

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

Eating Out Behavior of People in Sriracha, Chonburi.

ชาคริต ไชยสัตยารักษ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อหาศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี, เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรีและ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 185 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean, X) ความถี่ (Frequency) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD, Standard Division) ด้วยการรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้การวิเคราะห์ สมมติฐาน โดย การทดสอบค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test : X²- test) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค โดยจัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของความถี่ สัดส่วน ร้อยละและตัวแปรแต่ละตัว แบ่งกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.1 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 81.6 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.9อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 69.2 และรายได้มากที่สุดคือ มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.7

Abstract

The report was made purposely to investigate eating-out behavior, level of relation between personal opinions to marketing mix of eating out behavior and relation of demographic characteristic to eating out behavior of people in Sriracha, Chonburi.

Using Convenience Sampling way of selecting sample of 185 people. By choosing research instrument which contain statistic of Mean, Frequency and Standard Division. The results are shown in inferential statistics form which evaluated hypothesizes using Chi-Square test to test relationship between those factors relating to eating out behavior. The arrangement of data of nominal scale are reshaped into frequency, proportion, percentage and factors are being grouped of two or more factors.

The result shown respondents contain 60.5% of women, 68.1% of 20 – 30 years of age, 81.6% of respondents are single, 64.9% of respondents have bachelor degrees, 69.2% of respondents work as employees, and 22.7% of respondents have more than 30,000 Baht a month income.

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากที่ GDP มีการชะลอตัว หรือในภาษาชาวบ้านคือเศรษฐกิจไม่ดี ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของประชากรในประเทศอย่างมาก ซึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริโภคมีขึ้นตอนมากขึ้นและยากขึ้นกว่าเดิม และเพื่อประโยชน์สูงสุดร่วมกันระหว่างผู้ค้าขายและผู้บริโภค การเข้าใจพฤติกรรมการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง แต่นอกจากเศรษฐกิจไม่ดีในกรอบใหญ่แล้วยังจะมีปัญหาย่อยของแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไปที่จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น เวลา ความสะดวกสบาย รสชาติ หรือ อื่นๆ

ในที่นี่ผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าไอซ์เออร์มีการออกมาทำกิจกรรมนอกที่อยู่อาศัยเป็นเวลาค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจทำให้ชุมชนแถวนั้นดูเงียบสงบ ทั้งที่มีผู้คนพักอยู่อาศัยจำนวนมาก ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลของเวลา หรือความสะดวกสบายในกิจกรรมต่างๆที่มีในละแวกนั้น การที่จะมีการพัฒนาหรือปรับปรุงเพื่อให้คนในชุมชนได้สามารถออกมาใช้จ่ายและทำกิจกรรมนอกบ้านด้วยความเต็มใจมากขึ้น เพราะเหตุนี้การที่จะมีบริษัทหรือใครก็ตามมาลงทุนเปิดธุรกิจต่างๆในละแวก เป็นที่ไม่น่าสนใจต่อนักธุรกิจต่างๆ เพราะทางนักธุรกิจไม่สามารถมองเห็นถึงจำนวนลูกค้าและยิ่งไปกว่านั้นคือพฤติกรรมการอยู่อาศัยแบบใช้เวลาในที่อยู่อาศัยแบบส่วนใหญ่ทำให้การเข้าถึงหรือเข้าใจเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ผู้อยู่อาศัยมากกว่า 85% เป็นพนักงานโรงงานที่มีเวลาการทำงานที่ยาวกว่าปกติทั่วไปเนื่องจากการทำงานล่วงเวลาของพนักงานเป็นการกระทำปกติทั่วไปของพนักงานโรงงาน ซึ่งมีผู้คนมากมายตีความว่า คนกลุ่มนี้จะใช้เวลาส่วนมากไปกับการทำงานและไม่ออกมาทำกิจกรรมต่างๆนอกที่อยู่อาศัยมากนัก แต่ว่าจากการที่มองไม่ว่าจะเป็นใครที่ทำงานหนักแค่ไหนผู้คนก็ต้องอยู่ต้องกินต้องใช้ อย่างเช่น ผู้อยู่อาศัยหลายๆคนรับประทานอาหารเช้าประเภทสำเร็จรูปค่อนข้างบ่อย อย่างเช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง หรือ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งไม่มีใครทราบว่าเหตุผลจริงๆที่ผู้อยู่อาศัยรับประทานอาหารเช้าเหล่านี้ค่อนข้างมากเป็นเพราะว่า ต้องการประหยัด ไม่มีร้านอาหารเข้าถึง หรือเหตุผลใดก็ตาม หากว่ามีวิธีการแก้ไขปัญหาดังนี้ได้ชุมชนจะมีความน่าอยู่อาศัย รื่นเริงมากขึ้นกว่าปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความเงียบสงบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

สมมุติฐานของการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
3. สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
5. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี
6. รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประกอบด้วย
 - a. ด้านประชากรศาสตร์
 - b. ด้านจิตวิทยา
 - c. ด้านพฤติกรรม
2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าไอซ์แอร์
3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2562

ทฤษฎีและแนวความคิด

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งเหตุผลที่คุณจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคุณให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมทางการศึกษามีองค์ประกอบ 3 ด้าน (สิริกันย์ แก้วพรหม. 2549: 11-13 ; อ้างอิงจาก Bloom. 1975 : 65-197) ได้แบ่ง ออกเป็น 3 ส่วน คือ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และทักษะพิสัย ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย (Cognitive domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ การรู้การจำ ข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้ วิจยารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัยนี้ประกอบด้วย ความสามารถ ระดับต่างๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรับรู้ในระดับง่ายๆ และเพิ่มการใช้ความคิด และพัฒนาสติปัญญา มากขึ้นเรื่อยๆ

2. พฤติกรรมด้านจิตพิสัย (Affective domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความ สนใจ ความรู้สึก ท่าที ความชอบในการให้คุณค่า หรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดติดอยู่ เป็น พฤติกรรมที่ยากแก่การอธิบาย เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของคน การเกิดพฤติกรรม ด้านเจตคติ

3. พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย (Psychomotor domain) เป็นความสามารถใน ด้านการปฏิบัติงาน อย่างมีประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องกับระบบการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย แยกย่อยได้เป็น 5 ชั้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์(Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่ เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่อายุเพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัวศาสนา เชื้อชาติสัญชาติและสถานภาพ ทางสังคม (Social class)

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา

นริศรา นิรามัยชาดา (2559) กล่าวว่าปัจจัยทางจิตวิทยา คือปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการศึกษาที่เกี่ยวกับจิตใจ กระบวนการของจิตใจ กระบวน ความคิด และพฤติกรรมของมนุษย์ที่ศึกษา เช่น การรับรู้ อารมณ์ บุคลิกภาพ พฤติกรรม รูปแบบ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงการประยุกต์ใช้ความรู้กับกิจกรรมในด้านต่างๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นใน ชีวิตประจำวัน เช่น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในครอบครัว ระบบการศึกษา การจ้างงาน เป็นต้น รวมไปถึงการ เลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ที่เป็นปัจจัยที่เกิดจากภายในตัว บุคคลและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยตรง การศึกษาปัจจัยทางด้านจิตวิทยาจะช่วยให้นักการตลาดได้เข้าใจว่า ทำไม และอย่างไร ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ จึงนับว่ามี ประโยชน์มากต่อผู้ทำการสื่อสารการตลาด ซึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาทั่วไป ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติ และบุคลิกภาพ (ผศ.ดารา ทีปะปาล, 2542) นอกจากนี้ยังมีด้านความเชื่อ ซึ่งด้าน ทศนคติ มีรากฐานมาจากความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรม จึงรวมไปในด้านทศนคติ (สร้อยตระกูล (ติงยา นนท์) อรรถมานะ, 2541) และด้านแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตนเอง ซึ่งบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่ทำให้รู้จักตนเอง ดังนั้นจึงเลือกใช้ปัจจัยทางจิตวิทยาเพียง 5 ด้าน คือ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติ และบุคลิกภาพ

