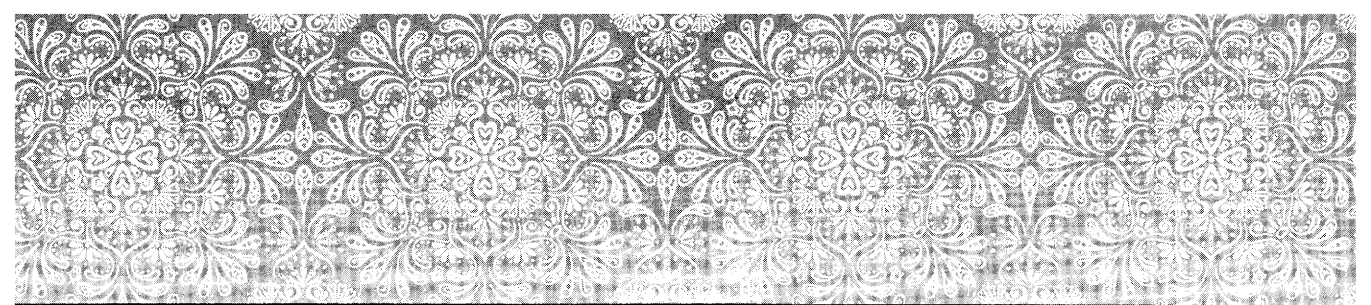




พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร A Behavior and Satisfaction of International Tourist Toward Thai Street Food in Bangkok Metropolis

เบญญภา ออยู่โพธิ์ทอง และ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี โดยการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์ สถิติที่เกี่ยวข้องได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 จากกลุ่มประเทศต้นทาง อาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา อย่างละเท่าๆ คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง \$10,000-\$20,000 ด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจำนวน 2-3 ครั้ง พำนักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่าจำนวน 5 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย มีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีจำนวน 2-5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีทัศนคติในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และบรรยากาศ ($\bar{X} = 3.65$) อยู่ในระดับมาก ด้านอุปกรณ์และเครื่องปรุง ($\bar{X} = 3.60$) อยู่ในระดับมาก ด้านอาหารและรสชาติ ($\bar{X} = 4.09$) อยู่ในระดับมาก ด้านผู้ขาย ($\bar{X} = 3.67$) อยู่ในระดับมาก ด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.87$) อยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติระหว่าง เพศ รายได้ กลุ่มประเทศต้นทาง พบว่า ระหว่างเพศ และ ระหว่างรายได้ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวนานาชาติ/ พฤติกรรม/ ความพึงพอใจ/ อาหารไทยริมบาทวิถี

Abstract

This research aimed to study a behavior and satisfaction of international tourists toward Thai street food in the Bangkok Metropolis. Sex, income, and location of primary residence were used to consider the data collected.

The data gathering process questionnaires were distributed to the sample group of 400 international tourists. Afterwards, data was analyzed by computer program employing related statistics which were percentage, frequency, mean, standard deviations, t-test and ANOVA.

Results

The findings indicated that most international tourists were male, were from ASEAN, East Asia, Europe, or the Americas, and aged between 20-29 years old. Most of the participants had attained a Bachelor's degree and had an average yearly income of \$10,000-\$20,000. The international tourists had been to the Bangkok Metropolis an average of 2-3 times, and intended to stay in the Bangkok Metropolis at least 5 days on their current trip. Most of international tourists were traveling with their families as tourists for pleasure. Most of the respondents enjoyed Thai food and had eaten Thai street food an average of 2-5 times. The typical amount spent on Thai street food per meal was between 51 and 100 baht. The majority tourists had eaten street food in countries other than Thailand. Most international tourists made their own decision to eat Thai street food.

The findings evaluate tourists' satisfaction toward Thai street food in the Bangkok Metropolis using five categories: 1. Location and atmosphere (more satisfactory $\bar{X} = 3.65$) 2. Equipment and ingredients (more satisfactory $\bar{X} = 3.60$) 3. Food and taste (more satisfactory $\bar{X} = 4.09$) 4. Seller (more satisfactory $\bar{X} = 3.67$) 5. Service (more satisfactory $\bar{X} = 3.87$) In comparison of International tourist's satisfaction towards Thai street food in Bangkok Metropolis, there was no significant at difference between sexes. However there was significant difference between income and primary residence located.

