคคลได้รับไว้ แล้วนั้นถูกกระทบกระเทือนหรือสูญสลายไปทันทีทันใด ดังตัวอย่างที่ Maslow นำมาอ้างคือหญิงสาวคนหนึ่งซึ่งเธอคิดว่าการตอบสนองความต้องการความรักของเธอได้ดำเนินไปด้วยดีแล้วเธอจึงทุ่มเทและเอาใจใส่ในธุรกิจของเธอและได้ประสบความสำเร็จ เป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงและอย่างไม่คาดฝันสามีได้ผลจากเธอไป ในเหตุการณ์เช่นนี้ ปรากฏว่าเธอวางมือจากธุรกิจต่างๆ ในการที่จะส่งเสริมให้เธอได้รับความยกย่องนับถือและหันมาใช้ความพยายามที่จะเรียกร่องสามีให้กลับคืนมา ซึ่งการกระทำเช่นนี้ของเธอเป็นตัวอย่างของความ ต้องการความรักซึ่งครั้งหนึ่งเธอได้รับแล้ว และถ้าเธอได้รับความพึงพอใจในความรักโดยสามี หวนกลับคืนมาเธอก็จะกลับไปเกี่ยวข้องกับโลกธุรกิจอีกครั้งหนึ่งความพึงพอใจของความ ต้องการ ได้รับการยกย่อง โดยทุกๆ ไปเป็นความรู้สึก และทัศนคติของความเชื่อมั่นในตนเองความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าการมี ผลกำลังการมีความสามารถและความรู้สึกว่ามีชีวิตอยู่อย่างมีประโยชน์ และเป็นบุคคลที่มีความจำเป็น ต่อโลกในทางตรงกันข้ามการขาดความรู้สึกต่างๆ ดังกล่าวนี้ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติของปมด้อยและความรู้สึกไม่พอเพียง เกิดความรู้สึกอ่อนแอและช่วยเหลือ ตนเองไม่ได้สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการรับรู้ตนเองในทาง นิเสธ (negative) ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรู้สึกขลาดกลัว และรู้สึกว่าตนเองไม่มีประโยชน์ และสิ้นหวังในสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของชีวิต และประเมินตนเองต่ำกว่าชีวิตความเป็นอยู่กับการได้รับการยกย่องและยอมรับจากผู้อื่นอย่างจริงจังใจมากกว่าการมีชื่อเสียงจากสถานภาพหรือการได้รับการประจบประแจง การได้รับความนับถือยกย่องเป็นผลมาจากความเพียรพยายามของบุคคล และความต้องการนี้อาจเกิดอันตรายขึ้นได้ถ้า 13 บุคคลนั้นต้องการคำชมเชยจากผู้อื่นมากกว่าการยอมรับความจริงและเป็นที่ยอมรับกันว่าการได้รับ ความนับถือ ยกย่องมีพื้นฐานจากการกระทำของบุคคลมากกว่าการควบคุมจากภายนอก

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs) ถึงลำดับขั้นสุดท้าย ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อนๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น Maslow อธิบายความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่าเป็น ความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสมบุคคลที่ประสบ ผลสำเร็จ ในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขาและมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตนกล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุ ถึงจุดสูงสุดของ ศักยภาพ เช่น “นักดนตรีก็ต้องใช้ความสามารถทางด้านดนตรีศิลปินก็ต้องวาดรูปก็จะต้องเขียนโคลงกลอนถ้าบุคคลเหล่านี้ได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง” Maslow (1970 : 46) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะดำเนินไปอย่างง่ายหรือเป็นไปโดยอัตโนมัติโดยความเป็นจริงแล้ว Maslow เชื่อว่าคนเรามักจะกลัว ตัวเองในสิ่งเหล่านี้ “ด้านที่ดีที่สุดของเราความสามารถพิเศษของเรา สิ่งที่ดีงามที่สุดของเราพลังความสามารถความคิดสร้างสรรค์” Maslow (1962 : 58) ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงมิได้ มีแต่เฉพาะในศิลปินเท่านั้น

คนทั่วไป เช่น นักกีฬา นักเรียน หรือแม้แต่กรรมกรก็สามารถจะมีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงได้ถ้าทุกคนสามารถทำในสิ่งที่ตนต้องการให้ดีที่สุดรูปแบบเฉพาะของการเข้าใจตนเอง อย่างแท้จริงจะมีความแตกต่างอย่างกว้างขวางจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง กล่าวได้ว่ามันเป็นระดับความต้องการที่แสดงความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างยิ่งใหญ่ที่สุด

