



ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Factors Affecting the Decision of Consuming Street Food for Foreign Tourists in Hatyai District, Songkhla Province

สุธิรา ปานแก้ว^{1*}, วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง¹, ชลิต ฉีบบพิมาย¹, อมรรัตน์ สุทธิธรรมมานนท์¹
และดุสิตพร ฮกทา¹

Suthira Pankaew^{1*}, Wanwisa Ploy Insawang¹, Chalit Chiabphimai¹,
Amornrat Sutthithamanon¹ and Dusitporn Hokta¹

¹ อาจารย์, สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว, วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

¹ Lecturer, Department of Hotel and Tourism, College of Hospitality and Tourism,
Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus.

*Corresponding author, E-mail: Suthira.p@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาปัจจัย
ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม
เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด
สงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.7 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี
คิดเป็นร้อยละ 55 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.3 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็น
ร้อยละ 67.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.2 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็น
ร้อยละ 70.6 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 65.0 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี
พฤติกรรมชอบบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในช่วงค่ำ (19.00 น.) เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีค่าใช้จ่ายใน
การบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.3 มีจำนวนในการซื้ออาหาร
สตรีทฟู้ด 3-4 ครั้งต่อทริป คิดเป็นร้อยละ 31.3 เลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดประเภทผลไม้ เครื่องดื่ม



ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านรสชาติอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.245)

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด, ตัดสินใจ, บริโภค, อาหารสตรีทฟู้ด, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Abstract

This research, “Factors Affecting the Decision of Consuming Street Food for Foreign Tourists in Hatyai District, Songkhla Province,” has the objectives to study behaviors of foreign tourists who decide to consume street food in Hat Yai, Songkhla, and to study market factors that are influential in the decision to consume street food of foreign tourists in Hat Yai, Songkhla. This research is a quantitative research that collects sample group data from 400 foreign tourists who travel to Hat Yai, Songkhla in 2019 by using questionnaire as a tool for the research.

The research found that foreign tourists who travelled to Hat Yai, Songkhla, most were women which accounted for 50.7% while men accounted for 49.3% of the group. 55% were in the 31-40 age range. 53.3% were married. 67.5% had bachelor’s degree level of education. 51.2% were private company workers. 70.6% had incomes higher than 30,000 baht per month. 65.0% had domiciles in Malaysia. 35% of foreign tourists liked to consume street food from the evening (19.00) onwards. 41.3% on average spent less than 500 baht each time on street food. 31.3% they bought street food 3-4 times per trip. 25.0% chose to consume fruit or beverage type of street food. For important factors in choosing to consume street food, foreign tourists placed the most importance on taste which accounted for 32.0%. The data analysis on market factors that are influential in the decision to consume street food of foreign tourists in Hat Yai, Songkhla, was on the high level ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.245).

Keywords: Factors Affecting, Decision, Consume, Street Food, Foreign Tourists



บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์การท่องเที่ยวตลอดในปี 2561 พบว่ามีนักท่องเที่ยวนานาชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 35,591,978 คน ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3,545,651.42 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.08 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยที่เข้มแข็ง จะเห็นได้ว่าตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะมีปัจจัยกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทั้งปัญหาภัยธรรมชาติ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก แต่ภาคท่องเที่ยวก็ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและภูมิคุ้มกันอันเข้มแข็ง สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วเสมอ ประกอบกับการที่ปัจจุบันภาคบริการเป็นภาคที่มีสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสูงที่สุด และมีการจ้างแรงงานจำนวนมาก เป็นความคาดหวังที่จะช่วยผลักดันเศรษฐกิจไทยดีขึ้น (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สทท, 2561) จากการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2561 ซึ่งกลุ่มต้นทางประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคอาเซียน ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และภูมิภาคอเมริกาตามลำดับ และเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากต้องการมาลิ้มลองรสชาติอาหารไทยเป็นหลัก ในปัจจุบันพบว่าอาหารไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ธุรกิจอาหารไทยในต่างประเทศเติบโตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยขยายตัวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งอาหารไทยบางชนิดยังเป็นที่ยูนิคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เบญจมาภรณ์, 2561)