Keywords: Expectation/International tourist/ Behavior/ Satisfaction/Thai street food

บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการขยายตัว สถานการณ์ท่องเที่ยวตลอดปี 2556 พบว่า มีนักท่องเที่ยวนานาชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 26,735,583 คน ขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 19.60 ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,171,651.42 ล้านบาท ขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 19.08 เมื่อเทียบกับ ปี พ.ศ. 2555 กรมการท่องเที่ยว (2556) ซึ่งในปี พ.ศ. 2556 กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยว และกีฬาได้มีการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเดือน มกราคม – ธันวาคม 2556 ซึ่งประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาค อาเซียน ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และ ภูมิภาคอเมริกา ตามลำดับ และเมื่อพิจารณา นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ในปี 2013 มีจำนวนนักท่องเที่ยว ไทยนานาชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครถึง 17,467,750 ล้านคน ทำรายได้จาก นักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 383,446.89 ล้านบาท

กรุงเทพมหานครยังถูกจัดให้เป็นเมือง นำท่องเที่ยวอันดับที่ 1 ของโลก ประจำปี 2013 ผู้จัดการออนไลน์ (2556) จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีความงดงามทาง ศิลวัฒนธรรมและประเพณี อาหารการกิน รวมทั้ง รสชาติอาหารที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ ได้รายงานผลการสำรวจ 5 พื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลกจากเว็บไซต์เวอร์ชวลทัวริสต์ ทั่วโลก ระบุว่า ซอยรามบุตรีขึ้นชื่อเรื่อง การมีอาหารข้างทางที่หลากหลาย ตามด้วยเยาวราช, สีลม และสุขุมวิทซอย 38 ผู้จัดการออนไลน์ (2555)

นอกจากนี้อาหารไทยเป็นสิ่งที่ตืออย่างหนึ่ง ในการช่วยให้ชาวต่างชาติรู้จักประเทศไทย และสนใจที่จะ มาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น จารุบุญญ์ ปานานนท์ (2543) ได้กล่าวถึงพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวทั่วไป ถ้าไปเที่ยวที่ไหนก็อยากจะ ลองอาหารท้องถิ่นที่ตนไปเยือน เหมือนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ก็เช่นกัน มักจะลองรับประทานอาหารไทย ครั้นเมื่อ รับรู้รสชาติที่เข้มข้น ที่มีครบทุกรส เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม ผัด ของอาหารไทยแล้วก็ติดใจ อีกทั้งรับรู้ มาอีกว่า กินอาหารไทยแล้วมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจอย่างยิ่งที่สุด และทำให้ อยากรับประทานอาหารไทยต่อไปเรื่อยๆ

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม แม้อาหารริมบาทวิถี จะเป็นที่นิยมมากเพียงใด ก็ยังคงมีนักท่องเที่ยว นานาชาติบางส่วนที่ยังไม่เปิดใจรับประทานอาหาร ริมบาทวิถี โดยเนื่องจากหลายๆ เหตุผลด้วยกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอาหารไทย ริมบาทวิถี ในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มศักยภาพใน การสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวนานาชาติ การวางรากฐานสุขภาพิบาลอาหารเพื่อให้อาหารไทย มีสุขลักษณะที่ดี สะอาด ปลอดภัยในสายตาชาว ต่างชาติ หรือแม้กระทั่งนักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่รู้จักอาหาร ไทยมาก่อนไม่มีข้อมูล และไม่รู้ว่ตนควรสั่งอาหาร ไทยเมนูใด เพราะฉะนั้นถ้าเราสามารถเพิ่มความ มั่นใจให้กับอาหารริมบาทวิถีในสายตานักท่องเที่ยว นานาชาติให้ตีมากขึ้นได้ ก็สามารถเพิ่มรายได้จาก การท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยได้เช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี และเพื่อ

ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มี
เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี

วิธีดำเนินการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยว
นานาชาติ ที่ใช้บริการอาหารไทยริมบาทวิถี ที่มีอายุ
20 ปีขึ้นไป และเดินทางมาจากประเทศต้นทางจาก
ภูมิภาคอาเซียน ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียตะวันออก
และภูมิภาคอเมริกา ใช้บริการอาหารไทยริมบาทวิถี
ในพื้นที่ ทั้ง 4 แห่ง คือ ซอยรามบุตรี, เยาวราช, สีลม
และสุขุมวิทซอย 38 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการ
เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
เลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวนานาชาติที่รับประทาน
อาหารไทยริมบาทวิถี โดยคำนวณหาขนาดกลุ่ม
ตัวอย่างใช้สูตรกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ
สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977)

ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี
วรรณกรรมและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไป
สังเคราะห์และสร้างเครื่องมือเพื่อการเก็บข้อมูลวิจัย
โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม
ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ของผู้ตอบ
แบบสอบถาม มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

1. ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้
ประเทศต้นแบบสอบถามจะเป็นแบบเลือกตอบ
2. ประกอบด้วยพฤติกรรมที่มีต่ออาหาร
ไทยริมบาทวิถี ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ใน
กรุงเทพมหานคร
3. ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ประกอบด้วย
5 ด้าน ได้แก่ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้าน
อุปกรณ์ และเครื่องปรุง ด้านอาหาร และรสชาติ
ด้านผู้ขาย ด้านการบริการและการแสดงความ
คิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบปลายเปิด

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความตรง
(Validity) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่
สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางาน
วิจัยเพื่อปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมและครอบคลุม
เนื้อหา หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์
ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน โดยกำหนด
คุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ โดยมี
วุฒิการศึกษาปริญญาตรีบัณฑิตหรือเทียบเท่า
หรือต้องดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า
รองศาสตราจารย์ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่
สัมพันธ์กัน หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ การตรวจสอบ
ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการ
หาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Index
of Objective-Item Congruence : IOC) ของ
แบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50
ขึ้นไป (ยุทธ ไกยวรรณ, 2550) เพื่อนำมาพิจารณา
ปรับปรุง พร้อมแก้ไขความถูกต้อง ความเหมาะสม
ในส่วนของเนื้อหา ความชัดเจนต่างๆ โดยค่าที่ได้
ต้องมีความใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์
ในการตรวจพิจารณา ผลการวิเคราะห์ได้เท่ากับ
0.92

การหาความเที่ยง (Reliability) โดยการนำ
แบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้วไป
ทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน
30 คน จากนั้นนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม
จำนวน 30 ชุด มาคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธี
การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

ของครอนบาค (Cronbach, 1963) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยงหรือความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีความใกล้เคียง 1 มากที่สุด (กัลยาวันชัยบัญชา, 2549) โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.70 ขึ้นไป เพราะถือเป็นค่าที่ได้พอเพียงและเป็นที่ยอมรับทางสถิติซึ่งใช้สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงและทดสอบเรียบร้อยแล้วกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวนานาชาติ ที่ใช้บริการอาหารไทยริมบาทวิถี ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปและเดินทางมาจากประเทศต้นทางจาก ภูมิภาคอาเซียน ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และภูมิภาคอเมริกา ซึ่งจะเก็บแบบสอบถามภูมิภาคละ 100 คน โดยทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคนละ 1 ฉบับ โดยแบบสอบถาม 1 ฉบับแบ่งออกเป็น 4 ตอน จำนวนทั้งสิ้น 39 ข้อ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทย ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทย และ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10 นาที จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงโดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ๆ ต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ ซอยรามบุตรี, เขียวราช, สีลม และสุขุมวิทซอย 38 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้ระยะเวลาในการ

เก็บข้อมูลประมาณ 2 เดือน คือเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2558 เก็บแบบสอบถามทุกวันพุธ, ศุกร์, อาทิตย์ โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงเวลาที่กรุงเทพมหานครอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าริมบาทวิถีตั้งแต่เวลา 19.00-02.00 น.