Maslow ได้ยกตัวอย่างของความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ในกรณีของนักศึกษาชื่อ Mark ซึ่งเขาได้ศึกษาวิชาบุคลิกภาพเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อเตรียมตัวเป็นนักจิตวิทยาคลินิก นักทฤษฎีคนอื่นๆ อาจจะอธิบายว่าทำไมเขาจึงเลือกอาชีพนี้ตัวอย่าง เช่น Freud อาจกล่าวว่ามันสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เขาเก็บกดความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศไว้ตั้งแต่วัยเด็กขณะที่ Adler อาจมองว่ามันเป็นความพยายามเพื่อชดเชยความรู้สึกด้อยบางอย่างในวัยเด็ก Skinner อาจมองว่าเป็นผลจากการถูกวางเงื่อนไขของชีวิตในอดีต ขณะที่ Bandura สัมพันธ์เรื่องนี้กับตัวแปรต่างๆ ทาง การ เรียนรู้ทาง สังคม และ Kelly อาจพิจารณาว่า Mark กำลังจะพุ่งตรงไปเพื่อที่จะเป็นบุคคลที่เขาต้องการจะเป็น ตัวอย่างที่แสดงถึงการมุ่งตรงไปสู่เป้าประสงค์ในอาชีพโดยความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง และถ้าจะพิจารณากรณีของ Mark ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นถ้า Mark ได้ผ่านการเรียนวิชาจิตวิทยาจนครบหลักสูตร และได้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก และในที่สุดก็ได้รับปริญญาเอกทางจิตวิทยาคลินิก สิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ Mark ต่อไปก็คือเมื่อเขาสำเร็จการศึกษาดังกล่าวแล้ว ถ้ามีบุคคลหนึ่งได้เสนองานให้เขาในตำแหน่งตำรวจสืบสวน ซึ่งงานในหน้าที่นี้จะได้รับค่าตอบแทนอย่างสูงและได้รับผลประโยชน์พิเศษหลายๆ อย่างตลอดจนรับประกันการว่าจ้าง และความมั่นคงสำหรับชีวิตเมื่อประสบเหตุการณ์เช่นนี้ Mark จะทำอย่างไรถ้าคำตอบของเขาคือ “ตกลง” เขาก็จะย้อนกลับมาสู่ความต้องการระดับที่ 2 คือ ความต้องการความปลอดภัย สำหรับการวิเคราะห์ความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง Maslow กล่าวว่า “อะไรที่มนุษย์สามารถจะเป็นได้เขาจะต้องเป็นในสิ่งนั้น” เรื่องของ Mark เป็นตัวอย่างง่ายๆ ว่าถ้าเขาตกลงเป็นตำรวจสืบสวน เขาก็จะไม่มีโอกาสที่จะเข้าใจตนเอง อย่างแท้จริงทำไมทุกๆ คนจึงไม่สัมฤทธิ์ผลในการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Why Can't All People Achieve Self-Actualization) ตามความคิดของ Maslow ส่วนมากมนุษย์แม้จะไม่ใช้ทั้งหมดที่ต้องการแสวงหาเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ภายในตนจากงานวิจัยของเขาทำให้ Maslow สรุปว่าการรู้ถึงศักยภาพของตนนั้นมาจากพลังตามธรรมชาติและจาก ความจำเป็นบังคับ ส่วนบุคคลที่มีพรสวรรค์มีจำนวนน้อยมากเพียง 1% ของประชากรที่ Maslow ประเมิน Maslow เชื่อว่าการนำศักยภาพของตนออกมาใช้เป็นสิ่งที่ยากมาก บุคคลมักไม่รู้ว่าตนเอง มีความสามารถและไม่ทราบว่าคุณภาพนั้นจะได้รับการส่งเสริมได้อย่างไรมนุษย์ส่วนใหญ่ยังคงไม่ มั่นใจในตัวเองหรือไม่มั่นใจในความสามารถของตนจึงทำให้หมดโอกาสเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง และยังมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มาดบังพัฒนาการทางด้าน ความต้องการของบุคคลดังนี้ อิทธิ วัฒนธรรม ตัวอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของสังคมมีต่อการเข้าใจตนเองคือแบบพิมพ์ของวัฒนธรรม (cultural stereotype) ซึ่งกำหนดว่าลักษณะเช่นไรที่แสดงความเป็นชาย (masculine)

และลักษณะใดที่ไม่ใช่ความเป็นชาย เช่น จัดพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความเมตตากรุณาความสุภาพและความอ่อนโยน สิ่งเหล่านี้วัฒนธรรมมีแนว โนม์ที่จะพิจารณาว่า “ไม่ใช่ลักษณะของความเป็นชาย” (unmasculine) หรือความเชื่อถือของวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่มีคุณค่า เช่น ยึดถือว่าบทบาทของผู้หญิงขึ้นอยู่กับจิตวิทยาพัฒนาการของผู้หญิง เป็นต้น การพิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ ดังกล่าวนี้เป็นเพียงการเข้าใจ “สภาพการณ์ที่ดี” มากกว่าเป็นเกณฑ์ของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ประการสุดท้าย Maslow ได้สรุปว่าการไม่เข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเกิดจากความพยายามที่ไม่ถูกต้องของการแสวงหาความมั่นคงปลอดภัย เช่น การที่บุคคลสร้างความรู้สึกให้ผู้อื่นเกิดความพึงพอใจตนโดยพยายามหลีกเลี่ยงหรือขจัดข้อผิดพลาดต่างๆ ของตนบุคคลเช่นนี้จึงมีแนวโน้มนำที่จะพิทักษ์ความมั่นคงปลอดภัยของตน โดยแสดงพฤติกรรมในอดีตที่เคยประสบผลสำเร็จ แสวงหาความอบอุ่น และสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งลักษณะเช่นนี้ย่อมขัดขวางวิถีทางที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

Michael Beer (1965 อ้างถึงใน สมหมาย เปียถนอม, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1. V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ
2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ
3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคล

มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลนั้นก็จะได้ความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ ดังนี้

แรงจูงใจ = ผลของความพึงพอใจ + ความพึงพอใจ

ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติต่อองค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหวังไว้ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพอใจก็จะต่ำไปด้วย

มิลเลท (Millett, 1954 อ้างถึงใน พิระพัฒน์ ตันตรัตนพงษ์, 2544) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการประชาชนโดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1.การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานะคนที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของ

กฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พร้อมให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิฉะนั้นแล้วความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือ หักบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและ ผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จอห์น ดี มิลเล็ต (John D.Millet. 1954) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรม
2. เสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าจะเป็นคนใด
3. การให้บริการรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือความต้องการเพียงพอใจด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือการพัฒนางานบริการทางด้าน ปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Engle, Blackwe และ Miniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจ เข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง”

เสรี วงษ์มณฑา (2548:32-46) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหาการเลือกซื้อการใช้การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของ ตนเองได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรม การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู (2552) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกร (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ(Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2546) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิดประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา

2.3 ความเป็นมาของเทศบาลตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ประวัติความเป็นมา

ประมาณ ปี 2470 ได้มีชาวบ้านศาลา (หลวง) อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ชาวบ้านแม่ก่งทุ่งม่าน จังหวัดลำปางได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณบ้านบุญโยชน์ บ้านศรีชุมได้อพยพกันมาสร้างบ้านเมืองได้ตั้งชื่อว่า "บ้านหลายอิง" ต่อมาประสบปัญหาน้ำท่วมบ้านเรือนที่ทำกิน จึงอพยพไปตั้งที่ใหม่เรียกว่า "ท่าวังทอง" และได้ประกาศจัดตั้งเป็น อบต. เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2538