อาหารไทยถือเป็นสื่อที่ดีอีกอย่างหนึ่งในการช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักประเทศไทยและสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการลิ้มลองอาหารไทย เกิดความชื่นชอบและบอกต่อ ๆ กัน รวมทั้งได้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ (ณรัชชรา กิจวิภานนท์, 2557) ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหน ก็ต้องการจะลองอาหารท้องถิ่นที่ตนไปเยือน ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติ มักจะลองรับประทานอาหารไทย ครั้นเมื่อรับรู้รสชาติที่เข้มข้น ที่มีครบทุกรสเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม ผัด ของอาหารไทยแล้วเกิดความชอบในรสชาติ และอาหารไทยมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจอย่างยิ่งที่สุด และทำให้อยากรับประทานอาหารไทยต่อไปเรื่อย ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) กล่าวว่า อาหารไทยที่มีเสน่ห์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชื่นชอบคือ อาหารริมบาทวิถี อาหารริมทาง หรืออาหารสตรีทฟู้ด ซึ่งเป็นร้านอาหารขนาดเล็กหรือกลาง อาจเป็นแผงร้านหรือรถเข็น มักอยู่ตามข้างทางบริเวณแหล่งชุมชน เน้นจำหน่ายอาหารที่ปรุงสำเร็จ และมีราคาไม่แพง

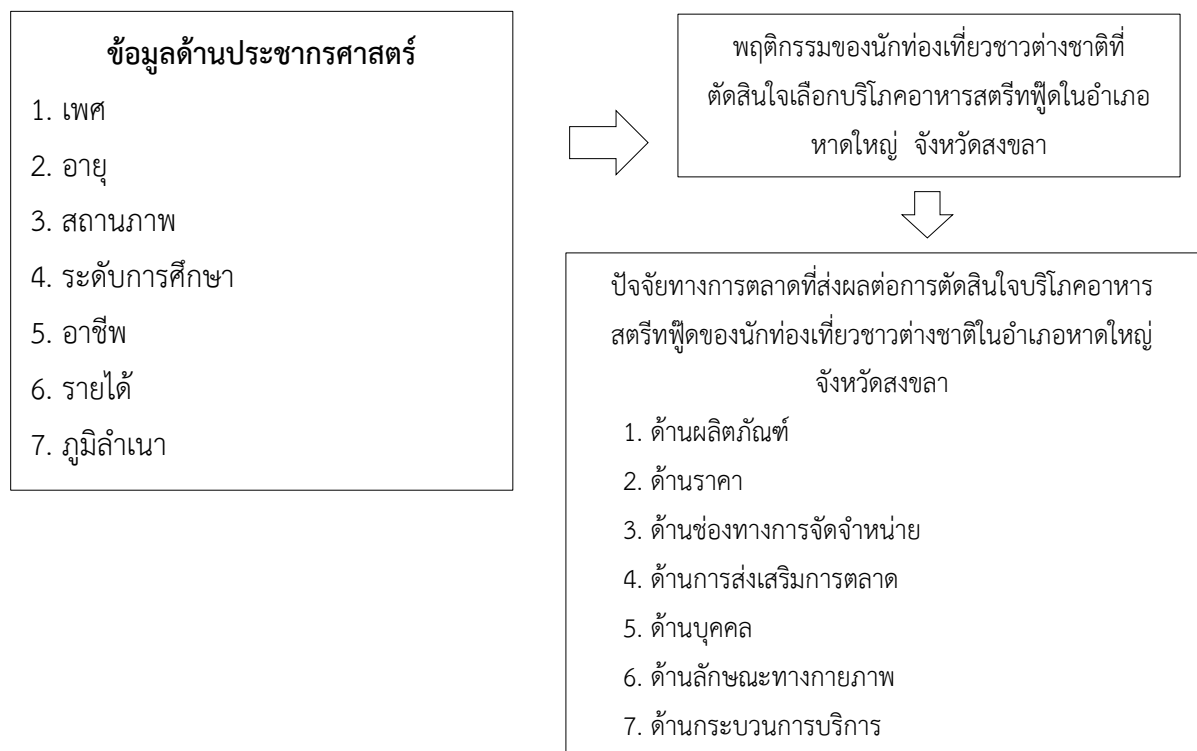


อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ ดังนั้นจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านอาหารริมทางหรือสตรีทฟู้ด ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมารับประทานเป็นจำนวนมาก ทำให้หน่วยงานภาครัฐพยายามที่จะผลักดันและสร้างจุดขายด้านอาหารสตรีทฟู้ดของเมืองหาดใหญ่ เพื่อพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น และประชาสัมพันธ์ไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ (หนังสือพิมพ์สงขลาทูเดย์, 2562) จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อพัฒนาให้พื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ.2562 จำนวน 400 คน โดยใช้ตารางเปรียบเทียบเครชีและมอร์แกน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่รับประทานอาหารสตรีทฟู้ด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดการสร้างดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ใช้ลักษณะการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทของอาหารสตรีทฟู้ดที่เลือกรับประทาน ช่วงเวลาที่เลือกเข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด จำนวนครั้งในการเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ด และปัจจัยสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ด ใช้ลักษณะการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และใช้การวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ใช้ลักษณะเป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนต่าง ๆ ผู้วิจัยได้มีวิธีการ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งจะแสดงผลเป็นความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)



ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีผลการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.7 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 55 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.3 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.2 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.6 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 65.0

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ เลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในช่วงค่ำ (19.00 น.) เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาช่วงเย็น (16.00-18.00 น.) และเลือกรับประทานในช่วงเที่ยง (12.00-13.00 น.) น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 และมากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีจำนวนในการซื้ออาหารสตรีทฟู้ด 3-4 ครั้ง/ทริป คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ จำนวนในการซื้อ 1-2 ครั้ง/ทริป คิดเป็นร้อยละ 30.3 และจำนวนในการซื้อมากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป/ทริป ร้อยละ 28.0 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ อาหารปิ้งย่าง ทอด คิดเป็นร้อยละ 21.2 และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) คิดเป็นร้อยละ 18.5 และความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านรสชาติอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาด้านราคาของอาหาร คิดเป็นร้อยละ 31.7 และด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 25.7

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยทางการตลาด (7Ps)	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.56	0.743	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.43	0.768	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.853	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.00	0.796	มาก
5. ด้านบุคคล	3.98	0.931	ปานกลาง
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.20	0.917	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.91	0.762	ปานกลาง
โดยรวม	4.17	0.245	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.245) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.743) รองลงมา ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.768) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.917) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.853) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.796) ด้านบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.931) และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.762) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษามาสรุพอภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.7 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา มีช่วงอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.2 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 20.2 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา ระดับปริญญาโท ร้อยละ 18.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.2 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.4 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.2 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา มีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 29.11

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ เลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด ในช่วงค่ำ (19.00 น.) เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา ช่วงเย็น (16.00-18.00 น.) และเลือกรับประทานในช่วงเที่ยง (12.00-13.00 น.) น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 และมากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีจำนวนในการซื้ออาหารสตรีทฟู้ด 3-4 ครั้ง/ทริป คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ จำนวนในการซื้อ 1-2 ครั้ง/ทริป คิดเป็นร้อยละ 30.3 และจำนวนในการซื้อมากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป/ทริป ร้อยละ 28.0 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดประเภทผลไม้ เครื่องดื่มต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา คือ อาหารปิ้งย่าง ทอด คิดเป็นร้อยละ 21.2 และอาหารประเภทเส้น (ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ผัดไท) คิดเป็นร้อยละ 18.5 และความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านรสชาติอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา ด้านราคาของอาหาร คิดเป็นร้อยละ 31.7 และด้านความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.7

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.245) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.743) รองลงมา ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.768) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.917) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.743) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.796) ด้านบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.931) และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.762) ตามลำดับ



อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล โดยแบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเป็นอาหารที่ปรุงสำเร็จ ทานง่าย มีให้เลือกหลากหลายประเภท และราคาไม่แพง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญญาภา อัญโพธิ์ทอง (2557) ศึกษาเรื่องการศึกษาวุฒิกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกล ยุทธทางการตลาดที่มุ่งตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และนำเสนอสินค้า หรือบริการไปยังตลาดเป้าหมาย การขายการตลาดและการให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไม่สามารถ ทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การขาย การตลาดและการให้บริการไม่สามารถทำตัวเอง โดยลำพัง แต่จะต้องทำร่วมกันทุกคน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดน้อยที่สุด คือ ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารสตรีทฟู้ดมีจำนวนพนักงานบริการไม่เพียงพอต่อการบริการลูกค้า จึงทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการลูกค้า ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ เพื่อสร้างความรวดเร็วในการให้บริการ และลดความผิดพลาดในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งจะมองเห็นเพียงภาพกว้าง ๆ ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การเจาะลึกลงไปในแต่ละธุรกิจร้านอาหารในอ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เพื่อศึกษาในเชิงลึก และจะได้ทราบถึงความคิดเห็นในเรื่องความคาดหวังและความต้องการจริง ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561 (จำนวนยอดสะสมเบื้องต้น) (International Tourist Arrivals to Thailand 2018 สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=502&filename=index



- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). รอบรู้เมืองไทย. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 จาก <http://www.tourism.go.th>
- ณัฐชรา กิจวิกรานต์. (2557). ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 10(1)
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, (24)1
- เบญญาภา อัยุโพธิ์ทอง. (2557). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). สถานการณ์ปัจจุบันกับธุรกิจบริการ. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 จาก <http://www.thailandtourismcouncil.org/%E0%B8%88%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7-%E0%B8%AA%E0%B8%97%E0%B8%97/>
- หนังสือพิมพ์สงขลา투데이. (2562). ดันจุดขายหาดใหญ่ walking street. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 จาก <https://www.songkhlatoday.com/content/7575/>