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการลงรหัสป้อนข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สำหรับข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประเทศต้นทาง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มาตรฐาน คือค่าค่าความถี่และค่าร้อยละ สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การทดสอบสมมติฐาน สำหรับความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ระหว่างเพศและสถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่าง รายได้ ประเทศต้นทาง กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheff 'e Method)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติ

ส่วนใหญ่ เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 จาก ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละร้อยละ 46.50
ประเทศต้นทาง อาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป มีรายได้ระหว่าง \$10,000-\$20,000 คิดเป็นร้อยละ
อเมริกา อย่างละเท่าๆ คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 34.30
20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.80 มีระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี
กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละ ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำแนกตามระยะเวลาในการพำนักในกรุงเทพมหานคร	ครั้งนี้เป็นครั้งแรก	146	36.50
	2-3 ครั้งต่อปี	167	41.80
	4-5 ครั้งต่อปี	34	8.50
	มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	53	13.30
	รวม	400	100
จำแนกตามระยะเวลาในการพำนักในกรุงเทพมหานคร	น้อยกว่า 5 วัน	164	41.00
	5-10 วัน	121	30.30
	11-16 วัน	50	12.50
	มากกว่า 16 วัน	65	16.30
	รวม	400	100
กลุ่มคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับท่าน	เดินทางคนเดียว	97	24.30
	เดินทางเป็นกลุ่ม	70	17.50
	เดินทางกับครอบครัว	119	29.80
	เดินทางกับคนพิเศษ	114	28.50
	รวม	400	100
วัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร	ท่องเที่ยว	344	86.00
	ธุรกิจ	33	8.30
	ประชุม/สัมมนา	11	2.80
	อื่นๆ	12	3.00
	รวม	400	100
ความชอบในการรับประทานอาหารไทย	ชอบ	395	98.80
	ไม่ชอบ	5	1.20
	รวม	400	100

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละ ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการรับประทานอาหารริมบาทวิถี ในกรุงเทพมหานครสำหรับการเดินทางครั้งนี้	ครั้งนี้เป็นครั้งแรก	54	13.45
	2-5 ครั้ง	143	35.80
	6-9 ครั้ง	68	16.95
	10 ครั้งขึ้นไป	135	33.80
	รวม	400	100
ค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อ	น้อยกว่า 50 บาท	42	10.50
	51-100 บาท	262	65.50
	101-150 บาท	69	17.30
	มากกว่า 200 บาท	8	2.00
	รวม	400	100
ประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร ริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย	เคย	309	77.30
	ไม่เคย	91	28.20
	รวม	400	100
การตัดสินใจในการรับประทานอาหารไทย ริมบาทวิถี (เลือกได้หลายข้อ)	ตัดสินใจด้วยตนเอง	288	56.50
	ได้รับคำแนะนำจากไกด์ นำเที่ยว	70	13.70
	ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	74	14.50
	ข้อมูลการท่องเที่ยว/ อินเทอร์เน็ต	78	15.30
	รวม	510	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว
นานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพ-
มหานครจำนวน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.80
พำนักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่า 5 วัน คิดเป็น
ร้อยละ 41.00 เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
คนกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 29.80 มีวัตถุประสงค์
เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว
คิดเป็นร้อยละ 86.00 ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหาร
ไทยคิดเป็นร้อยละ 98.80 มีความถี่ในการ

รับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีจำนวน 2-5 ครั้ง
คิดเป็นร้อยละ 35.80 มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อ
ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง
51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.50 มีประสบการณ์
เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่
ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 77.30 มีตัดสินใจ
ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเอง
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทย ริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติ
เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ความคาดหวัง	ระดับความความคาดหวัง		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านสถานที่ และบรรยากาศ	3.65	0.89	มาก
2. ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง	3.60	0.74	มาก
3. ด้านอาหาร และรสชาติ	4.09	0.73	มาก
4. ด้านผู้ขาย	3.67	0.93	มาก
5. ด้านการให้บริการ	3.87	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	0.66	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวนานาชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวชาวนานาชาติมีความพึงพอใจใน

ระดับมากในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านอาหาร และรสชาติ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ด้านผู้ขาย ($\bar{X} = 3.67$) ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ($\bar{X} = 3.65$) ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทย ริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ โดยทดสอบด้วยค่า “ที” (t-Test)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่อ
อาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสถานที่ และบรรยากาศ	3.60	0.70	3.71	1.05	-1.25	0.21
2. ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง	3.60	0.72	3.62	0.76	-0.41	0.68
3. ด้านอาหาร และรสชาติ	4.04	0.73	4.14	0.73	-1.33	0.18
4. ด้านผู้ขาย	3.67	10.4	3.68	0.80	-0.16	0.88
5. ด้านการบริการ	3.85	0.79	3.90	0.78	-0.63	0.53
รวม	3.75	0.66	3.81	0.66	-0.92	0.36

จากตารางที่ 3 จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ โดยการทดสอบค่า “เอฟ” (F-Test) ด้วยวิธีวิเคราะห์แบบ Scheffe’

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบข้อมูลรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว นานาชาติเกี่ยวกับ อาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร	รายได้														F	P
	\$10,000 หรือน้อยกว่า		\$10,001- \$20,000		\$20,001- \$30,000		\$30,001- \$40,000		\$40,001- \$50,000		\$50,001- \$60,000		มากกว่า \$60,000			
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(6)		(7)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสถานที่และ บรรยากาศ	3.77	0.60	3.62	0.70	3.34	0.70	4.17	2.30	3.67	0.22	4.03	0.44	3.68	0.82	4.54	0.00*
2. ด้านอุปกรณ์และ เครื่องปรุง	3.72	0.54	3.55	0.78	3.37	0.72	3.86	0.80	3.09	0.48	4.14	0.50	4.00	0.93	6.55	0.00*
3. ด้านอาหารและ รสชาติ	4.20	0.60	4.03	0.73	3.81	0.73	4.05	1.02	4.11	0.59	4.83	0.19	4.44	0.59	7.62	0.00*
4. ด้านผู้ขาย	3.88	0.66	3.52	0.81	3.35	0.74	3.73	0.92	3.42	0.86	4.35	0.38	4.62	2.25	9.60	0.00*
5. ด้านการบริการ	4.03	0.71	3.85	0.81	3.52	0.73	3.95	0.78	3.69	0.79	4.47	0.58	4.23	0.75	7.02	0.00*
รวม	3.92	0.46	3.71	0.66	3.48	0.62	3.95	0.92	3.60	0.46	4.36	0.28	4.20	0.83	9.57	0.00*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4 จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง

ด้านอาหารและรสชาติ ด้านผู้ขาย และด้านการบริการ ดังนั้น จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทย ริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร และกลุ่มประเทศต้นทาง โดยการทดสอบค่า “เอฟ”(F-Test)

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบข้อมูลรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่อ
อาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามกลุ่มประเทศต้นทาง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทย ริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร	กลุ่มประเทศต้นทาง								F	P
	อาเซียน (1)		เอเชียตะวันออก (2)		ยุโรป (3)		อเมริกา (4)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสถานที่ และบรรยากาศ	3.45	0.54	3.40	0.76	3.96	1.25	3.80	0.71	9.87	0.00*
2. ด้านอุปกรณ์และเครื่องปรุง	3.37	0.63	3.36	0.68	3.94	0.66	3.76	0.81	16.93	0.00*
3. ด้านอาหารและรสชาติ	3.64	0.60	3.85	0.73	4.38	0.56	4.48	0.67	40.57	0.00*
4. ด้านผู้ขาย	3.33	0.69	3.39	0.77	4.11	1.11	3.86	0.85	18.91	0.00*
5. ด้านการบริการ	3.60	0.68	3.61	0.85	4.14	0.63	4.14	0.78	17.54	0.00*
รวม	3.48	0.49	3.52	0.65	4.10	0.58	4.01	0.65	29.41	0.00*