ประชากร

(ข้อมูลจากงานทะเบียนราษฎรเทศบาลตำบลท่าวังทอง ณ วันที่ 30 เดือน กันยายน 2559)
มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 8,595 ครัวเรือน มีประชากรทั้งสิ้น 11,182 คน

การเดินทาง

ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน สายลำปาง-พะเยา ถึงสี่แยกประตูชัย เข้าไปตามทางสายพะเยา - ป่าแดดประมาณ กม.ที่ 2 เข้าสู่ตำบลท่าวังทอง ตำบลท่าวังทองจึงถือว่าเป็นตำบลที่มีการเดินทางสะดวกและอยู่ใกล้ในแหล่งย่านชุมชนจึงทำให้มีอาชีพการค้าขายเกิดขึ้นมากมาย

ระบบเศรษฐกิจ

อาชีพ

การผลิตที่สำคัญของตำบล ได้แก่ การเกษตรกรรม มีการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ พืชที่ปลูก ได้แก่ ข้าว ลำไย มะม่วง มะขาม สัตว์ที่เลี้ยงได้แก่ โค แพะ สุกร ไก่พื้นเมือง ไก่ชนในด้านเลี้ยงสัตว์ จะเลี้ยงสัตว์ไว้ใช้งานและเพื่อการบริโภค ส่วนการเลี้ยงสัตว์ไว้เพื่อจำหน่ายนั้น มีการเลี้ยงเป็นฟาร์ม เช่น ฟาร์มหมู ในเขตหมู่ที่ 3, 14 และเลี้ยงวัวโดยทั่วไปเกือบทุกหมู่บ้าน ทั้งเลี้ยงเป็นกลุ่มและส่วนตัว

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา ภัทรกรรม (2542) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษาโดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 105 คน ผลการวิจัยพบว่าเพศหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงเพศชาย อายุระหว่าง 20-40 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 18,000 บาทต่อเดือน มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ และอาหาร จานด่วนอยู่ในระดับสูงมีทัศนคติที่ดี และไม่ตีเกี่ยวกับอาหารจานด่วนด้วยสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีความเห็นว่าเป็นพนักงานบริการดี สามารถสั่งทางโทรศัพท์ได้ รับประทานง่าย สะดวกและรวดเร็ว ได้รับข่าวสารจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ และต้องการทดลองชิม พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน พบว่า นิยมรับประทาน ไก่ทอด รองลงมาคือพิซซ่า เสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 51-100 บาทต่อคนต่อครั้ง รับประทานต่ำกว่า 11 ครั้งต่อปี รับประทานในมือกลางวันสำหรับกลุ่มที่มีความรู้ด้านโภชนาการสูง, รับประทานเกินกว่า 30 ครั้งต่อปี รับประทานในมือค่ำสำหรับในกลุ่มที่มีความรู้ด้านโภชนาการต่ำ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของตน มีสุขภาพแข็งแรง ดูแลสุขภาพตนเองสม่ำเสมอ ได้รับติดตามข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีโรคประจำตัวได้แก่โรคไขมันในเลือดสูง ความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจ หรืออย่างไรอย่างหนึ่ง

อัมพัลย์ วิศวีรานนท์ (2541) การศึกษาวิถีชีวิตคนไทยรุ่นใหม่ : ศึกษากรณีพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครวิธีการศึกษาโดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 220 ราย ผลการวิจัย นักเรียนที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา

เพศชาย และหญิงในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน เป็นจำนวนวัยรุ่นตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 12-15 ปี รายได้ไม่เกินสัปดาห์ละ 600 บาท และมาจากครอบครัวที่มีสถานภาพทางสังคมระดับกลาง ส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษาพบว่านักเรียนวัยรุ่นจำนวนครึ่งหนึ่งที่เรียน โรงเรียนรัฐบาล ที่เหลือเรียนโรงเรียนเอกชนฝรั่ง และเรียนโรงเรียนเอกชนไทย สำหรับการเลือกบริโภคอาหารนั้น พบว่านักเรียนวัยรุ่นมีหลักการเลือกบริโภคอาหารมีจำนวนเพียงร้อยละ 30.9 เท่านั้นที่คำนึงถึงหลักโภชนาการ นักเรียนวัยรุ่นมีวิธีการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับการบริโภคอาหารดังนี้ 1.วิธีการดำเนินชีวิตในครอบครัวในด้านบทบาทของผู้จัดเตรียมอาหารพบว่าแม่เป็นผู้เตรียมอาหาร และการเตรียมอาหารดังกล่าวเป็นการเตรียมโดยมีการคำนึงถึงหลักโภชนาการเพียงประมาณครึ่งหนึ่งที่เท่านั้น ในด้านการบริโภคอาหารของครอบครัวนักเรียนวัยรุ่นพบว่าในวันธรรมดาจะบริโภคอาหาร ร่วมกันเพียงวันละ 1 มื้อ ส่วนวันหยุดจะบริโภคอาหารมื้อเย็นร่วมกันมากที่สุด และหากจะไปบริโภคอาหารนอกบ้านก็จะไปเฉพาะโอกาสพิเศษ หรือสัปดาห์ละครั้ง 2. วิธีการดำเนินชีวิตในสถาบันการศึกษา พบว่า นักเรียนวัยรุ่นประมาณ 2 ใน 3 ของจำนวนทั้งหมดจะเลือกบริโภคอาหารประเภทจานเดียวจะบริโภค อาหารว่างที่โรงเรียนด้วย ซึ่งอาหารว่างที่เลือกบริโภคจะเป็นขนมหวาน ขนมบรรจุถุงสำเร็จรูป หรือน้ำอัดลม บุคคลที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่โรงเรียนได้แก่ เพื่อน หรือไม่ก็เลือกตัวเองมากที่สุด 3 วิธีการ ดำเนินชีวิตในสังคม พบว่านักเรียนวัยรุ่น จะใช้เวลาว่างอยู่บ้านฟังเพลง ดูโทรทัศน์ หรือเล่นเกมคอมพิวเตอร์ มากกว่าออกไปนอกบ้าน หากออกไปนอกบ้านก็จะเลือกบริโภคอาหารประเภทจานเดียว และอาหารว่างประเภทน้ำอัดลม หรือขนมหวาน สถานที่บริโภคอาหารระหว่างใช้เวลาออกบ้านจะเป็นร้านอาหารแบบพื้นๆ ทั่วไปและไม่คำนึงถึงหลักโภชนาการ อีกด้านโทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนวัยรุ่นใน การบริโภคอาหารมากที่สุด ซึ่งการเตรียมอาหาร และการเลือกภาชนะใส่อาหารจากร้านอาหาร จะเป็นเนื้อหา การโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารของวัยรุ่นมากที่สุดด้วย