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, หน้า 53-55) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย 4 สิ่งดังต่อไปนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอขาย ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยการตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้หรือสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ มีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ อาทิเช่น บริการ สี ราคา คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้ง สินค้า บริการ ความคิด บุคคล หรือสถานที่ (เอ็ดเซล วอล์คเกอร์; และ สแตนตัน. 2001, p. 9) ที่มีคุณค่า หรืออรรถประโยชน์ในสายตาของลูกค้า ที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ในท้องตลาด
2. **ราคา (Price)** จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการแลกมาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือราคาคือต้นทุนของผู้บริโภคในการแลกเปลี่ยนมาซึ่งคุณค่า และจะถูกนำมาเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าของราคากับคุณค่าที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ
3. **การจัดจำหน่าย (Place)** คือโครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง
4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร สร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการ ความคิด หรือต่อบุคคล เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ โดยสร้างอิทธิ

ผลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (เอ็ดเซล วอล์คเกอร์; และสแตนตัน, 2001, p. 10) โดยธุรกิจสามารถเลือกที่ใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้า โดยเครื่องมือถูกแบ่งออกเป็น 4 อย่างดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตาภรณ์ รัตน์นิธิพงศ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารแผงลอยบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้คนวัยทำงานแถวถนนสีลมอายุ 20 - 50 ปี ที่เคยบริโภคอาหารหาบเร่แผงลอยบนถนนสีลม

นัยนา สุทิน. (2555). พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วยด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีความสัมพันธ์

มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์ พฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชาชน ศึกษาหารตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชน และศึกษาผลกระทบด้านสุขภาพจากการบริโภคอาหารของประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้สรุปผลการวิจัยตามกลุ่มอายุ

สุระเดช ไชยตอกเกี้ยว. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ เน้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหาร และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,145 คน ช่วงอายุ 20- 60 ปี โดยมีผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งหมด 9 ปัจจัย คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ภาวะโภชนาการ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ทิศนคติต่อการบริโภคอาหาร การรับรู้ข่าวสารด้านการดูแลภาวะโภชนาการ และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร โดยได้ให้ความเห็นไว้ว่า นโยบายการส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารทั้งด้านการให้สุขศึกษา การปรับทัศนคติ ควรถูกส่งเสริมและดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนบริโภคอาหารอย่างเหมาะสมทั้งชนิดและปริมาณ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ “Quantitative Research” มุ่งศึกษาค้นคว้าในเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

(บ้านเช่าไอซ์แอร์) ”

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าไอซ์แอร์ โดยที่จำนวนประชากรสามารถระบุได้ ซึ่งวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ และคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1973)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าไอซ์แอร์จำนวน 343 ห้อง ได้จำนวน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 185 คน ซึ่งจะทำแบบสอบถามสำรองเพิ่มไว้อีกจำนวน 15 ชุด โดยการสุ่มแบบกลุ่ม ได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ เพื่อความสะดวก ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจำนวน 200 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 : ข้อคำถามส่วนบุคคลของแต่ละครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา รายได้ เป็นลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ

ตอนที่ 2 : ข้อคำถามข้อมูลเกี่ยวกับ ทักษะคติ การใช้ชีวิต และ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องได้แก่ การรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และการรับประทานอาหารกระป๋อง โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบ Rating Scale ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ได้นำมาตรวัดมาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการวัดระดับ

ตอนที่ 3 : ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน ประกอบด้วย ความถี่ในการรับประทานอาหาร รูปแบบอาหาร และ รูปแบบร้านอาหาร

ตอนที่ 4 : ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1: นำแบบสอบถามฉบับร่างให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบเนื้อหาที่ได้ศึกษา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 2: นำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยามศัพท์ (Index of item Objective Congruence - IOC)