*p < 0.05

จากตารางที่ 5 จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีมาจากกลุ่มประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ด้านอาหาร และรสชาติ ด้านผู้ขาย และด้านการบริการ ดังนั้น จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานครจำแนกตามรายได้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่ เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 จาก

ประเทศต้นทาง อาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา อย่างละเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 55.80 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดร้อยละ 46.50 มีรายได้ระหว่าง \$10,000-\$20,000 คิดเป็นร้อยละ 34.30

ตอนที่ 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.80 พำนักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่า 5 วันคิดเป็นร้อยละ 41.00 เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครคนกับครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 29.80 มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร เพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 86.00 ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทยคิดเป็นร้อยละ 98.8 ความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถี 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.80 มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อในการ

รับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.50 มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 77.30 มีทัศนคติในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.50

ตอนที่ 3. การทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร

ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวนานาชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ ด้านอาหาร และรสชาติ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.87$) ด้านผู้ขาย ($\bar{X} = 3.67$) ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ($\bar{X} = 3.65$) ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ ด้วยการทดสอบ “ค่าที”

จากการเปรียบเทียบระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวนานาชาติพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่า t-test พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่าง รายได้

จากการเปรียบเทียบระหว่างรายได้นักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มีต่ออาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่าง ประเทศต้นทาง

จากการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประเทศต้นทาง นักท่องเที่ยวชาวนานาชาติที่มาจากกลุ่มประเทศต้นทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ผลวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานครพบว่า นักท่องเที่ยวชาวนานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 2-3 ครั้ง พำนักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่าจำนวน 5 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครคนกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย มีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีจำนวน 2-5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีทัศนคติในการ

รับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ (2550) และสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2549) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมเลือกสถานที่และชนิดของอาหารรับประทานเองมากกว่าการเลือกตามคำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจากการเดินทางครั้งเดียวแต่พักนาน เป็นเปลี่ยนลักษณะการเดินทางคือมาท่องเที่ยวในระยะเวลาที่สั้นลง แต่มาเที่ยวบ่อยขึ้น

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีในด้านต่างๆ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ด้านอาหาร และรสชาติกล่าวเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวนานาชาติ มีความพึงพอใจอยู่ในค่าเฉลี่ยสูงสุด กล่าวคือ รสชาติของอาหารที่อร่อยถูกปาก ความพึงพอใจในระดับราคาของอาหารไทยริมบาทวิถีที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ด้วยราคาไม่แพง และได้รับรสชาติอาหารที่อร่อย คำนึงกับเงินที่เสียไป รวมไปถึงการนำเสนอหน้าตาของอาหารที่ออกมาดูน่ารับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนัญญา แสนวันดี (2555) โดยผู้บริโภครจากทุกภูมิภาคได้มีความเห็นต้องกันว่า รสชาติของอาหาร ราคา และสุขลักษณะของอาหาร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภค ดังนั้นจากผลสำรวจในครั้งนี้ ผู้ประกอบการควรเพิ่มความตระหนักและให้ความสำคัญกับทั้งรสชาติ ราคา และสุขลักษณะของอาหารในการประกอบกิจการ เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มปริมาณความสนใจอยากที่จะมาลิ้มลองและสร้างความต้องการในการบริโภคอาหารข้างถนนมากขึ้นสอดคล้องกับประหยัด สายวิเชียร (2547)

ได้มีการอธิบายถึงเอกลักษณ์ที่มีของอาหารไทย ซึ่งเป็นอาหารที่ผู้คนทั่วโลกยอมรับ ศิลปะการประกอบอาหารไทยถือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ คือ การปรุงอาหารที่สามารถรักษาคุณภาพของอาหารให้ได้มากที่สุดทั้งในเชิงคุณภาพของอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งการจัดเตรียมอาหารให้มีความกลมกลืนของรสชาติ และมีกลิ่นหอมชวนรับประทาน การทำอาหารไทยถือว่าต้องอาศัยความพิถีพิถันในการเลือกสรรเครื่องปรุงที่ใช้สำหรับการปรุงอาหารและการจัดตกแต่ง