วาสนา แซ่ฉั่ว (2541) การศึกษา ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษาโดยกลุ่มตัวอย่างใน การวิจัยนี้เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 จากโรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้าเขตสะพานสูง จำนวน 100 คน และจากโรงเรียนวัดเทพศิลา บางกะปิ จำนวน 40 คน รวมทั้งหมด 140 คน ผลการวิจัย พบว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 14-19 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4, 5, 6 รายได้ต่อสัปดาห์ได้รับโดยเฉลี่ยประมาณ 301-500 บาท/สัปดาห์ ที่พักอาศัยพักอยู่กับผู้ปกครอง และ เป็นบ้านส่วนตัว อาชีพของผู้ปกครองมีธุรกิจส่วนตัว ฐานะทางครอบครัวดี พฤติกรรมการบริโภค อาหารฟาสต์ฟู้ด ด้านอาหารเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของร้านแมคโดนัล เลือกดื่มน้ำอัดลม อาหาร ที่เลือกสั่งมากที่สุดคือ ไก่ทอด รองลงมาคือแฮมเบอร์เกอร์ และพิซซ่า สถานที่รับประทานที่ร้าน ช่วงเวลาที่ รับประทาน 15.00-18.00 น. ใช้เวลาประมาณ 46-60 นาที ในการบริโภคต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้ง เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 100-150 บาท ส่วนใหญ่ในการรับประทานร่วมกับเพื่อน

บุญศรี มานะอุดมการ (2543) การศึกษา พฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับ อาหารสำเร็จรูป วิธีการวิจัยคือการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ ที่ใช้ในการศึกษานี้เป็น ผู้บริโภคที่รู้จักอาหารกึ่งสำเร็จรูปแต่จะบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูปมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ต่างๆ โดยศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 24 ราย ผลการวิจัย

1. ครั้งหนึ่งของ ผู้บริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูปนั้น ซึ่งอาหารกึ่งสำเร็จรูปด้วยตัวเองโดยไม่มีอะไร เป็นสื่อในการกระตุ้นให้ซื้อ แต่ส่วนใหญ่ยอมรับว่าสื่อโฆษณา มีอิทธิพลและมีบทบาทในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าที่ออกใหม่ หรือ มีการออกรสชาติใหม่ๆ และชอบบรรจุภัณฑ์แบบชนิด เป็นซองเนื่องจากราคาถูกกว่าบรรจุภัณฑ์อื่น

2. พฤติกรรมการยอมรับอาหารกึ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่ยอมรับในเรื่องของความสะดวกของอาหาร กึ่งสำเร็จรูปประเภทนี้ที่ไม่ต้องใช้เวลาในการเตรียมและปรุงนานสามารถหยิบขึ้นมาปรุงได้ทันทีที่ ต้องการ รวมทั้งเห็นว่ามีราคาถูกเหมาะสมกับ ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน

3. การรับรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่อง หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ทางภาครัฐบาลได้มีการตั้งขึ้นเพื่อคอยดูแลผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบ แต่ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคกลับไม่รู้แม้แต่ชื่อหน่วยงาน หรือเบอร์โทรศัพท์ที่จะติดต่อกับหน่วยงาน

กิตติพงษ์ ห่วงรักษ์ (2545) การศึกษา กว๋ยเดี่ยวสมุนไพร จากการทดลอง ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สมุนไพร โดยใช้สมุนไพร 20 ชนิด ผสมสองลักษณะคือใช้น้ำสกัดสมุนไพรและใช้สมุนไพรบดผสมรวมกับ แป้งในอัตราส่วน 04 และ 8% ของน้ำหนักแป้งพบว่าการผสมกระชาย กระเพรา กระวาน ขมิ้นขาว ขมิ้นชัน ขึ้นฉ่าย เจียวกู่หลาน ผักชี มะกรูด แมงลัก เร่ว สะระแหน่ หญ้าปักกิ่ง หอมแดง หัวไชเท้า และ โหระพาใช้ได้ปริมาณ 4% ของน้ำหนักแป้งโดยอาจผสมในลักษณะน้ำสกัดสมุนไพรหรือสมุนไพรบด ส่วนผักบุงและหญ้าปักกิ่งใช้ในลักษณะของน้ำสกัดสมุนไพรได้ 4% และในลักษณะของสมุนไพรบด 8% ตะไคร้สามารถใช้ในลักษณะของน้ำสกัดสมุนไพรได้ปริมาณ 8% และในลักษณะของสมุนไพรบด 4% ข่า สามารถใช้น้ำสกัดผสมส่วนผสมกว๋ยเดี่ยวประมาณ 4% แต่ไม่สามารถใช้ในลักษณะของสมุนไพรบดได้ และจึงใช้ผสมในเส้นกว๋ยเดี่ยวไม่ได้ทั้งสองลักษณะ จากการศึกษาอายุการเก็บ พบว่าสมุนไพรที่ใช้ผสม ไม่มีผลต่อคุณภาพด้านการเก็บที่อุณหภูมิห้อง ($32 \pm 2 \text{ }^{\circ}\text{C}$) เนื่องจากปริมาณสมุนไพรน้อยจึงไม่สามารถยับยั้งการเจริญของจุลินทรีย์ได้ การเก็บเส้นกว๋ยเดี่ยวสมุนไพรที่เหมาะสมควรเก็บที่อุณหภูมิ ตู้อุ่น ($10 \pm 1 \text{ }^{\circ}\text{C}$) เส้นกว๋ยเดี่ยวสมุนไพรผสม ใบมะกรูด หอมแดง ผักบุง ผักชี สะระแหน่ ใบแมงลัก ใบโหระพา เร่ว กระวาน หญ้าปักกิ่ง เจียวกู่หลาย และกระชายสามารถเก็บไว้ได้เป็นเวลา 3 วันที่ อุณหภูมิตู้อุ่น ส่วนเส้นกว๋ยเดี่ยวที่ผสมตะไคร้ หัวไชเท้า ขึ้นฉ่าย กระเพรา ข่าอ่อน ขมิ้นขาว ขมิ้นชัน และเส้นกว๋ยเดี่ยวที่ไม่ผสมสมุนไพรสามารถเก็บไว้ได้นาน 4 วัน ที่อุณหภูมิตู้อุ่น แต่เส้นกว๋ยเดี่ยวทั้งที่ ผสมและไม่ผสมสมุนไพรสามารถเก็บไว้ได้ไม่เกิน 1 วันที่อุณหภูมิห้อง เมื่อศึกษาการยอมรับของผู้บริโภค ต่อเส้นกว๋ยเดี่ยวสมุนไพรพบว่าผู้บริโภคมีการยอมรับและมีโอกาสผลิตออกจำหน่ายได้ในเชิง