ขั้นตอนที่ 3: ทำการทดลอง (Pre-test) กับผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าในจังหวัดเดียวกัน ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบการสื่อสารของภาษาในคำถามได้สื่อความหมายตรงกับที่ต้องการเอาไว้ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ ยากง่ายเพียงใด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบการสำรวจ โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ จากการศึกษาของพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี ประกอบไปด้วยแหล่งข้อมูล 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยรวบรวมจากแหล่งของข้อมูลโดยตรง โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้ผู้อยู่อาศัยในบ้านเช่าไอซ์แอร์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ไม่ได้มาจากแหล่งข้อมูลโดยตรง แต่ได้มาจากข้อมูลที่มีผู้อื่นรวบรวมไว้แล้ว โดยได้ค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ วิทยานิพนธ์ เอกสารวิชาการ ตลอดจนการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวม และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อประกอบการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้การวิเคราะห์ สมมติฐาน โดย การทดสอบค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test: X²- test) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยจัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของความถี่ สัดส่วน ร้อยละและตัวแปรแต่ละตัว แบ่งกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี และความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทาน อาหารนอกบ้าน 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินที่จ่ายต่อการรับประทานอาหารโดยปกติต่อครั้ง ต่อคน คือ 51 - 100 บาท ราคาอาหารสูงสุดที่เคยรับประทาน ต่อครั้ง ต่อคน คือ 201 บาทขึ้นไป ราคาต่ำที่สุด ต่อ 1 ท่าน คือ 1 - 50 บาท รูปแบบร้านอาหารที่ชอบมากที่สุดคือร้านอาหารตามท้องถนน ลักษณะอาหารที่ ชอบมากที่สุดคืออาหารจานเดียว จำนวนผู้ร่วมรับประทานอาหารคือ 2 คน และจำนวนมื้ออาหารต่อวัน คือ 3 มื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑิตาภัทร์ รัตนันธิพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านหาบแร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ค่าใช้จ่ายในการ ใช้บริการต่อครั้งคือ 51-100 บาท โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักทานอาหารจานเดียว เช่น ข้าวราดแกง ก๋วยเตี๋ยว และสอดคล้องกับนัยนา สุทิน (2555) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารน้อยกว่า 100 บาทต่อมื้อ

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑิตาภัทร์ รัตนันธิพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านหาบแร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า เพศ มีผลต่อ พฤติกรรมการรับประทานอาหารจากรถหาบแร่แผงลอย และยังสอดคล้องกับ นัยนา สุทิน (2555) ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑิตาภัทร์ รัตนันธิพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านหาบแร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า อายุ มีผลต่อ พฤติกรรมการรับประทานอาหารจากรถหาบแร่แผงลอย และต่อมา สุระเดช ไชตอกเกี้ย (2558) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อายุ เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นัยนา สุทิน (2555) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรี ราชา จังหวัด ชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุระเดช ไชตอกเกี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มี

ผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สถานภาพการสมรส เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑิตาภรณ์ รัตน์นิธิพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านหาบแร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากรถหาบแร่แผงลอย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุระเดช ไชตอกเกี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์ (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และสอดคล้องกับ นัยนา สุทิน (2555) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อาชีวะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุระเดช ไชตอกเกี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อาชีวะ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับของการวิจัยของ นัยนา สุทิน (2555) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีวะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในอำเภอ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑิตาภรณ์ รัตน์นิธิพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านหาบแร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากรถหาบแร่แผงลอย ต่อมาสอดคล้องกับ สุระเดช ไชตอกเกี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า รายได้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นัยนา สุทิน (2555) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารวางกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ

ความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ลักษณะร้านอาหารที่ชอบ รูปแบบเมนูอาหารที่ชอบ ช่วงราคาที่ใช้จ่ายต่อครั้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องวางแผนไว้อย่างเหมาะสม

2) ผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ควรปรับปรุงร้านรวมถึงรายการอาหารให้ตรงความพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่ มีการรับประทานอาหารนอกบ้าน 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินที่จ่ายต่อครั้ง/คน คือ 51 - 100 บาท ราคาอาหารสูงสุดที่เคยรับประทานต่อครั้ง/คน คือ 201 บาท ราคาต่ำที่สุด ต่อ 1 ท่าน คือ 1 - 50 บาท รูปแบบร้านอาหารที่ชอบมากที่สุดคือร้านอาหารตามท้องถนน ลักษณะอาหารที่ชอบมากที่สุดคืออาหารจานเดียว จำนวนผู้ร่วมรับประทานอาหารคือ 2 คน และจำนวนมื้ออาหารต่อวัน คือ 3 มื้อ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่เป็นสิ่งที่เข้ามากระทบต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน ดังนั้นจึงควรศึกษาเพื่อหาสิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ

2) ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นเรื่องการอยู่อาศัย โดยเปรียบเทียบการอยู่อาศัยลักษณะต่างๆ เช่น อาศัยที่บ้าน คอนโด หรือห้องเช่า ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน

บรรณานุกรม

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.//พ.ศ. 2554.//ความหมายพฤติกรรม.//สืบค้นข้อมูลเมื่อ

สิงหาคม 28, 2562, จาก/http://www.royin.go.th/dictionary/

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.//พ.ศ. 2554.//ความหมายอาหาร.//สืบค้นข้อมูลเมื่อ

สิงหาคม 28, 2562, จาก/http://www.royin.go.th/dictionary/

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.//พ.ศ. 2554.//ความหมายบริโภค.//สืบค้นข้อมูลเมื่อ

สิงหาคม 28, 2562, จาก/http://www.royin.go.th/dictionary/

ภาคภูมิ พร้อมไฉพล.//พ.ศ. 2551.//พฤติกรรมซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้า iPod ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร//สืบค้นข้อมูลเมื่อ

กันยายน 5, 2562, จาก/http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/man/phakphoom_p.pdf

Cheewan Charoensook.//พ.ศ. 2557.//แนวคิดทฤษฎีการตลาด//สืบค้นข้อมูลเมื่อ กันยายน 5, 2562,

จาก/ https://maymayny.wordpress.com/author/maymeiling/

สิริกัญญ์ แก้วพรหม.//พ.ศ. 2549.//พฤติกรรมบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติของนักเรียน

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช//สืบค้นเมื่อ กันยายน 5, 2562,
จาก/ [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed\(M.S.\)/Sirikan_K.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed(M.S.)/Sirikan_K.pdf)

สุวสา ชัยสุรัตน์//พ.ศ. 2537//ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา//สืบค้นเมื่อ

กันยายน 5, 2562, จาก/ http://www.research-system.siam.edu/images/independent/Factors_Affecting_Tourist_Behavior_at_Amphawa_Floating_Market_Samut_Songkhram_Province/10._Chapter_2.pdf

นริศรา นิรามย์ธาดา//พ.ศ. 2559//ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

คอนโดมิเนียมในเขตบางกะปิ //สืบค้นเมื่อ กันยายน 5, 2562, จาก /
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5710038356_5540_4084.pdf

อรรคเดช อุภัยภักตร์//พ.ศ. 2556//ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

//สืบค้นเมื่อ กันยายน 5, 2562,

จาก/<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2176/142525.pdf?sequence=1>

จิตาภรณ์ รัตน์นิธิพงศ์//พ.ศ.2554//ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหาร

หาบเร่แผงลอยบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน//สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2, 2562,

จาก, http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/mark/thitaphat_r.pdf

สุระเดช ไชยตอกเกี้ยว//พ.ศ.2558//ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยผู้ใหญ่ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ //สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2, 2562,

จาก/ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/130075>

มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์//ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชน

จังหวัดสุราษฎร์ธานี //สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2, 2562, จาก /

http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=202528

นัยนา สุทิน//พ.ศ.2555//พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร//

สืบค้นเมื่อธันวาคม 2, 2562, จาก/http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Naiyana_S.pdf