ด้านผู้ขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เนื่องจากนักท่องเที่ยวนานาชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในเรื่องของความเป็นกันเอง การมีไมตรีจิต ผู้ขายต้องไม่มึนขาดแคลน มีลักษณะดูสะอาดเรียบร้อย และจำเป็นที่จะต้องใช้ถุงมือและหมวกคลุมผม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพสุณธ เมฆานุเคราะห์ (2555) ที่พบว่าการขายอาหารรถเข็นหาบเร่ริมทางนั้นเป็นมากกว่าการขายอาหาร โดยพ่อค้าและแม่ค้ามีกลยุทธ์ในการขายอาหาร เช่น การแสดงไมตรีจิต การเชิญชวน และกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้สึกสนุกสนานร่วมไปกับพ่อค้าแม่ค้าอีกด้วย และที่สำคัญคือการออกแบบประสบการณ์บนพื้นที่จริงและตัวตนแบบประสบการณ์นั้นจะถูกนำเสนอออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นและเสริมสร้างทักษะทั้งด้านความคิด การพัฒนาทักษะและการต่อยอดนำไปใช้จริงของพ่อค้าแม่ค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มประสบการณ์อาหารริมทางให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มีความสุขและอิ่มเอมกับอาหารริมทางที่ทั้งมีรสชาติที่ดี สะอาด และยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมอันดีที่เกี่ยวข้องกับอาหารอีกด้วย

ด้านการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เนื่องจากนักท่องเที่ยวนานาชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ในเรื่องของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ทันเวลา การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การมีจิตใจให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย การบอกส่วนผสมของอาหารไทย ทั้งนี้ทั้งนั้นควรเพิ่มทักษะทางด้าน การสื่อสารให้กับผู้จัดจำหน่ายอาหารไทยริมบาทวิถี มากขึ้นอีกเพื่อที่จะได้สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า ชาวต่างชาติ เพื่อเพิ่มยอดขายในการจัดจำหน่าย สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยแก่ชาวต่างชาติ ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยิ่งศักดิ์ โควสุรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึงหัวใจของงานบริการ ที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หรือ Service Mind มีอยู่ด้วยกัน 5 ประการ คือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับลูกค้า และเป็นยิ้มที่มาจากความจริงใจ การเต็มใจในการทำงานและมีความสุขสนุกสนานกับงานที่ตนเองทำอยู่ การไม่นิ่งดูดายเมื่อเห็นลูกค้าต้องการที่จะใช้บริการ เราต้องเข้าไปให้บริการ การรู้สึกนึก และแรงพอ คือ รู้สึกถึงหน้าที่ของตนเอง ไม่ละทิ้ง การปฏิบัติหน้าที่ของตน และประการสุดท้ายคือ ไม่ต้องให้บอกหรือให้เรียกเพื่อที่จะทำ เมื่อลูกค้า ต้องการความช่วยเหลือ

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี จำแนกตามเพศ จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทย ริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศชาย และ เพศหญิง ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธนิตา ปิติวรรณ (2555) พบว่าเพศชาย และเพศหญิง มีแนวโน้มการยอมรับอาหารไทยภาคกลาง ภาคใต้

และขนมไทยแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าเพศชาย และเพศหญิงที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความรู้จึกและให้ ความสนใจกับอาหารไทยภาคกลางเป็นส่วนมาก เนื่องจากอาหารภาคกลางเป็นอาหารที่นักท่องเที่ยว ได้เห็นได้ยินชื่อบ่อย ประกอบกับนักท่องเที่ยว ส่วนมากเที่ยวในแถบภาคกลาง เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา ทำให้มีความคุ้นเคย