อุตสาหกรรมโดยเฉพาะเส้นก๋วยเตี๋ยวผสมน้ำสกัดเจียวกู่หลาน และเร็วส่วนราคาที่ถูกทดลองคิดว่าเหมาะสมต่อ 1 กิโลกรัม คือ 31-35 บาท

เนตรนภิส หัสมินทร์, ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต และวันเพ็ญ รัศมีโสภภาพร (2540) การศึกษาการปนเปื้อนของอฟลาทอกซินในก๋วยเตี๋ยวพร้อมบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์โครงการวิจัย

1. เพื่อหาปริมาณการปนเปื้อนของสารพิษ Aflatoxin ในอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อจะได้ข้อมูลในการควบคุม และเฝ้าระวังความปลอดภัยของอาหาร

3. เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค วิธีการศึกษา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ความชอบ ความถี่ และปริมาณเครื่องปรุงที่เติมในก๋วยเตี๋ยว จากประชากร 480 คน พบว่า ชนิดของก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคที่สุดคือ ก๋วยเตี๋ยวหมู ชนิดของเส้นก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคคือเส้นเล็ก ประเภทของก๋วยเตี๋ยวที่นิยมบริโภคจะเป็นชนิดน้ำมากกว่าชนิดแห้ง และเป็นชนิดธรรมดามากกว่าต้มยำ ความถี่ในการบริโภคก๋วยเตี๋ยวประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวมากที่สุดคือ เวลากลางวัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวของประชากรในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณที่ประกอบไปด้วย ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่นิยมบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งมีจำนวนประชากรในพื้นที่ทั้งหมด 11,821 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่บุคคลทั่วไปที่เข้ามาบริโภคก๋วยเตี๋ยวในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 400 คน จำนวนประชากรในพื้นที่ 11,821 คน ดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างจากการเปรียบเทียบของตารางทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 1 วิธีการอ่านตารางผู้วิจัยจะต้องทราบขนาดของประชากร และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

ตารางที่ 1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อนต่างๆ

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติ จึงไม่สามารถใช้สูตร

คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

จากการเปรียบเทียบตารางสำเร็จทำโร ยามาเน่ ประชากรตั้งแต่ 10,000 คนขึ้นไป จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับจำนวน 385 คน

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแบบประเมินค่า 5 ระดับในการตัดสินใจเลือกบริโภคธัญพืช 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการบริการ ด้านความรวดเร็ว ด้านรสชาติ ด้านราคาเป็นที่น่าพอใจ และด้านความสะดวก โดยใช้ระดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ของตามวิธีการวัดของไลเคิร์ต (Likert's scale) ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยและกำหนดแนวความคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม
3. ศึกษาลักษณะและวิธีการสร้างแบบสอบถาม
4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม
5. นำแบบสอบถามเสนอ กรรมการ ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของแบบสอบถาม
6. ปรับแก้แบบสอบถามตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตามเห็นความเห็นชอบ
7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่าIOC (Index of item Objective Congruence) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องนิยามศัพท์กับข้อคำถามโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน โดยใช้เกณฑ์รายข้อมากกว่า 0.5 พบว่าทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้
8. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยทำการทดลองกับผู้บริโภคในเขตเทศบาลท่าวังทองจังหวัดพะเยาเพื่อหาคุณภาพของ

เครื่องมือโดยหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) ของ Cronbach's Alpha ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.984

9. ปรับปรุงแบบสอบถามหลังจากหาค่าความเชื่อมั่นในการวิจัยได้แล้ว แล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองโดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2561 ถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยได้รับแบบสอบถามคืนมา 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.25%

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากที่ทำการสำรวจ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาคำนวณเพื่อวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา คือ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และร้อยละ (percentage) เพื่อเปรียบเทียบจำนวนที่ใช้บริการมากที่สุด

2. วิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวที่มาใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวในเขต ต.ท่าวังทอง อ.เมือง จ.พะเยา รวม 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านความรวดเร็ว ด้านรสชาติ ด้านราคาเป็นที่น่าพอใจ และด้านความสะอาด เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยต่อความพึงพอใจ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ:2551) กำหนดเป็นช่วงคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว

3. การทดสอบสมมติฐานด้วย t – test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงในการตัดสินใจเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย ANOVA: F – test เพื่อทดสอบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของผู้บริโภค

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตาราง และการแปลความของผลการวิจัย ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้เบื้องต้น ซึ่งได้แยกตามสถานะภาพของผู้ประเมิน ที่เป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 385 คน โดยทำการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ของมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคธัญพืช

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะประชากร

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันชัดเจนในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแปลผล ดังนี้

ANOVA	แทน	การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance)
df	แทน	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
F	แทน	ค่าสถิติ F
N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Average)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่คำนวณจาก t-test

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นบุคคลทั่วไป

วิเคราะห์ค่าความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยจำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ จำนวน 385 คน ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยส่วนบุคคล	385	100.00
เพศ		
ชาย	213	55.32
หญิง	172	44.68
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	148	38.44
30 – 40 ปี	113	29.35
41 – 50 ปี	80	20.77
51 – 60 ปี	23	5.97
61 ปีขึ้นไป	21	5.45
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	165	42.85
ข้าราชการ	97	25.19
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	11.42
พนักงานเอกชน	52	13.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	27	7.01

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.50 และส่วนใหญ่วัยต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.44 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.85

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเที่ยว

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเที่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แต่ละด้าน

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริการรถรับจ้างเที่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D	
1. ด้านคุณภาพและบริการ	3.96	0.71	มาก
2. ด้านความรวดเร็ว	4.68	0.80	มากที่สุด
3. ด้านรสชาติ	4.60	0.53	มากที่สุด
4. ด้านราคา	4.33	0.65	มาก
5. ด้านสถานที่	4.34	0.58	มาก
รวม	4.38	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเที่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ระดับความพึงพอใจด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ระดับความพึงพอใจด้านรสชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 ระดับความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 และระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่มีรายได้ที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านคุณภาพและบริการ

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ
	x	S.D	
ด้านคุณภาพและบริการ			
1. มีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.42	0.68	มาก
2. ใช้อาจาสุภาพ	4.53	0.79	มากที่สุด
3. ให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.15	0.71	มาก
4. มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า	3.76	0.69	มาก
รวม	3.96	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้เลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านคุณภาพและบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 3.96 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ใช้อาจา มีค่าเฉลี่ยที่ 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.79 รองลงมาคือให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 อยู่ในระดับมากส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านความรวดเร็ว

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D	
ด้านความรวดเร็ว			
1. ระยะเวลาในการให้บริการ	4.36	0.64	มากที่สุด
2. ระยะเวลาในการสั่งอาหาร	4.93	0.94	มากที่สุด
3. ระยะเวลาในการคิดเงิน	4.75	0.83	มากที่สุด
รวม	4.68	0.80	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านความรวดเร็ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.68 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ระยะเวลาในการสั่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.93 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.94 รองลงมาคือระยะเวลาในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.75 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.83

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านรสชาติ

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D	
ด้านรสชาติ			
1. คุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ	4.73	0.44	มากที่สุด
2. คุณภาพของเครื่องปรุง	4.56	0.59	มากที่สุด
3. คุณภาพความปลอดภัยของอาหาร	4.53	0.56	มากที่สุด
รวม	4.60	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านรสชาติ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.60 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.44 รองลงมาคือคุณภาพของเครื่องปรุง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.59

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านราคา

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ	
	\bar{x}	S.D		
ด้านราคา				
1. ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร	4.66	0.54	มากที่สุด	
2. ราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.62	0.53	มากที่สุด	
3. มีป้ายบอกราคาที่เห็นได้ชัดเจน	3.93	0.92	มาก	
4.อาหารมีหลายราคา	4.14	0.63	มาก	
	รวม	4.33	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านราคา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.33 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.54 รองลงมาคือราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.62 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.53

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านสถานที่

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	N=385		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	S.D	
ด้านสถานที่			
1. สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ	4.09	0.66	มาก
2. ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร	4.62	0.51	มากที่สุด
3. ความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่ง รับประทานอาหาร	4.14	0.60	มาก
4. สถานที่ในส่วนที่ใช้ประกอบอาหารสะอาด	4.54	0.57	มากที่สุด
รวม	4.34	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยาด้านสถานที่ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.34 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าระดับ ความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.62 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.51 รองลงมาคือสถานที่ในส่วนที่ใช้ประกอบอาหารสะอาด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.57

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเกี่ยวกับประชากร

ค่าสถิติเปรียบเทียบความพึงพอใจของการใช้บริการในด้านต่างๆ

ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการบริการรถรับจ้างเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ (Independent Samples Test)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	9.840	.002	1.975	400	.049	.138	.070
Equal variances not assumed			1.932	333.711	.054	.138	.071

จากตารางค่า F-Test มีค่า Sig เท่ากับ 0.002 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังนั้น สำหรับการทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ของเพศหญิงและเพศชายนั้นจะต้องพิจารณาจากข้อมูลบรรทัดล่าง

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกบริการรถรับจ้างเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แตกต่างกัน หรือไม่ เพศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกบริการรถรับจ้างเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถรับจ้างเดี่ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยาพบว่าค่า T-Test มีค่า Sig เท่ากับ 0.054 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกบริโภคผักก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามช่วงอายุ (ANOVA)

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	143	3	.048	.098	.961
Within Groups	192.982	398	.485		
Total	193.124	401			

จากตารางค่าสถิติ F-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.961 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึงยอมรับ H_0 แสดงว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคผักก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.10 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกบริโภคผักก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามอาชีพ (ANOVA)

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.247	2	1.623	3.411	.034
Within Groups	189.878	399	.476		
Total	193.124	401			

จากตารางค่าสถิติ F-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ในการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคผักก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเตี้ยของ ประชากร ในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ได้รับการประเมิน ความพึงพอใจจากผู้บริโภค คือบุคคลทั่วไปซึ่งนำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปในการบริโภคร้านอาหารกึ่งเตี้ยในเขต พื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จ.พะเยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.50 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 ด้านอายุส่วนใหญ่อายุอยู่ในต่ำกว่าช่วง 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.44 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.35 ส่วนช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดอยู่ในช่วง 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.45 ทางด้านอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมาคืออาชีพ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.19 ส่วนอาชีพที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.01

สรุปผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเตี้ยในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แต่ละด้านระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจใน เลือกใช้บริโภคร้านอาหารกึ่งเตี้ยในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจด้าน คุณภาพและบริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ระดับความพึงพอใจด้านความรวดเร็ว อยู่ใน ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ระดับความพึงพอใจด้านรสชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 ระดับความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 และระดับความพึงพอใจด้าน สถานที่ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34

สรุปผลในภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของ บุคคลทั่วไปหรือวัยทำงานในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งเตี้ยในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.38 เมื่อพิจารณาในรายข้อระดับความพึง พื่อใจมากที่สุดจำนวน 11 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาในการสั่งอาหารมี ค่าเฉลี่ยที่ 4.93 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.94 รองลงมาคือระยะเวลาในการ

คิดเงิน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.75 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.83 และคุณทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.44 เมื่อพิจารณาในรายข้อระดับความพึงพอใจมากจำนวน 7 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมาก 3 อันดับแรก คือ ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 อยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71 รองลงมา คือ อาหารมีหลายราคา มีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.63 และความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.60

สรุปผลเปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้บริการในด้านต่างของประชากรผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปหรือวัยทำงานในเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเต็วในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารกึ่งเต็วในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เนื่องจากการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเต็วเป็นการ เลือกใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจะมีพฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเต็วไม่แตกต่างกันและพบว่าผู้บริโภคจะมีอายุมากหรือน้อยที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในเรื่องของประสบการณ์ ความคิดหรือพฤติกรรมต่างๆ แต่สำหรับการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเต็วความแตกต่างของอายุไม่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ เนื่องจากร้านอาหารกึ่งเต็ว เป็นร้านที่ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม ดังนั้น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหรือใช้บริการได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิวรรณ วัฒนปริญญา (2556) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเต็วในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกันนั้น มีแนวคิด แรงจูงใจ ค่านิยม และการดำเนินชีวิตที่ แตกต่างกัน ทำให้อาจเกิดความคาดหวังที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้มีเวลาในการเลือก หรือตัดสินใจใช้บริการได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติมา ลุมภักดี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามลักษณะประชากร พบว่าประชากรที่ทำการวิจัยบุคคลทั่วไปที่นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวมี่ส่วนสอดคล้องที่ควรส่งเสริมและสนับสนุนดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และส่วนใหญ่ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา

2. ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการเปรียบเทียบในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านคุณภาพและบริการ ผู้บริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอุไรรัตน์ วัฒนาวงสงวนศักดิ์ และคณะ (2555) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคและสุขาภิบาลในโรงอาหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต พบว่าความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องคำนึงถึง ถ้าสุขาภิบาลอาหารไม่ดี อาจทำให้ผู้บริโภคป่วยเป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร เช่น โรคอุจจาระร่วง โรคอาหารเป็นพิษ อหิวาตกโรค ไวรส์ตับอักเสบ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีบุคลากร นักศึกษาและประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการโรงอาหารในมหาวิทยาลัย เบื้องต้นพบว่า มีเศษอาหารติดที่ซอสน้ำมัน ผู้บริโภคต้องคอยปิดแมลงวัน ขณะรับประทานอาหาร คาดว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต น่าจะยังไม่ถูกสุขาภิบาลจึงทำการวิจัยในเรื่องนี้ขึ้นมา

2.2 ด้านความรวดเร็ว ผู้บริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับพริษฐ์อนุกุลธนาการ (2556) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารจีฟี่เคิทเซน (บายท้อปส์) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท พบว่า ผู้ใช้บริการในร้านอาหารมีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และในส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่มีอาชีพ การศึกษา รายได้ต่างกัน ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.3 ด้านรสชาติ ผู้บริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์ (2554) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพหย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ความถี่ในการรับประทานอาหารนานาชาติคือ 1 ครั้งต่อเดือน โดยนิยมทานอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทั้งปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการ

ให้บริการและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าของร้านอาหารนานาชาติภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านของคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ด้านราคา ผู้บริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับพิเชษฐ ลาภานุพัฒน์(2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการร้านอาหาร ที่มีราคาไม่แพงสมเหตุผล ประกอบกับ รสชาติของอาหาร ความสะอาด บรรยากาศโดยรวมและสิ่งอำนวยความสะดวก

2.5 ด้านสถานที่ ผู้บริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในเขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับนิรมล จำนงศรี(2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการบริการของร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า สถานที่ที่มีความสะดวกในการเดินทางและเป็นสถานที่ที่มีความพร้อมของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับผู้บริโภค ด้านสถานที่ประกอบอาหาร ด้านการบริการด้านเจ้าหน้าที่ และด้านการตอบรับ ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการโฆษณามีความพึงพอใจระดับน้อย และผู้ใช้บริการเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3. เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้บริการในด้านต่างของประชากรผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปหรือวัยทำงานในเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารกึ่งเดียวในพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เนื่องจากการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวเป็นการ เลือกใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจะมีพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารกึ่งเดียวไม่แตกต่างกันและพบว่าผู้บริโภคจะมีอายุมากหรือน้อยที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในเรื่องของประสบการณ์ ความคิดหรือพฤติกรรมต่างๆ แต่สำหรับการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวความแตกต่างของอายุไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ เนื่องจากร้านอาหารกึ่งเดียวเป็นร้านที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหรือใช้บริการได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิวรรณ วัฒนปริญญา (2556) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกบริโภคร้านอาหารกึ่งเดียวในพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน

นั้น มีแนวคิด แรงจูงใจ ค่านิยม และการดำเนินชีวิตที่ แตกต่างกัน ทำให้อาจเกิดความคาดหวังที่ แตกต่างกันไป จึงทำให้มีเวลาในการเลือก หรือตัดสินใจใช้บริการได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กิตติมา ลุ่มภักดี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างก็มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1) จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่สามารถเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาการใช้ บริการของร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขต ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในด้านต่างๆ เช่น ด้านการ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการ ด้านรสชาติของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า

2) ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงผู้ที่เลือกบริโภคก๋วยเตี๋ยวต้องการการให้บริการในร้านก๋วยเตี๋ยว

5.3.2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคก๋วยเตี๋ยวของประชากรทั่วไปใน เขตตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ต่อไป เช่น ปัจจัยแวดล้อม วัฒนธรรมบริโภคอาหารจานด่วน

2) ควรศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพพร้อมด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนา กลุ่ม

บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ ห่วงรักษ์.(2545). ก๋วยเตี๋ยวสมุนไพโร สสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น,
- ชูชัย สมितिไกร.(2554). พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธนกฤต วันดีเมธ.(2554). หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นิตยา ภัทรกรรม. (2542). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของ ประชากรวัย
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์
- เนตรนภิส หัสมินทร์, ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต และวันเพ็ญ รัศมีโสภภาพร . (2539-2540). การศึกษาการ
ปนเปื้อนของอฟลาทอกซินในก๋วยเตี๋ยวพร้อมบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.
- บุญศรี มานะอุดมการณ์. (2543). “พฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับอาหารกึ่งสำเร็จรูป” ภาคนิพนธ์
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- พีรพัฒน์ ต้นตรัตนพงษ์. (2544). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการปฏิบัติงานของธนาคารออมสิน
สาขาตรัง. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สงขลา :มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- วาสนา แชนั่ว. (2541). “ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของ
นักเรียนวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต
(พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา
- ศุภณัฐ อมรภิญโญเกียรติ. (2018). ประวัติก๋วยเตี๋ยว [ระบบออนไลน์] Accessed April 30,2018
แหล่งที่มา://www.รายการอาหาร.com/.
- สมหมาย เปี้ยถนอม.(2551). รายงานการวิจัย “เรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการ
จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สุวัฒน์ ศิริรินทร์, และภาวนา สนวนพล.(2552). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค
[ออนไลน์].<https://doctemple.wordpress.co>
- เสรี วงษมณฑา. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร

- อัมพวัลย์ วิศวธีรานนท์. (2543). วิถีชีวิตของคนไทยรุ่นใหม่: ศึกษากรณีพฤติกรรมผู้บริโภค
อาหารของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 8 (2), หน้า 69 -83.
- Engel Blackwell and Miniard, Paul W. (1993). Consumer Behavior. 7th ed. Fort Worth:
The Dryden Press.
- Maslow, Abraham. 1970. Motivation and Personality. New York: Harper and
RoPublishers.
- Millet, John D.1954. Management in the Public Service. New York: McGraw-Hill. 397-
400
- Michael Beer. (1965). Human resource Management: a general manager's perspective:
text and case. New York:Free Press.

ภาคผนวก ก :
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา



ชุดที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่

ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความพึงพอใจในการเลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวของเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาการศึกษาเฉพาะบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิกทาง

ดังนั้นผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น โดยมีข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูล ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกบริษัทร้านก๋วยเตี๋ยวใน 5 ด้าน

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับตัวท่านมากที่สุด

- | | | |
|----------|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1) ชาย | <input type="checkbox"/> 2) หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 30 ปี | <input type="checkbox"/> 2) 30 – 40 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 3) 41 – 50 ปี | <input type="checkbox"/> 4) 51 – 60 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 5) 60 ปีขึ้นไป | |
| | | |
| 3. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1) ข้าราชการ | <input type="checkbox"/> 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> 3) พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| | <input type="checkbox"/> 5) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| | | |
| | | |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเอกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่

ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องระดับความพึงพอใจ

(5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ด้านความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่เลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตพื้นที่ ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านคุณภาพและการบริการ					
1. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
2. ใช้วาจาสุภาพ					
3. ให้บริการด้วยความเต็มใจ					
4. มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า					
ด้านความรวดเร็ว					
5. ระยะเวลาในการให้บริการ					
6. ระยะเวลาในการสั่งอาหาร					
7. ระยะเวลาในการคิดเงิน					
ด้านรสชาติ					
8. คุณค่าทางอาหารที่ผู้บริการได้รับ					
9. คุณภาพของเครื่องปรุง					
10. คุณภาพความปลอดภัยของอาหาร					
ด้านราคา					
11. ความเหมาะสมของราคาอาหารเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร					
12. ราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
13. มีป้ายบอกราคาที่เห็นได้ชัดเจน					
14. อาหารมีหลายราคา					
ด้านสถานที่					
15. สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ					
16. ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร					
17. ความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่ง รับประทานอาหาร					
18. สถานที่ในส่วนที่ใช้ประกอบอาหารสะอาด					

ภาคผนวก ข:

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามในการวิจัย

ดร.นิตยา วงศ์ยศ

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารศาสตร์)
การบริหารองค์การภาครัฐและเอกชน
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารศาสตร์)
การบริหารเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์
รองคณบดี มหาวิทยาลัยบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัย
แม่โจ้

ดร.ฐิติพงศ์ ไชยองค์การ

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(บริหารศาสตร์)
การบริหารองค์การภาครัฐและเอกชน
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อนามสกุล	นางอรทัย ปานคำ
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 9 เดือนกันยายน พุทธศักราช 2523
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 1/11 ถ.พากน้ำ ตำบลแม่ตำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา รหัสไปรษณีย์ 56000
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์ผู้สอน วิทยาลัยเทคโนโลยีซีเทคแปซิฟิก จังหวัดพะเยา
จำนวนปีประสบการณ์การทำงาน	6 ปี
ที่อยู่ทำงาน	วิทยาลัยเทคโนโลยีซีเทคแปซิฟิก เลขที่ 222 หมู่ที่ 1 ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านตำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา รหัสไปรษณีย์ 56000
ประวัติการศึกษา	
2540 - 2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)
2542 - 2546	ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)