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี จำแนกตามรายได้ พบว่า ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาท วิถี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ด้านสถานที่ และ บรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ด้านอาหาร และรสชาติ ด้านผู้ขาย และด้านการรับบริการ จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศุภลักษณ์ อังครางกูร (2547) ได้ กล่าวว่า “รายได้” เป็นสิ่งสำคัญเริ่มตั้งแต่ รายได้เป็น ตัวกำหนดรูปแบบในการท่องเที่ยว รายได้ส่วนบุคคล เฉลี่ยต่อเดือนที่เพิ่มขึ้น อำนาจในการใช้จ่ายใช้สอย ก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การเดินทางท่องเที่ยว จัดว่าเป็นรายการใช้จ่ายที่ “ฟุ่มเฟือย” คือ เมื่อ ผู้บริโภครายได้เพิ่มขึ้น การใช้จ่ายแสวงหาความสุข ความเพลิดเพลินจะเพิ่มมากขึ้น คือ เพิ่มขึ้นใน อัตราส่วนที่สูงกว่า อัตราการเพิ่มของรายได้ในช่วง ระยะเวลาที่เศรษฐกิจรุ่งเรือง จำนวนนักท่องเที่ยว และการใช้จ่ายของการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นมาก และ ในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซา จำนวนและการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวก็จะลดลงอย่างรวดเร็วเช่นกัน

5. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี จำแนกตามกลุ่มประเทศต้นทางพบว่า ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทย

ริมบาทวีติ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ด้านอาหาร และรสชาติ ด้านผู้ขาย และด้านการบริการ จำแนกตามกลุ่มประเทศต้นทาง แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ควรมีการรณรงค์ให้ผู้จัดจำหน่ายอาหาร ไทยริมบาทวีติ สวมหมวกคลุมผม ถูมือ และ ผ้ากันเปื้อน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจด้าน สุขลักษณะให้แก่นักท่องเที่ยวนานาชาติ

2. ผู้จัดจำหน่ายอาหาร ควรมีการตรวจสอบ ความสะอาดของภาชนะสำหรับใส่อาหาร มีการ จัดแยกส่วนของขยะมูลฝอยให้ออกห่างจากพื้นที่ ประกอบอาหาร และรักษาความสะอาดพื้นที่บริเวณ โดยรอบในการปรุงอาหาร และพื้นที่ใกล้เคียงและ บรรยากาศโดยรอบให้มีความสะอาดอยู่เสมอ

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). ข้อมูลทางสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย. from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/222/2244>
- จารุบุญญ์ ปานานนท์. (2543). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ. (2550). ทักษะของผู้ประกอบการร้านอาหารต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วารสารวิจัยรามคำแหง (ฉบับที่ 2).
- ธนิดา ปิติวรรณ. (2555). แนวโน้มการยอมรับอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย ภาค และชนมไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประหยัด สายวิเชียร. (2547). อาหาร วัฒนธรรมและสุขภาพ. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.
- ผู้จัดการ. (2555). เปิด 5 แหล่งกินริมทางยอดนิยมในเมืองกทม. from <http://www.manager.co.th/travel/viewnews.aspx?NewsID=9550000114531&TabID=2&>
- ผู้จัดการ. (2556). กรุงเทพฯ-เมืองไทย ดังไกล กวาดรางวัลท่องเที่ยวทั่วโลก. from <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000159102>
- พสุณณ เมฆานุเคราะห์. (2555). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อเปิดรับประสบการณ์อันดี ระหว่างนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติกับร้านรถเข็นหรือร้านหาบเร่ริมทาง
- ยิ่งศักดิ์ ไควสุรัตน์. (2541). อีแร้ง ตำราทางของงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แพรว.
- ยุทธ ไภยวรรณ. (2550). หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสามเจริญพาณิชย์ จำกัด.
- อนัญญา แสนวันดี. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารข้างถนนในเขต กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques. New York: John Wiley and Sons.
- Cronbach, L. J. (1963). Educational Psychology. New York: Harcourt Brace.

Academic
Journal Institute
of Physical Education

